

GUIDA EKSPORTI

SPANJA



GUIDA EKSPORTI – SPANJA

1. PËRMBLEDHJE E VENDIT

1.1 Treguesit e Përgjithshëm Ekonomikë

TREGUESI	VLERA (2023)
PBB NOMINAL	1.54 trillion €
PBB PËR FRYMË	32,500 €
POPULLSIA	47.5 milionë
SHKALLA E RITJES EKONOMIKE	1.2%
NORMA E PAPUNËSISË	10.9%
INFLACIONI	3.5%
BORXHI PUBLIK	113.5% e PBB-së

Spanja është ekonomia e 14-të më e madhe në botë sipas PBB-së nominale dhe e gjashta më madhe në Evropë. Disa nga sektorët kryesorë të aktivitetit ekonomik përfshijnë industrinë e automobilave, teknologjinë mjekësore, industrinë kimike, ndërtimin e anijeve, turizmin dhe industrinë e tekstilit. Si anëtare e OECD, Spanja ka një sistem sigurimesh shoqërore shumë efikase dhe të fortë, i cili përbën rreth 23% të PBB-së së vendit. Sipas vlerësimeve të vitit 2023, ekonomia e saj arrin në 616 miliardë dollarë.

1.2 Hapja ndaj Tregtisë (Raporti Tregti-PBB)

47.8% Raporti Tregti – PBB	504 MLD € Eksportet totale	504 MLD € Importet totale
* Vlera (2023)	* Vlera (2023)	* Vlera (2023)

Sipas të dhënave të vitit 2023, Spanja regjistroi një raport të tregtisë ndaj PBB-së prej 47.8%, duke reflektuar një ekonomi të hapur dhe të integruar në tregtinë ndërkombëtare. Kjo tregon se pothuajse gjysma e prodhimit të brendshëm bruto të vendit lidhet me aktivitetet tregtare, duke nënvizuar rëndësinë e eksporteve dhe importeve në ekonominë spanjolle.

2. ANALIZA E TREGUT

2.1 Statistikat e Import-Eksportit



Automjete dhe pjesë këmbimi



Makineri dhe reaktorë bërthamorë



Karburante minerale dhe produkte të naftës



Pajisje elektrike dhe elektronike



Produkte farmaceutike

EKSPORTET (\$ MILIARDË)

60.5

26.5

25.9

20.4

20.2

IMPORTET (\$ MILIARDË)

46.2

37.2

63.5

38.8

20.9

Gjatë të njëjtit vit, importet e Spanjës ishin gjithashtu në nivelin afërsisht 504 miliardë euro. Mallrat kryesore të importuara përfshijnë karburantet, kimikatet, mallrat gjysmë të gatshme, ushqimet, mallrat e konsumit dhe makineritë e pajisjet. Këto importe janë thelbësore për mbështetjen e industrive vendase dhe plotësimin e kërkesës së brendshme.

2.2 Partnerët Kryesorë Tregtarë



Gjermania



Franca



Italia



Mbretëria e Bashkuar



SHBA

EKSPORTET (%)

11%

15%

8%

7%

4%

IMPORTET (%)

11%

9%

6%

4%

4%

3. OBJEKTIVAT E EKSPORTIT

3.1 Qëllimet

- Rritja e eksportit të produkteve shqiptare të bujqësisë, tekstilit dhe teknologjisë.
- Krijimi i partneriteteve të reja me distributorë, investitorë dhe rrjete biznesi për të zgjeruar praninë tregtare.
- Diversifikimi i tregjeve për produktet **"Made in Albania"**.

3.2 Strategjia e Hyrjes në Treg

- Bashkëpunimi me distributorë lokalë.
- Shitje direkte dhe pjesëmarrje në tregjet online (platforma e-commerce).
- Përdorimi i rrjetëzimeve B2B dhe panairove tregtare në Spanjë.

4. MUNDËSITË PËR BIZNESET SHQIPTARE



PRODUKTE BUJQËSORE DHE USHQIMORE

Kërkesa e lartë në Spanjë për produkte të freskëta dhe tradicionale nga Ballkani.



TEKSTILE DHE VESHJE

Industria spanjolle e modës kërkon furnizues me kosto efektive dhe cilësi të lartë.



PRODUKTE ARTIZANALE DHE SUVENIRE

Turizmi i zhvilluar në Spanjë krijon treg për produkte unike dhe artizanale.

* Sektorët me Potencial / Arsyjeja

5. RREGULLORET DHE BARRIERAT TREGTARE

5.1 Tarifat Doganore dhe Importit

- Produktet nga Shqipëria kanë preferenca tarifore për shkak të Marrëveshjes së Stabilizim-Asociimit (MSA) me BE-në.
- Taksa TVSH për importet varion midis 4% dhe 22%.

5.2 Barrierat Jotarifore

- Certifikimi CE për mallrat industriale.
- Rregullat e BE-së mbi sigurinë ushqimore

6. AKTORËT DHE PARTNERËT KRYESORË



AIDA

AIDA mund të ofrojë mbështetje për ndërmarrjet që duan të hyjnë në tregun spanjoll dhe mund të ndihmojë në lidhjen e biznesve me mundësitë e financimit dhe mbështetje për eksport



AMBASADA E SPANJËS NË TIRANË

Ofron mbështetje për zhvillimin e marrëdhënieve bilaterale, si dhe asistencë për eksportuesit shqiptarë që dëshirojnë të hyjnë në tregun spanjoll.



