



C.N. ROMTEHNICA S.A.

STRATEGIA DE EXPORT



PREZENTAREA COMPANIEI

- în coordonarea Ministerului Apărării Naționale
- companie de renume în domeniul apărării
- funcționează pe bază de gestiune economică și autonomie financiară
- acționează ca interfață a partenerilor externi cu industria românească de apărare și Ministerul Apărării Naționale
- o experiență de 40 ani pe piața internațională
- agent intermediar, distribuitor, comisionar, reprezentant și asociat în relațiile cu entități legale și oficiale, române și străine
- **singura companie autorizată să organizeze și să îndeplinească toate procedurile de vânzare a echipamentelor excedentare, aflate în administrarea Ministerului Apărării Naționale din România.**

ROMTEHNICA ACȚIONEAZĂ ÎN NUME PROPRIU ȘI PE PROPRIUL RISC, DAR ȘI CA AGENT INTERMEDIAR, DISTRIBUTOR, COMISIONAR, REPREZENTANT ȘI ASOCIAT ÎN RELAȚIILE CU ENTITĂȚI LEGALE ȘI OFICIALE, ROMÂNE ȘI STRĂINE

❖ **Exporturile și livrările intracomunitare realizate de ROMTEHNICA sunt focalizate, fără însă a se limita, la următoarele domenii:**

- echipamente de apărare
- echipamente de securitate și echipamente speciale
- produse civile și cu utilizare dublă
- piese de schimb și accesorii
- servicii aferente, precum transfer de tehnologie, asistență tehnică, instruire

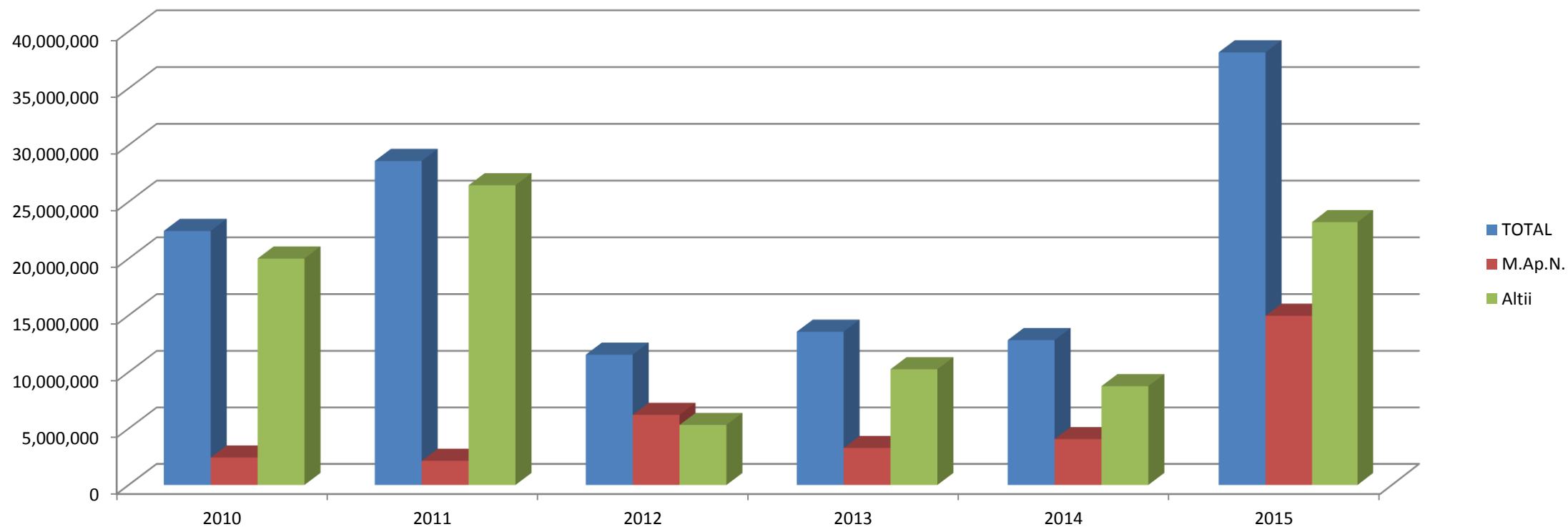
❖ **Grupele de produse disponibile pentru a fi valorificate la extern sunt următoarele:**

