

1. In anul 2012, locul sectorului industriei lemnului in activitatea industrială a tarii:
Ponderea exportului de produse din lemn in total export 8,85 %
Ponderea importului de produse din lemn in total import 1,3 %
Soldul balantei comerciale, export-import + 2312,9 mil.€

2. Performanțele la export ale industriei de mobilă în ultimii 3 ani

	U.M.	2009	2010	2011	2012	2013 5 luni
Volumul exportului de mobilă	Mil €	1037,6	1174,4	1358,2	1420,9	694,2
Ponderea față de anul anterior (creșteri/descrășteri)	%	- 7,2	+ 13,2	+15,6	+4,6	+15,3
Volumul importului de mobilă	Mil €	324,5	322,5	354,1,9	351,2	155,0
Soldul balanței comerciale	Mil €	+713,1	+851,9	+1005,3	1069,7	+539,2

Subliniem faptul că mobila este unul dintre putinele produse cu valoare adăugată mare, care înregistrează un aport pozitiv, în mod constant, la balanța comercială a României. In anul de criză 2011 soldul balantei comerciale se ridică la +1005,3 mil Euro și a înregistrat o majorare de 18,0 % comparativ cu anul 2010, iar in anul 2012 a crescut la 1069,7 mil euro. Exportul de mobilă realizat în anul 2012 a crescut, de asemeni cu 4,6 %, înregistrând o valoare de 1420,9 mil. Euro, iar pe primele 5 luni ale anului 2013 creșterea exportului de mobila este de 15,3%.

Mentionam ca **exportul reprezintă 77,7% din volumul total al producției de mobila**, înregistrând între anii 2002-2007 creșteri cuprinse între 7 și 19,2%, iar in ultimii 3 ani creșteri cuprinse între 4,6 și 15,6% . Romania se afla pe locul 13 in lume la exportul de mobila in topul celor 70 de state exportatoare (sursa: raportul World Furniture realizat de CSIL)

Faptul ca **exportul de mobila a înregistrat creșteri cu continuitate**, atat pe pietele UE cat si in afara Europei, demonstreaza ca acesta **este un produs competitiv cu șanse reale de creștere**.

In programul prezentat de principalele organizatii din domeniu: **APMR, ACRM si ASFOR**, pentru anul 2014 s-au înscris, in ordinea prioritătilor, targurile la care producatorii romani de mobila doresc sa-si promoveze produsele. Comparativ cu anii anteriori, **numarul firmelor care si-au exprimat interesul de participare la targuri este mai mare**, fiind reprezentate atat de firme mijlocii si mari cu potential la export, cat si de firme mai mici cu produse diversificate, care necesita spatii in zone specializate, care conduc la costuri de participare mai mari.

Menționăm că **propunerile de participare la târguri au avut în vedere strategia de export pentru produsul mobila precum si interesul societăților de a-și promova produsele pe anumite piețe, orientarea geografică a acestora și importanța târgurilor în zonă**.