

## PAESE:

# ROMANIA



### I. Analisi del contesto sociale ed economico di riferimento

#### A. Quadro degli indici economici, demografici, e sociali

<b>Lingua ufficiale:</b>	<b>romeno</b>	
<b>Religione (in base al censimento 2002):</b>	<b>Cristiano-ortodossa: 86,8% (18.817.975 persone)</b> <b>Romano-cattolica: 4,7% (1.026.429 persone)</b> <b>Riformata: 3,2% (701.077 persone)</b> <b>Ebraica: 0,03% (6.057 persone)</b>	
<b>POPOLAZIONE (1 gennaio 2008):</b>	<b>21.504.000 abitanti</b>	
<b>Capitale :</b>	<b>Bucarest</b>	<b>1.944.000</b> (16,4% della popolazione urbana ed il 9% della popolazione del Paese)
<b>Principali Città :</b>	- Timișoara	<b>312.400</b>
	- Cluj Napoca	<b>309.300</b>
	- Iași	<b>306.600</b>
	- Costanza	<b>303.700</b>
	- Craiova	<b>299.600</b>
	- Galați	<b>292.900</b>
	- Brașov	<b>279.700</b>
	- Ploiești	<b>230.600</b>
	- Brăila	<b>214.000</b>

<b>Densità popolazione:</b>	<b>91 ab/ Kmq</b>
<b>Tasso di natalità: 10,4% (nel 2008) rispetto al 10,0% nel 2007</b>	
<b>Aumento naturale della popolazione: - 30.400 persone (rispetto a - 37.200 persone nel 2007)</b>	
<b>Tasso di aumento naturale: -1,4% nel 2008 rispetto al - 1,7% registrato nel 2007</b>	
<b>La tendenza alla diminuzione della popolazione permane a causa dei valori negativi del tasso di aumento naturale</b>	
<b>Popolazione attiva (III trim. 2008)</b>	<b>10.178.000 (di cui 5.600.000 uomini e 4.578.000 donne, 5.503.000 persone nell'ambiente urbano e 4.675.000 persone nell'ambiente rurale)</b>
<b>Salario medio lordo (mese di dic. 2008):</b>	<b>2.023 lei (circa 478 Euro mensili)</b>
<b>Salario medio netto (mese di dic. 2008):</b>	<b>1.489 lei (circa 352 Euro mensili)</b>
<b>Congedo annuale:</b>	<b>Minimo 21 giorni (conformemente al Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro)</b>
<b>Disoccupazione (dati del dicembre 2008):</b>	<b>Tasso disoccupazione: 4,4%</b> <b>Le percentuali più alte si registrano a: Vaslui (10,2%), Mehedinți (9,3%), Dolj (8,4%).</b> <b>Numero disoccupati: 403.441, di cui 187.229 donne</b>
<b>Moneta nazionale:</b>	<b>LEI</b>
<b>Cambio medio anno 2008:</b>	<b>1 EURO = 3,6827 LEI</b> <b>1 USD = 2,5189 LEI</b>
<b>Crescita PIL:</b>	<b>2007: 121,3 miliardi di euro (+6%)</b> <b>2008: + 7,9 % (analisi della Commissione Nazionale di Prognosi)</b> <b>2009: + 2,5% (previsione della Commissione Nazionale di Prognosi)</b>
<b>Investimenti stranieri diretti 2008:</b>	<b>9,02 miliardi di euro (in aumento del 27% rispetto al 2007)</b>
<b>Inflazione:</b>	<b>6,5% nel 2006; 4,8% nel 2007; 7,85% nel 2008</b>
<b>ESPORTAZIONI 2008:</b>	<b>33,6 miliardi euro</b> <b>- Intra UE: 23,6 mld euro</b> <b>- Extra UE: 10 mld euro</b>
<b>IMPORTAZIONI 2008:</b>	<b>56,1 miliardi euro</b> <b>- Intra UE: 38,7 mld euro</b> <b>- Extra UE: 17,4 mld euro</b>

## B. Previsioni per il biennio seguente

Secondo le previsioni più recenti sulla crescita dell'economia romena, è lecito attendersi, per il 2009, una diminuzione del PIL che va dall'ipotesi di una severa recessione (-3,5%) a quella, più ottimistica, di un tasso di crescita contenuto (3%). All'interno di quest'intervallo si situano tanto la previsione del nuovo Governo (2,5%), quanto quella della Commissione Europea, che ha rivisto i dati elaborati in autunno ridimensionando notevolmente la previsione dal 4,75% all'1,75%.

