

Noua România .eu



BLUEPRINT CONCEPTUAL V1

Platformă pentru crearea și captarea valorii în România

Misiune, arhitectură, module, metodologie, independență și roadmap

STATUT

Document conceptual de
lucru

PROIECT ASOCIAT

NouaRomania.eu

DENUMIRE

Provizorie, de stabilit
ulterior

nouaromania.eu/de-la-resurse-la-prosperitate

Cuprins

Misiune, arhitectură, module, metodologie, independență și roadmap

01 REZUMAT EXECUTIV

02 VIZIUNE, MISIUNE ȘI OBIECTIVE

03 PRINCIPIUL ECONOMIC FUNDAMENTAL

04 UTILIZATORI ȘI BENEFICIARI

05 ARHITECTURA CONCEPTUALĂ

06 MODULELE PLATFORMEI

07 METODOLOGIA DE IDENTIFICARE A OPORTUNITĂȚILOR

08 PRINCIPII FUNDAMENTALE

09 RELAȚIA CU NOUAROMANIA.EU

10 MODEL DE GUVERNANȚĂ ȘI FINANȚARE

11 ROADMAP DE DEZVOLTARE

12 INDICATORI DE SUCCES

13 CE NU VA ÎNCERCA SĂ FACĂ MVP-UL

14 COMUNICARE ȘI LANSARE

15 PRINCIPII PENTRU PAGINA DE PREZENTARE ȘI FINANȚARE

16 DECIZII CARE RĂMÂN DESCHISE

17 FORMULAREA CENTRALĂ A PROIECTULUI

01 REZUMAT EXECUTIV

România dispune de resurse naturale, capacități productive, antreprenori, competențe tehnice și acces la piețe internaționale. Cu toate acestea, există oportunități de dezvoltare economică ce pot rămâne neidentificate, neexploatate sau insuficient valorificate atunci când resursele și capacitățile existente nu sunt transformate în produse, tehnologii, servicii și branduri mai sofisticate.

O parte a soluției constă în identificarea domeniilor în care România ar putea procesa mai multe resurse intern, dezvolta noi capacități industriale, produce bunuri cu valoare adăugată mai mare și ocupa poziții mai valoroase în lanțurile internaționale de producție și distribuție.

Realizarea acestor obiective presupune acces la informații economice relevante, identificarea oportunităților comerciale, evaluarea fezabilității, cunoașterea piețelor internaționale și vizibilitatea competențelor și capacităților deja existente.

Informațiile necesare sunt adesea dispersate între statistici, studii, companii, baze de date comerciale, surse instituționale și cercetări sectoriale.

Propunerea: dezvoltarea unei infrastructuri digitale independente care să reunească și să interpreteze aceste informații, să identifice oportunități realiste de creare a valorii economice în România și să le facă mai accesibile antreprenorilor, investitorilor, producătorilor, exportatorilor și altor actori capabili să le transforme în activitate economică.

Platforma nu își propune să înlocuiască piața, antreprenorii sau instituțiile publice. Scopul ei este să îmbunătățească vizibilitatea oportunităților, accesul la informații și capacitatea actorilor economici de a lua decizii și de a acționa.

Pe termen lung, ambiția este ca platforma să devină o componentă independentă și durabilă a infrastructurii economice a României.

02 VIZIUNE, MISIUNE ȘI OBIECTIVE

2.1. Viziune

O Românie care își valorifică mai bine resursele și capacitățile, dezvoltă produse și servicii tot mai sofisticate, ocupă poziții mai valoroase în economia internațională și captează o proporție mai mare din valoarea economică pe care o generează.

2.2. Misiune

Să contribuim la dezvoltarea economică a României prin identificarea, analizarea și promovarea oportunităților de creare a unei valori adăugate mai mari, oferind antreprenorilor, investitorilor și factorilor de decizie informațiile și instrumentele necesare pentru a transforma potențialul productiv al țării în afaceri, produse și exporturi competitive.