- armament de infanterie; muniție; sisteme de apărare antiaeriană (AKM, mitraliere, mitraliere AA, PSL)
- aruncătoare; sisteme de artilerie terestră; Vehicule blindate de luptă (AG7, AG 9, 122mm, transportoare 4x4, 6x4, 8x8)
- tehnică de aviație; Piese de schimb și accesorii (MIG 21, L 39, Mi-8)
- avioane (MiG 21 Lancer)

❖ **Principalele activități și servicii asigurate:**

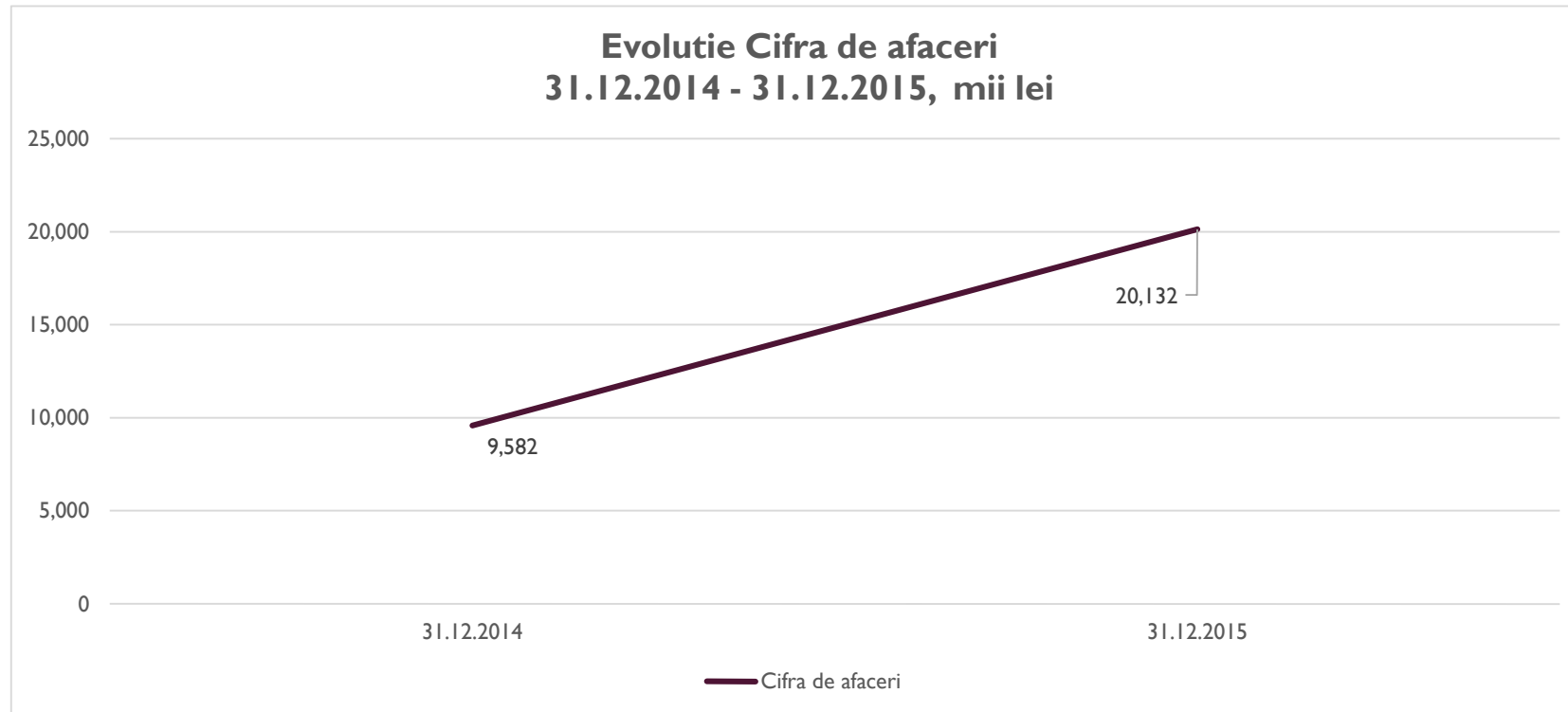
- negocieri în urma cărora sunt încheiate contracte pentru export și livrări intracomunitare, în numele Ministerului Apărării Naționale și al altor entități guvernamentale sau private din România;
- consultanță cu privire la activitățile de comerț exterior cu produse din domeniul apărării;
- organizarea de licitații și selecții de oferte;
- asistență tehnică, servicii de mentenanță și instruire de cea mai bună calitate oferite prin partenerii noștri;
- îndeplinirea tuturor activităților pe teritoriul României ocazionate de efectuarea formalităților vamale pentru livrarea echipamentelor contractate;
- intermedierea transferului de tehnologie pentru asigurarea unei cooperări în procesul de fabricație;
- suport logistic;
- reprezentarea companiilor străine pe piața din România;
- promovarea produselor fabricate în România pe piața internațională;