Le incertezze sono in larga misura generate dalla recessione economica mondiale che ha seguito la fase più acuta della crisi e che si è manifestata attraverso una significativa riduzione degli scambi commerciali e della produzione manifatturiera. Il 2009 dovrebbe essere dunque caratterizzato, nella migliore delle ipotesi, da una crescita assai contenuta, a patto che il Paese riesca a porre un freno alla svalutazione della moneta nazionale ed a ridare slancio ai consumi, il fattore che più di ogni altro ha spinto, in questi ultimi anni, l'economia romena.

L'impatto della crisi sui singoli settori dell'economia appare asimmetrico, sebbene vi siano dure caratteristiche comuni: il calo drastico della domanda, l'aumento del credito e la volatilità del cambio della moneta nazionale. Tra i settori più colpiti figurano l'industria automobilistica, manifatturiera, il comparto dei trasporti e l'industria metallurgica.

Secondo una previsione elaborata nel mese di gennaio 2009 dalla Commissione Nazionale per la Prognosi (CNP), la struttura del PIL per settori economici dovrebbe essere:

- nel 2009: industria (21,9%), agricoltura (5,9%), edilizia (11%), servizi (50,3%), imposte nette sui prodotti (11,2%)
- nel 2010: industria (21,3%), agricoltura (5,7%), edilizia (11,3%), servizi (51,1%), imposte nette sui prodotti (10,9%).

Alquanto difficile, al momento, prevedere le dinamiche inflattive e l'oscillazione del valore della moneta nazionale: la media delle previsioni suggerisce una svalutazione del LEI del 3-4% rispetto all'attuale cambio (nel corso del 2008 essa si è svalutata del 10,8%).

Sebbene secondo le stime ufficiali nel 2009 l'inflazione non dovrebbe superare il 5% (anche se le previsioni della Commissione Europea la situano intorno al 5,7% ed al 4% nel 2010), l'Istituto Nazionale di Statistica ha già rilevato un aumento generalizzato dei prezzi in tutti i settori, nonostante il ridimensionamento della domanda nei comparti industriale, manifatturiero, delle costruzioni e dei servizi.

Comune a pressoché tutte le analisi la previsione relativa ad un forte calo della domanda: la diminuita disponibilità del credito, causata anche dalla scarsa liquidità a livello del mercato finanziario globale, è determinata in parte anche da un livello ancora alto del tasso di sconto (10%) e delle riserve minime obbligatorie (sia in lei che in valuta) che le banche sono tenute a costituire presso la Banca Nazionale della Romania.

In tale contesto, è inoltre assai probabile che il Paese si trovi ad affrontare un deficit difficilmente colmabile: la CE lo stima intorno al 7,5% per il 2009, un livello nettamente superiore a quello registrato nel 2008 (5,25%), anche se il Governo scaturito dalle elezioni del 30 novembre scorso ha manifestato la propria ferma intenzione di ridurlo sino al 2%.

Tra le cause di un livello così alto del disavanzo vi sono senz'altro i continui aumenti delle pensioni degli ultimi anni, il mantenimento di aliquote impositive contenute ed imposte ridotte nel settore bancario e finanziario. In questo quadro, sarà indispensabile per il nuovo Esecutivo rafforzare il controllo sulla spesa pubblica (in particolare le spese correnti e quelle relative al personale): è fondamentale infatti che il deficit pubblico non superi, nel 2009, il 4% del PIL, così da permettere di liberare risorse destinate agli investimenti (soprattutto nel settore infrastrutturale, al quale dovrebbe essere destinata una percentuale del 20% del bilancio statale; quota superiore di un terzo rispetto al 2008).

Particolarmente importante, in questo quadro, si rivelerà la capacità di assorbimento dei fondi provenienti dall'Unione Europea, sinora scarsamente utilizzati: in seguito all'adesione all'UE, avvenuta il 1 gennaio 2007, la Romania ha assorbito fondi equivalenti allo 0,75% del PIL rispetto al 2% inizialmente pianificato, mentre nel 2008 è stato utilizzato poco più di un quarto dei fondi resi disponibili da Bruxelles.