2.3. Scop strategic

Stimularea dezvoltării și transformării activităților economice din România, astfel încât să apară mai multe produse și servicii competitive cu valoare adăugată ridicată, să crească sofisticarea exporturilor și să fie valorificate oportunitățile care astăzi rămân insuficient explorate.

2.4. Obiective strategice

1. Identificarea domeniilor în care resursele și capacitățile României ar putea susține procese competitive de prelucrare și producție.
2. Facilitarea accesului la informații despre piețe, cumpărători, produse și oportunități de export.
3. Promovarea companiilor românești care produc bunuri și servicii competitive și cu valoare adăugată semnificativă.
4. Sprijinirea apariției, extinderii și transformării afacerilor prin informații și oportunități relevante.
5. Facilitarea unor conexiuni între antreprenori, investitori, producători, cercetători și parteneri comerciali.
6. Documentarea provocărilor economice, tehnologice, legislative, administrative și ecologice care pot împiedica realizarea unor oportunități viabile.
7. Contribuția la schimbarea mentalității economice, de la simpla deținere și exportare a resurselor spre dezvoltarea produselor, competențelor și capacităților care generează mai multă valoare.

03 PRINCIPIUL ECONOMIC FUNDAMENTAL

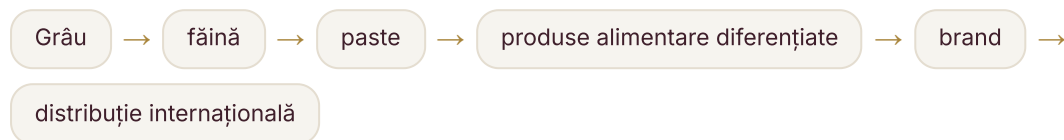
Platforma pornește de la următoarea idee:

Nu este suficient ca România să dețină resurse și să exporte. Este important câtă valoare economică poate crea și capta prin transformarea acestor resurse și capacități în produse, servicii, tehnologii și branduri competitive.

Un exemplu simplificat este lanțul:



Un alt exemplu:



Fiecare etapă poate presupune activități suplimentare de procesare, inginerie, design, cercetare, ambalare, marketing, distribuție și proprietate intelectuală.

Totuși, trecerea la o etapă superioară nu este automat profitabilă. Fezabilitatea depinde de cererea pieței, productivitate, concurență, costuri, capital, tehnologie, competențe și impact asupra mediului.

Prin urmare, platforma nu va promova procesarea internă ca scop în sine, ci va identifica **unde există oportunități credibile de procesare competitivă și de creștere a valorii captate în economia României.**

04 UTILIZATORI ȘI BENEFICIARI

4.1. Publicuri prioritare

Antreprenorii și potențialii antreprenori

Vor putea descoperi oportunități de producție, procesare, diferențiere, extindere și export.

Investitorii și finanțatorii

Vor putea identifica oportunități economice documentate, sectoare insuficient dezvoltate și proiecte potențiale care merită investigate în continuare.

Producătorii și exportatorii existenți

Vor putea descoperi noi piețe, oportunități de diversificare, informații comerciale și modalități de dezvoltare a propriilor produse.

Factorii de decizie și organizațiile relevante

Vor putea consulta analize, date și probleme documentate care pot contribui la îmbunătățirea condițiilor pentru activitatea economică.

4.2. Publicuri secundare

Tinerii, studenții, cercetătorii, universitățile, organizațiile profesionale, diaspora și populația generală.

Aceștia pot contribui la cultura economică, la descoperirea oportunităților și la identificarea unor noi direcții de dezvoltare.

4.3. Beneficiarul ultim

Economia românească și societatea românească.

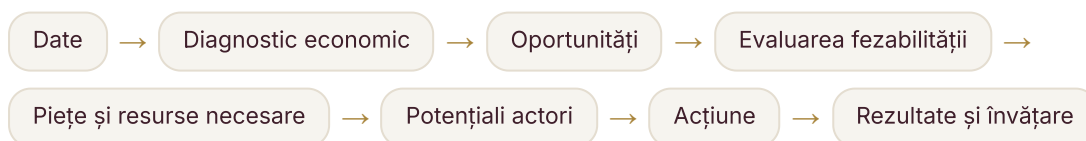
Actorii economici sunt cei care realizează investițiile și activitățile productive. Platforma îi ajută să identifice și să evalueze oportunitățile.