INSTITUTI I TREGTISË SË JASHTME TË SPANJËS

Ofron mbështetje për ndërmarrjet që duan të eksportojnë në Spanjë, duke ofruar informacion për tregun dhe mundësi për pjesëmarrje në aktivitete promovionale, si dhe shërbime konsulence për eksportuesit.

* Institucionet / Roli



DHOMAT E TREGTISË SPANJOLLE

Ofrojnë mundësi rrjetëzimi dhe mund të ndihmojnë në krijimin e lidhjeve me partnerë potencialë dhe distributorë në Spanjë.

7. AKTIVITETE PROMOVUESE

- **Pjesëmarrja në panaire ose aktivitete B2B** – Ngjarje si Fitur (turizëm), Alimentaria (agroushqimore), Fruit Attraction (fruta dhe perime), Expoquimia (kimikate dhe farmaceutikë) dhe Construtec (ndërtim dhe materiale ndërtimore) janë mundësi të mira për të krijuar kontakte me blerës dhe distributorë spanjollë.
- **Platforma online** – ICEX eMarket Services dhe MarketPlace EU ofrojnë mundësi për eksportuesit shqiptarë. ICEX eMarket Services është një platformë e menaxhuar nga Instituti i Tregtisë së Jashtme të Spanjës, e cila ndihmon bizneset ndërkombëtare të hyjnë në tregun spanjoll përmes analizave të tregut dhe partneriteteve strategjike. MarketPlace EU siguron ekspozim më të gjerë për produktet dhe ndihmon eksportuesit shqiptarë në përmbushjen e rregulloreve të BE-së për importet.
- **Dhoma e Tregtisë së Spanjës** – Ofron shërbime për bizneset e huaja që duan të hyjnë në tregun spanjoll, përfshirë kontakte me distributorë dhe organizime të takimeve B2B.
- **Shoqata të sektorit** – Si FIAB (Federata Spanjolle e Industrisë Ushqimore dhe Pijeve), ANFAC (Shoqata e Prodhuesve të Automjeteve), Farmaindustria (Industria farmaceutike) dhe AMETIC (Shoqata e Teknologjisë dhe Elektronikës), të cilat mund të ndihmojnë eksportuesit të gjejnë mundësi bashkëpunimi dhe të kuptojnë më mirë dinamikën e tregut.

8. ANALIZA SWOT

FAKTORËT	PIKAT POZITIVE	SFIDA
FORCAT	Ekonomi e diversifikuar dhe e zhvilluar	Rregulloret e tregut dhe standardet e larta të cilësisë kërkojnë përshtatje dhe investime shtesë nga bizneset e reja.
DOBËSITË	Papunësi e lartë, veçanërisht ndër të rinjtë	Shkalla e lartë e papunësisë mund të ndikojë në fuqinë blerëse të konsumatorëve, veçanërisht në disa segmente të tregut
MUNDËSITË	Rritje e kërkesës për produkte ekologjike dhe të qëndrueshme	Standardet e larta për certifikimet ekologjike dhe të qëndrueshme mund të rrisin kostot e prodhimit dhe të rregullimit për bizneset e reja
KËRCËNIMET	Konkurrencë e fortë nga tregjet e tjera evropiane dhe globale	Kompanitë nga vende me kosto më të ulëta të prodhimit (p.sh., Kina, Turqia, vende të tjera të BE-së) ofrojnë produkte me çmime konkurruese, duke e bërë të vështirë për bizneset shqiptare të hyjnë me çmime konkurruese

9. REKOMANDIME

- Spanja është një treg i madh dhe i diversifikuar, me mundësi për eksportuesit shqiptarë, por sfidat kryesore përfshijnë konkurrencën e fortë, standardet e rrepta të cilësisë dhe nevojën për përshtatje me kërkesat rregullatore të BE-së.
- Diferencimi dhe markimi janë kyçe – Produktet shqiptare duhet të pozicionohen si unike dhe me vlerë të shtuar, veçanërisht në sektorët e ushqimit organik, produkteve të qëndrueshme dhe përbërësve natyralë.

- Qasja përmes partneriteteve dhe rrjetëzimit B2B – Pjesëmarrja në panairë dhe platformat e specializuara si ICEX eMarket Services ndihmon në krijimin e kontakteve dhe hyrjen më të lehtë në treg.
- Përshtatja me tendencat e tregut – Konsumatorët spanjollë po i kushtojnë më shumë rëndësi produkteve ekologjike, cilësisë dhe gjurmueshmërisë së origjinës, ndaj eksportuesit shqiptarë duhet të investojnë në certifikime dhe përmbushjen e këtyre kërkesave.
- Mbështetja nga institucionet dhe programet e BE-së – Shfrytëzimi i fondeve dhe projekteve për mbështetjen e eksportit dhe ndërkombëtarizimit mund të ndihmojë bizneset shqiptare të rrisin praninë e tyre në tregun spanjoll.

Eksportuesit shqiptarë që duan të hyjnë në Spanjë duhet të kenë një strategji të qartë marketingu, të investojnë në partneritete dhe të përshtaten me standardet e tregut për të qenë konkurrues.

GUIDA EKSPORTI

SPANJA