Anche la previsione relativa al deficit delle partite correnti è stata oggetto di revisione da parte della Commissione Europea, che lo stima intorno all'11,9% del PIL nel 2009 ed all'11,1% nel 2010. Secondo i dati elaborati dalla Commissione Nazionale di Prognosi, le esportazioni nel 2009 dovrebbero aumentare del 2,1% mentre le importazioni dovrebbero subire un calo dell'1,1%; nel 2010 dovrebbero invece aumentare tanto le esportazioni (+ 9,9% ) quanto le importazioni (+ 6,8%).

Per quanto riguarda l'evoluzione del mercato di lavoro, il tasso di disoccupazione non dovrebbe superare il 10%, un livello tutto sommato contenuto alla luce dell'attuale congiuntura internazionale.

## II. Analisi del mercato turistico

### A. Analisi del turismo outgoing

#### 1) Analisi dei flussi turistici e principali destinazioni

Si premette che i dati riportati nel Rapporto Congiunto sono stati rilevati dall'ufficio statistico della Romania, dall'ISTAT, dagli operatori turistici romeni, dal CIA World Fact Book.

**Flusso turistico dalla Romania verso l'Italia,  
suddiviso per le singole Regioni  
- anno 2007 -**

	<b>Arrivi</b>	<b>%</b>	<b>Presenze</b>	<b>%</b>
<b>Abruzzo</b>	8.875	2,04	60.699	3,16
<b>Basilicata</b>	973	0,22	4.814	0,25
<b>Calabria</b>	3.288	0,75	19.883	1,04
<b>Campania</b>	14.324	3,29	51.495	2,68
<b>Emilia-Romagna</b>	41.399	9,50	298.171	15,52
<b>Friuli Venezia Giulia</b>	20.525	4,71	78.334	4,08
<b>Lazio</b>	62.380	14,31	208.682	10,86
<b>Liguria</b>	19.105	4,38	91.790	4,78
<b>Lombardia</b>	65.450	15,01	220.029	11,45
<b>Marche</b>	11.188	2,57	70.831	3,69
<b>Molise</b>	876	0,20	3.117	0,16
<b>Piemonte</b>	17.057	3,91	78.374	4,08
<b>Puglia</b>	4.930	1,13	17.370	0,90
<b>Sardegna</b>	3.269	0,75	17.487	0,91
<b>Sicilia</b>	8.012	1,84	30.669	1,60
<b>Toscana</b>	37.937	8,70	188.647	9,82
<b>Trentino Alto Adige</b>	10.508	2,41	66.287	3,45
<b>Umbria</b>	6.177	1,42	47.136	2,45
<b>Valle d'Aosta</b>	-	0,00	-	0,00
<b>Veneto</b>	99.732	22,87	367.209	19,12
<b>TOTALE</b>	<b>436.005</b>	<b>100,00</b>	<b>1.921.024</b>	<b>100,00</b>

FONTE: ISTAT

L'ufficio di statistica rumeno (INSSE) ha reso noto come nel **2007** siano stati effettuati 887.629 viaggi all'estero suddivisi in vacanze (51,41%), visite ad amici/parenti (36,85%) e viaggi d'affari (11,74%).

Al fine di valutare il grado di interesse dei rumeni per i viaggi all'estero, è significativa la percentuale del 51,41%, che rappresenta esclusivamente i bisogni meramente turistici relativi alle vacanze, seguiti dal 36,85% degli spostamenti dettati da legami di amicizia e parentela ed infine i viaggi d'affari, con l'11,74%, percentuale abbastanza rilevante.

Viaggi complessivi all'estero	Numero	Percentuale
<b>TOTALE</b>	887.629	100%
vacanze	456.345	51,41%
amici/parenti	327.140	36,85%
affari	104.144	11,74%

FONTE: Ufficio statistico rumeno

Inoltre i rumeni che si sono recati all'estero hanno fatto ricorso al turismo organizzato per il 69,21%, mentre il turismo individuale "fai da te" copre una percentuale del 30,79%.