05 ARHITECTURA CONCEPTUALĂ

Platforma va putea fi înțeleasă prin cinci întrebări principale:

- 1. Ce avem și ce facem deja?** Resurse, produse, capacități, exporturi, importuri și companii.
- 2. Ce am putea face mai bine sau diferit?** Procesare, produse noi, activități industriale și oportunități de diferențiere.
- 3. Cine ar putea cumpăra?** Piețe externe, categorii de cumpărători și cerere internațională.
- 4. Ce ar fi necesar pentru realizarea oportunității?** Investiții, tehnologii, competențe, finanțare, autorizații și alte condiții.
- 5. Cine ar putea transforma oportunitatea în realitate?** Antreprenori, producători, investitori și parteneri comerciali.

Fluxul fundamental:



Platforma nu trebuie să execute în mod direct fiecare etapă. Rolul său inițial este să facă oportunitățile mai vizibile, mai inteligibile și mai ușor de urmărit până la posibila lor realizare.

06 MODULELE PLATFORMEI

MODULUL 1

ROMANIA VALUE MAP

Harta resurselor, producției, exporturilor și importurilor

PRIORITATE ridicată

Acest modul va constitui baza informațională a platformei.

Obiectivul său este să ofere o imagine structurată asupra resurselor și capacităților economice ale României și asupra modului în care acestea sunt transformate și comercializate.

Informații urmărite, în funcție de disponibilitatea datelor:

- principalele resurse naturale și agricole;
- producția internă pentru sectoarele relevante;
- exporturile pe categorii de produse și niveluri de procesare;
- importurile de produse finite și intermediare;
- capacitățile de procesare existente;
- evoluția sectorială;
- companiile și industriile relevante;
- principalele piețe de export și surse de import.

Funcționalitate-cheie

Identificarea unor situații în care România exportă produse insuficient procesate și importă produse obținute prin procesarea unor resurse similare sau a unor resurse pe care le deține.

Aceste situații vor constitui piste de investigație, nu dovezi automate de oportunitate comercială.

Rezultatul urmărit

O imagine mai clară asupra locurilor în care ar putea exista oportunități de dezvoltare a procesării interne.

VALUE-ADDED OPPORTUNITIES

Oportunități de creare a valorii adăugate

PRIORITATE foarte ridicată

Acesta ar putea deveni modulul central al platformei.

Va prezenta oportunități analizate pentru dezvoltarea unor produse, procese sau capacități productive în România.

Exemple de domenii potențiale:

- procesarea produselor agricole;
- produse alimentare diferențiate și premium;
- produse și componente din lemn;
- mobilier și produse de design;
- textile și produse vestimentare;
- procesarea materialelor;
- componente industriale;
- chimie și materiale;
- echipamente și tehnologii.

Acestea sunt categorii de explorat, nu recomandări economice deja validate.

Fiecare oportunitate va avea un dosar propriu

A Resursa sau capacitatea de bază

Ce există deja în România și ce date susțin afirmația?

B Situația curentă

Ce se produce, exportă și importă? În ce forme și în ce volume, acolo unde datele sunt disponibile?

C Posibile etape suplimentare

Ce produse sau procese ar putea fi dezvoltate peste resursa ori capacitatea existentă?

D Cererea comercială

Există cerere pe piața internă sau în străinătate? Ce concurenți și produse alternative există?

E Fezabilitatea

Ce investiții, tehnologii, competențe, infrastructură și materii prime suplimentare ar fi necesare?

F Provocări și limite

Ce obstacole legislative, birocratice, tehnologice, financiare, logistice sau ecologice pot apărea?

G Valoare potențială

Ce activități și venituri ar putea fi generate în România? Care ar fi beneficiile și riscurile?