Evoluția Exportului Companiei



USD	2010	2011	2012	2013	2014	2015
TOTAL	22.431.081	28.596.367	11.528.822	13.552.273	12.814.477	38.161.990
M.Ap.N.	2.433.046	2.144.637	6.214.554	3.278.142	4.061.711	14.956.214
Altii	19.998.035	26.451.730	5.314.268	10.247.131	8.752.766	23.205.775

Evoluția Romtehnica



NR.CRT.	INDICATORI	31.12.2014	31.12.2015
I	Cifra de afaceri	9.582	20.132

ANUL 2015 – ACTIVITĂȚI DERULATE

- Crearea Serviciul Marketing
- Suport comercial prin creșterea numărului de sub-furnizori, îndeosebi pe partea logistică: firme de containerizare, de transport, de recondiționare și pregătiri ale exportului.
- Creșterea numărului de parteneri interni
- Stabilirea unor indicatori de performanță fiind elaborat și implementat un set de indicatori de performanță care cuantifică atât la nivel de execuție, cât și la nivel de management
- Evaluarea agenților comerciali externi ai companiei
- A fost regândită strategia de selecție, recrutare și angajare a personalului, dorindu-se calificări și experiență semnificativă atât în administrație publică cât și în entități private de genul bănci, companii financiare, vânzări, cultură internațională, etc.
- Unul din criteriile avute în vedere a fost specificul clienților existenți, fiind vizate companii din Europa, Statele Unite ale Americii, Orientul Mijlociu, Africa, etc.
- S-au luat demersuri de creștere a profesionalismului personalului prin înscrierea la cursuri de tip marketing, contabilitate, relații economice internaționale, diplomație, securitate și strategie națională și limbi străine.

CREIONAREA SITUAȚIEI ACTUALE

❑ Principalii furnizori si colaboratori

- **Producție curentă: Fabricile si Uzinele din țară**
- **Stoc: MApN**
- **Alte produse: Producători privați**

❑ Parteneri externi

- **Autoritățile militare și guvernamentale**
- **Corporații private de specialitate**
- **Companii intermediare**
- **Agenți locali**

❑ Competitorii noștri

- **După indicele de similaritate al portofoliului de export al produselor de armament și muniție, România concură cu țări precum Bulgaria, Serbia, Turcia, Polonia, Cehia, Croatia, Boznia, Ungaria.**

❑ Pietele pe care activăm

- **Exportul este regionalizat și concentrat pe țări atât membre UE cât și în America de Nord, Orientul Mijlociu și Africa. Aici sunt și principalele creșteri la export**