#### **2007**

Suddivisione viaggi all'estero	Numero	Percentuale
<b>Totale estero</b>	887.629	100%
<b>Turismo organizzato</b>	614.328	69,21%
<b>Turismo individuale</b>	273.301	30,79%

FONTE: Ufficio statistico rumeno

Il 2008 è stato fortemente caratterizzato, anche sotto il profilo turistico, dalla recente appartenenza del Paese all'Unione Europea: l'assenza delle restrizioni ai viaggi all'interno dello spazio comunitario ha fatto aumentare, secondo i dati dell'INSSE, del 19,1% il numero dei rumeni in viaggio all'estero: 13.072.200 (di cui il 79,4 % si è spostato con l'auto). Rispetto al 2007, i viaggi in aereo sono aumentati del 23,6% nel corso del 2008.

I Paesi che più hanno beneficiato di tale aumento sono stati l'Egitto (+37,2%), l'Austria (+58%), la Turchia (+58,4%), il Regno Unito (+53,7%), la Francia (+ 19,7%), la Bulgaria (+ 19,6%). L'interesse dei viaggiatori rumeni si è invece ridimensionato nei confronti di alcuni Paesi di antica "tradizione turistica" come l'Italia e la Spagna.

## 2) Posizionamento dell'Italia rispetto ai principali concorrenti

In base ai dati registrati dall'ufficio di statistica rumeno sul turismo organizzato nel 2007 l'Italia, con 47.652 viaggi e 287.573 presenze, è al secondo posto nella classifica dei Paesi preferiti, dopo la Grecia molto più vicina e facilmente raggiungibile in poche ore d'auto.

Di seguito si riporta la tabella con le posizioni più significative:

Viaggi organizzati all'estero	Arrivi	Percentuale	Presenze	Percentuale
<b>Totale estero</b>	614.328	100%	3.837.597	100%
<b>Grecia</b>	132.430	21,55%	971.362	25,31%
<b>ITALIA</b>	47.652	7,75%	287.573	7,49%
<b>Spagna</b>	38.282	6,23%	254.462	6,63%
<b>Austria</b>	32.469	5,28%	166.230	4,33%
<b>Francia</b>	20.917	3,40%	133.545	3,47%

FONTE: Ufficio statistico rumeno

Secondo le cifre fornite dalla Federazione Patronale del Turismo, 453 mila cittadini romeni hanno effettuato nel 2008 viaggi in Italia attraverso le agenzie viaggi.

## 3) Principali destinazioni turistiche in Italia

I flussi turistici rumeni si dirigono principalmente verso le regioni del centro-nord d'Italia, privilegiando nell'ordine Veneto, Lazio, Lombardia, Emilia Romagna, Toscana.

## 4) Prospettive per il breve e medio periodo

Nonostante l'attuale crisi economica a livello mondiale, che non mancherà di ripercuotersi anche sulla Romania, per il prossimo biennio è prevedibile un aumento dei consumi turistici, determinato anche dal desiderio di conoscere paesi e culture diverse e, in primo luogo, le società dell'Unione Europea. La fitta rete dei collegamenti aerei dell'Italia (più di 330 voli a settimana da più di venti aeroporti, con molti voli low cost) agevola molto il desiderio di viaggiare verso l'Italia a prezzi contenuti. L'offerta turistica italiana troverà maggiore spazio sul mercato turistico della domanda rumena se saprà immettere pacchetti convenienti, trasparenti e di facile accesso.

### A. Analisi della domanda

#### a) Livello di istruzione

Scuola dell'obbligo	37,08%
Scuola media superiore	57,60%
Università	5,32%

b) Fasce di età

15 – 24 anni	12,10%
25 – 44 anni	29,00%
45 – 64 anni	40,40%
65 +	18,50%

c) Propensione al viaggio

La popolazione rumena dimostra un interesse crescente per le vacanze all'estero. Nel 2006 il turismo organizzato ha subito un aumento del 16,72% rispetto al 2005 e nel 2007 l'aumento è stato del 6,33% mentre nel 2008 si è assistito ad un aumento del 19,1% rispetto all'anno precedente.

I romeni avvertono in maniera crescente la necessità di conoscere altri Paesi e nuove culture. Il traffico aereo verso l'Italia straordinariamente intenso, con più di 330 collegamenti settimanali da più di 20 aeroporti dei due Paesi. Vi sono voli diretti: (Alitalia da Bucarest a Roma e Milano; Tarom da Bucarest a Roma; Easyjet da Bucarest a Milano; My Air/Skyeurope da Bucarest a Bari, Bologna, Catania, Milano/Bergamo, Napoli, Roma e Venezia; Carpatair da Timisoara a Milano/Bergamo, Torino, Verona, Venezia, Bologna, Firenze, Ancona, Roma e Bari), Blue Air (Bologna, Catania, Milano, Napoli, Roma, Torino, Treviso, Verona), Wind Jet (Cagliari, Catania, Forlì, Lampedusa, Milano, Napoli, Palermo, Parma, Pisa, Roma, Torino, Venezia, Verona), Lufthansa da Bucarest a Milano e tale straordinaria abbondanza nell'offerta contribuisce in maniera determinante alla scelta delle destinazioni turistiche all'estero da parte dei cittadini romeni.

d) Principali ragioni per effettuare una vacanza all'estero

- visite ad amici e parenti
- cultura, città d'arte
- shopping
- relax: spiaggia, località balneare
- vacanze attive (montagna e sport)
- partecipazione ad eventi, festival e manifestazioni varie

e) Prodotti turistici preferiti

- turismo balneare (località marittime)
- turismo culturale (per lo più città d'arte)
- turismo religioso
- viaggi d'affari
- sport invernali

f) Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni

nell'ordine:

- |          |  |
|----------|--|
| 1° posto | prezzo contenuto del pacchetto turistico                             |
| 2° posto | motivazioni (ad esempio nella scelta tra mare/montagna/cultura/arte) |
| 3° posto | presenza di un collegamento diretto                                  |
| 4° posto | interesse per il Paese di destinazione                               |

g) Tipo di alloggio preferito

- 1) alberghi/pensioni
- 2) strutture extra alberghiere (es. camere in affitto, attività ricettive in esercizi di ristorazione, unità abitative ammobiliate, residenze rurali, case per ferie, ostelli per la gioventù, case religiose di ospitalità, centri soggiorno studi)
- 3) campeggi

h) Periodi preferiti per i viaggi

Nel periodo giugno – settembre si concentra il movimento turistico per le vacanze estive. Nei restanti mesi si pratica, in prevalenza, il turismo d'affari (meeting, fiere, borse, esposizioni, viaggi/premio per i dipendenti e per i maggiori clienti delle aziende).

Il turismo cosiddetto “business” è una componente importante dei volumi turistici internazionali. Spesso tale tipo di viaggi passa attraverso la condivisione delle stesse strutture e servizi utilizzati per lavoro, come alberghi e vettori aerei, dando vita ad un effetto “traino” degli affari sul piacere (si espande, in sostanza, il periodo dedicato ad un congresso o ad una fiera con una breve vacanza).

i) Fonti di informazione preferite

L'utenza rumena si rivolge agli operatori turistici ed alle agenzie viaggi per ottenere informazioni su pacchetti organizzati, dal momento che permane una scarsa diffusione delle informazioni relative alle destinazioni turistiche all'estero: in questo senso vi è una certa differenza “generazionale”, dal momento che i giovani utilizzano con maggiore frequenza internet.

Sono molto ricercate le pubblicazioni turistiche edite dagli enti ufficiali del turismo, i quotidiani e le riviste specializzate nonché i materiali promozionali messi a disposizione dalle rappresentanze straniere in Romania.

j) Canali utilizzati: operatori turistici, uffici viaggi, siti web

h) La domanda turistica dei cittadini romeni nei confronti dell'Italia, anche se in calo rispetto al 2008, permane a livelli piuttosto alti, anche in considerazione delle affinità culturali e linguistiche così come per la massiccia presenza sul territorio italiano di cittadini romeni che hanno lasciato il Paese per motivi di lavoro per vivere stabilmente in Italia. (circa un milione).

Ne discende che la tipologia del turista romeno in Italia è fortemente legata alla presenza della comunità romena, concentrata principalmente nei grandi centri urbani ma presente capillarmente in tutte le regioni del Paese. Pertanto, variano molto sia il segmento socio-economico di appartenenza che il livello culturale e l'età.