ANALIZA SWOT ROMTEHNICA



Strenghts / Puncte Tari

- Relații durabile cu autoritățile militare și guvernamentale la nivel intern și internațional
- Acționează pe baza principiilor de respect, încredere și profesionalism, pentru a oferi clienților produse și servicii de calitate.
- Tradiție in Business de peste 40 de ani și activă în peste 40 de țări.
- Singura companie autorizată să organizeze și să îndeplinească toate procedurile de vânzare a echipamentelor excedentare, aflate în administrarea Ministerului Apărării Naționale din România.
- Poate acționa atât în nume propriu și pe propriul risc, dar și ca agent intermediar, distribuitor, comisionar, reprezentant și asociat în relațiile cu entități legale și oficiale, române și străine
- Produsele comercializate au ca utilizatori finali țări de referință
- O colaborare eficientă cu MApN bazată pe principii de profesionalism și calitate.

Weaknesses/ Puncte slabe

- Gradul încă redus al eficienței comerciale și al dinamismului în mediul economic.
- Personal cu potențial profesional, dar cu un comportament marcat de pasivitate și neangajare.
- Există unele mentalități și atitudini depășite.
- Existența unei reticențe la deschidere, la abordare de noi domenii de activitate.
- Inexistența unor produse financiare care să sprijine exportatorii (fabricile) de tehnică militară.
- Calitatea redusă a produselor promovate.
- Termene de livrare mari și nerespectarea celor stabilite prin contracte
- Orientarea cumpărătorilor tradiționali către produse de înalt nivel tehnologic.
- Prețurile produselor sunt ridicate comparativ cu cerințele pieței și datorită “lanțului”: **producător (fabrica) – exportator – client.**

Opportunities/ Oportunități pentru Companie

- Lărgirea bazei de furnizori de produse și servicii pentru export în domeniile în care suntem competitivi.
- Oferte de promovare a exporturilor însoțite de facilități financiare.
- Creșterea cooperării în producție prin transfer de tehnologie și know-how.
- Romtehnica studiază și monitorizează permanent mediul concurențial și anticipează schimbările previzibile prin intermediul serviciului export dinamic și competent și prin intermediul celui de marketing.
- Implicarea mai puternică la nivel macroeconomic, respectiv conștientizarea sprijinului pe care statul va trebui să-l acorde apărării naționale și un cadru legislativ adecvat.

Threats/ Amenințări

- **Pe plan extern** mediul concurențial este agitat, cu schimbări frecvente.
- Creșterea numărului de exportatori de tehnică militară.
- O industrie neretehnologizată care implică costuri mari.
- **Pe plan intern** mediul concurențial este neclar, fără vizibilitate pe termen mediu și lung.
- Polarizarea piețelor către marile firme occidentale.
- Politici de preț mergând până la dumping spre exemplu cazul Chinei, al Turciei, fenomen resimțit chiar și cazul altor producători europeni precum Bulgaria.
- Implementarea unei politici comerciale la nivelul MApN cu stabilirea unor modalități flexibile de valorificare la extern și intern a surplusului armatei.

DIRECȚIA COMPANIEI

A. Pietele de interes si trendurile acestora

- Dezvoltarea capacităților și capabilităților de a face **export durabil prin extinderea gamei de produse exportate și selectarea de produse cu un înalt grad tehnologic**
- **Stimularea capacității Companiei de dezvoltare** prin aplicarea specializării pe spații țintă, perfecționarea personalului în acest scop și o structură organizatorică flexibilă.
- Identificarea **oportunităților tehnologice din zonele de nișă** prin înclinarea asupra pieței de interes.
- Pătrunderea pe noi teritorii cu **produse performante** care justifică prețul oferit.
- Romtehnica își propune **ca target** atât **recâștigarea vechilor parteneri** cât și **cucerirea unor noi teritorii de business**

B. Identificarea noilor oportunitati

- **Creșterea valorii exporturilor** companiei și **consolidarea** acestei activități la nivelul C.N. Romtehnica S.A atât în beneficiul companiei cât și al MApN.
- **Revitalizarea** activității de marketing și dimensionarea pieței
- **Analizarea** datelor publice privind alocările bugetare ale țărilor vizate și necesitățile acestora privind echipamentele de apărare.
- **Actualizarea nomenclatorului de fabricație și diversificarea gamei sortimentale** în conformitate cu necesitățile de înzestrare ale structurilor țărilor din zonele de interes.
- **Implicarea RTH în proiectele derulate în cadrul Inițiativei Smart Defence**