Come tuttavia avviene anche per altri tipi di consumo, anche per quello di natura turistica si sta progressivamente consolidando una triplice tipologia di consumatore:

1. giovane professionista urbano, con o senza famiglia, ed elevato livello di scolarizzazione, interessato sia al percorso turistico con marcato interesse per gli aspetti storico-artistici sia a quello che privilegia aspetti quali il divertimento, lo stile di vita italiano e lo shopping;
2. uomo d'affari benestante, con o senza famiglia, con elevate capacità di spesa anche per gli standard occidentali, più interessato all'offerta turistica di alto livello, caratterizzata da divertimento/presenza dello stile di vita italiano/shopping;
3. familiari di cittadini romeni stabilmente residenti in Italia che vanno a visitare i familiari e svolgono talune attività tipiche del turista (mangiare al ristorante, fare shopping, visitare monumenti e musei, ecc.).

#### C. Analisi SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) della destinazione "Italia"

##### 1. Punti di forza dell'offerta turistica italiana

- Stretti legami con l'Italia per le comuni tradizioni storiche culturali e linguistiche
- Offerta culturale/ monumentale/ artistica di altissimo livello
- Stile di vita
- Turismo balneare
- Enogastronomia di qualità
- Shopping
- Disponibilità di un gran numero di collegamenti aerei con l'Italia

##### 2. Punti di debolezza dell'offerta turistica italiana

- Prezzi troppo elevati
- Frequenza e scarsa prevedibilità negli scioperi del comparto trasporti
- Pacchetti non comprensivi di tutti i servizi
- Carezza di offerte turistiche online

##### 3. Opportunità

- Festival
- Avvenimenti culturali e folkloristici
- Partecipazione ad attività di promozione in occasione di eventi e feste popolari in Romania

- Azioni di co-marketing con i tour operator: costituzione di una rete di presentazione dell'offerta dei Tour Operator italiani oppure agevolazione dei rapporti con le agenzie viaggi con l'ausilio della presenza dei romeni in Italia (alcuni dei quali prestano già servizio, generalmente su base stagionale, nell'industria turistica del nostro Paese).

#### 4. Rischi/Difficoltà Potenziali

- Notizie allarmanti sulla stampa italiana riferite al caro vita ed al caro-vacanze
- Notizie allarmanti sulla stampa romena riferite alla presenza di un clima di ostilità nei confronti dei cittadini romeni.

### **III. Obiettivi**

1. Mantenimento/consolidamento e competitività dei prodotti turistici tradizionali: maggiore presenza turistica in Romania attraverso attività di promozione e pubblicità (compresi gli opuscoli in lingua romena) atti a sollecitare l'attenzione della popolazione ad alto reddito. In modo particolare, occorrerebbe sostenere gli operatori turistici rumeni nella programmazione e vendita di pacchetti turistici a costi contenuti rispetto alla concorrenza.
2. Destagionalizzazione: promozione verso le fasce ad alto reddito di offerte mirate quali il turismo diretto ai borghi storici, i grandi eventi musicali, programmi culturali ed iniziative *ad hoc* delle stazioni balneari.
3. Promozione dell'Italia minore: sempre per le fasce ad alto reddito, lancio di prodotti di nicchia e di alta qualità (golf, nautica, residenze storiche, vacanze di lusso, congressi, shopping, ecoturismo ed itinerari gastronomici).
4. Promozione delle Regioni dell'Italia del Sud: i romeni hanno una limitata conoscenza delle regioni del sud dell'Italia, anche se negli ultimi tempi si evince un crescente interesse verso il mezzogiorno, ancora poco presente come meta turistica sulla stampa rumena. Bisognerà, quindi, attivare educational tours per i mezzi d'informazione, gli operatori turistici e le agenzie di viaggi rumeni. È auspicabile una maggiore presenza dell'imprenditoria pubblica e privata italiana online, attraverso l'offerta di concrete e significative proposte di viaggio, immagine e commercializzazione del turismo territoriale.
5. Attrazione di nuovi bacini di formazione del flusso turistico: il bacino più importante è rappresentato dalla capitale Bucarest con 1,944 milioni abitanti, Timisoara con 312,4 mila abitanti e Cluj Napoca con 309,3 mila abitanti.
6. Miglioramento dell'assistenza alle imprese italiane: le imprese italiane possono richiedere all'ENIT - Agenzia di Vienna ricerche di mercato, mailing list di operatori e giornalisti rumeni, proposte operative per la formulazione di progetti promozionali ed assistenza in caso di intervento sul territorio rumeno.