DIRECȚIA COMPANIEI

C. Intensificarea colaborărilor internaționale

- **Scopul nostru este de a intensifica colaborările internaționale și de a amplifica prezența în piață.**
- Încurajarea relațiilor cu **parteneri complementari**, în speță companii similare care derulează proiecte de export, fiind avută în vedere completarea în ceea ce privește produsele complementare
- Aplicarea soluției de **furnizori alternativi**
- Intensificarea **cooperării tehnice** la nivelul fabricilor din România
- **Fidelizarea clienților** prin servicii de înaltă calitate
- **Implicarea activă a Atașaturii Militare și Comerciale**
- **Adaptarea ofertelor financiare**, exemplul economic sub formă de spirală (programe multianuale)

D. Incheierea de noi acorduri de colaborare

- În prezent au loc schimbări importante în **structura comerțului mondial**, în acest context dorim să devenim **un jucător internațional și o corporație puternică și profitabilă** care va avea **un rol determinant** în mediul de afaceri național și zonal.
- **Intern: Noi contracte cu producători români**
- **Extern: Recâștigarea piețelor anterioare, precum în cazul Africii și Americii de Sud;**

Incurajarea si sprijinirea noilor proiecte de dezvoltare

- **Romtehnica are nevoie de această abordare pro-activă în evoluții și idei în vederea:**
- **inovării și internaționalizării** companiei;
- **consolidării avantajelor competitive** obținute în anii anteriori care să conducă la o dezvoltare sustenabilă a exportului;
- **dezvoltării și diversificării serviciilor** de colaborare pentru furnizorii principali, precum și pentru furnizorii potențiali;
- **creării și consolidării de noi avantaje competitive** sustenabile prin produse și servicii cu valoare adăugată ridicată;
- **consolidării acordurilor de colaborare** existente și, sau viitoare
- **creșterii gradului de cunoaștere și de conștientizare** în ceea ce privește oportunitățile în cadrul piețelor de interes;
- **dezvoltării angajaților și a modului de lucru**, adaptat secolului 21,
- **diversificarea exporturilor** și reorientarea acestora către alte țări din afara UE.

Intensificarea prezentei Companiei in zonele de interes

- ❖ Deschiderea unor **birouri de reprezentare** ale C.N. Romtehnica în exterior, încadrate cu reprezentanți cu exercițiu îndelungat și experiență în comerț internațional cu echipamente specifice, fiind vizată recucerirea piețelor tradiționale ale României. Se apreciază drept oportună deschiderea, într-o primă fază, a trei birouri de reprezentare zonală, după cum urmează:
 - ❖ unul în **zona Africii de Nord** cu responsabilități în țările reprezentative aferente, cât și în zone de interes din Africa de Vest;
 - ❖ unul în **zona caspică**, cu responsabilități în aria geografică aferentă
 - ❖ unul în **zona Orientului Mijlociu**;
 - ❖ și unul în **S.U.A.**
- ❖ Printre funcțiunile vizate pentru birourile de reprezentare s-ar număra:
 - **Promovarea** echipamentelor, produselor și serviciilor exportate de companie direct către factorii de decizie din țările țintă;
 - **Evaluarea piețelor** vizate de companie, cunoașterea acestora și a competitorilor, prognoza și generarea oportunităților de afaceri, inclusiv în ceea ce privește cooperarea industrială;
 - **Identificarea și atragerea de agenți eficienți** pentru companie, coordonarea și evaluarea acestora și sprijinirea demersurilor lor în vederea securizării afacerilor;
 - **Negocierea contractelor comerciale** cu beneficiarii, obținerea de condiții cât mai avantajoase pentru companie și pentru partenerii interni ai acesteia, urmărirea derulării contractelor și a asigurării unui grad ridicat de satisfacție a clienților;

PLANUL DE PROMOVARE AL COMPANIEI

1. La nivelul C.N. Romtehnica S.A. s-a efectuat reorganizarea companiei în vederea **eficientizării activității** de export, recucerirea unor piețe pierdute în ultimii ani și sprijinirea industriei naționale de apărare.

2. Astfel s-a avut în vedere **adaptarea** structurii companiei la realitatea economică actuală, **flexibilizarea** structurii, derularea activității pe zona exportului echipamentelor din surplusul M.Ap.N și din producția curentă. De asemenea, se acționează intens în vederea **creșterii numărului de produse**, echipamente și servicii din portofoliul de export al companiei.

3. De asemenea se va urmări **revigorarea și întărirea cooperării** cu D.I.M – Serviciul Atașatura Apărării în vederea **promovării și pe această cale a exporturilor** echipamentelor militare din surplusul M.Ap.N și din producția curentă, precum și a celor cu dublă utilizare și civile produse de operatorii economici cu care compania are încheiate parteneriate;

4. Se dorește implicarea permanentă a Companiei pe piețele de la extern prin participarea la **expozițiile de profil**.

5. Dorim să ne concentrăm business-wise pe întâlniri **one on one** cu potențiali parteneri și să intensificăm astfel relațiile.

6. O altă abordare a promovării se concretizează prin **programe de investiții** pentru dezvoltare utilizând resurse din fonduri europene.

7. Se acționează în vederea **identificării de parteneri externi** pentru cooperarea pe două planuri, respectiv **promovarea exporturilor de produse** care nu se află în portofoliul lor pe piețele pe care aceștia au o activitate puternică și **proiecte de cooperare industrială** cu beneficii pentru industria românească și a exporturilor produselor acesteia;

MISIUNEA ROMTEHNICA

- **RĂSPUNSUL PROMPT ȘI ADECVAT LA CERINȚELE CLIENȚILOR**

Principalul client al CN Romtehnica SA este și va fi MAPN și de aceea Romtehnica își va orienta atenția în sensul realizării cerințelor prioritare ale MAPN. Susținerea producătorilor din industria de apărare este un alt obiectiv prioritar; Orientarea totală a activității spre client.

- **MOTIVAREA PERSONALULUI**

Angajarea, motivarea și instruirea celor mai buni oameni în paralel cu creșterea profesionalismului și implicării angajaților existenți.

- **CREȘTEREA SUSTENABILĂ PE TERMEN MEDIU ȘI LUNG**

Extinderea afacerilor prin penetrarea unor sectoare noi ale piețelor.

Diversificarea tipurilor de servicii și produse oferite clienților și abordarea unor noi domenii de activitate.

- **PROFITABILITATE**

Creșterea sustenabilă a profitului companiei, pentru realizarea obiectivelor privind investițiile și dezvoltarea continuă; Profitabilitatea ne dă forța și motivația activității.

- **CALITATE ȘI EFICIENȚĂ**

Servicii de calitate în conformitate cu cerințele clienților în paralel cu creșterea reală a productivității muncii și reducerea accelerată a costurilor; Eficiență și operativitate în relația cu beneficiarii serviciilor noastre.

- **OBIECTIVE:**

Satisfacerea cu prioritate a cerințelor Ministerului Apărării Naționale și a operatorilor economici din industria de apărare

VIZIUNEA ROMTEHNICA

- Dorim să redevenim cu adevărat **un jucător internațional și o corporație puternică și profitabilă** care va avea **un rol determinant în mediul de afaceri internațional și zonal.**
- Dorim **să creștem profitabil** într-o relație de parteneriat pe termen lung cu clienții noștri.
- Dorim **să valorificăm tradiția și profesionalismul companiei** și avantajul coordonării din partea **M.Ap.N**, oferind la termen servicii de calitate, la prețuri avantajoase.
- Dorim **să ne extindem activitatea** prin dezvoltarea atât a gamei actuale cât și a produselor cu dublă utilizare și civile.
- Dorim să oferim persoanelor capabile și performante o cultură organizațională atractivă și permisivă pentru **dezvoltare continuă.**