H Posibili pași următori

Ce ar trebui verificat, cine ar putea fi interesat și unde pot fi găsite informații suplimentare?

Principiu esențial

Fiecare dosar va distinge între fapte verificate, estimări, ipoteze și recomandări.

Platforma nu va prezenta oportunitățile drept investiții garantate și nu va promite rentabilitate fără fundamentare adecvată.

MODULUL 3

EXPORT & MARKET INTELLIGENCE

Unde putem vinde produsele?

PRIORITATE ridicată

Scopul este să ajute producătorii și viitorii antreprenori să înțeleagă unde ar putea exista cerere pentru produsele analizate.

Informațiile pot include:

- țări și piețe potențiale;
- dimensiunea și evoluția pieței, când există date credibile;
- importurile și principalii furnizori ai pieței respective;
- categorii de cumpărători;
- concurenți și produse substituibile;
- standarde și certificări;
- condiții de acces pe piață;
- taxe vamale și alte cerințe comerciale relevante;
- logistică și distribuție;
- canale de identificare a potențialilor parteneri.

Un exemplu

Un dosar privind mobilierul din lemn produs în România ar putea indica:

- piețe care importă categorii relevante de mobilier;
- segmentele în care există cerere;
- nivelul concurenței;
- diferențierea posibilă;
- cerințele pentru export;
- canalele prin care pot fi identificați cumpărătorii.

Identificarea unor piețe promițătoare nu trebuie confundată cu validarea unei cereri ferme pentru un anumit produs. Aceasta va necesita investigații suplimentare.

MODULUL 4

ROMANIAN PRODUCERS

Producători și companii românești

PRIORITATE ridicată

O secțiune dedicată companiilor care produc deja bunuri și servicii competitive sau cu valoare adăugată semnificativă.

Posibile informații:

- companie și domeniu de activitate;
- produse și capacități;
- competențe și tehnologii;
- certificări relevante;
- piețe în care activează;
- posibilități de colaborare;
- website și date publice de contact;
- studii de caz relevante.

Obiectivul nu este doar promovarea companiilor, ci și documentarea capacităților de producție deja existente în România.

Această bază de cunoștințe poate ajuta la evaluarea oportunităților noi, la promovarea exporturilor și la evidențierea exemplelor de reușită.

Includerea companiilor trebuie să urmeze criterii publice și transparente, fără a crea impresia că simpla prezență pe platformă reprezintă o certificare comercială.

MODULUL 5

CASE STUDIES

Exemple concrete de creare a valorii

PRIORITATE ridicată

Studii de caz despre produse, industrii și companii care demonstrează cum poate fi creată mai multă valoare prin procesare, specializare, tehnologie, design sau branding.

Structură posibilă:

- resursa ori capacitatea inițială;
- forma în care este comercializată astăzi;
- etapele suplimentare posibile;
- produsul rezultat;
- piața și concurența;

- valoarea economică potențială;
- investițiile și competențele necesare;
- factorii care au contribuit la succesul unor exemple comparabile;
- lecții aplicabile în România.

Seria ar putea include materiale vizuale de tipul:

„De la materia primă la produsul premium”

sau:

„Ce poate construi România peste ceea ce produce deja?”

Comparațiile de preț vor fi folosite cu precauție. Prețul unui produs finit nu reprezintă profitul obținut din materia primă, deoarece intervin costuri de procesare, pierderi, distribuție, capital și alte cheltuieli.

MODULUL 6

ENTREPRENEUR TOOLKIT

Ghiduri practice pentru antreprenori

PRIORITATE medie

O secțiune educațională, concepută pentru a face mai ușor de înțeles parcursul de la idee la activitate economică și export.

Posibile ghiduri:

- pașii pentru evaluarea unei oportunități de producție;
- cum se construiește un plan de afaceri pentru o unitate de procesare;
- cum se estimează costurile și cererea;
- cum se identifică investitori;
- cum se pregătește o prezentare pentru finanțatori;
- ce tipuri de finanțare pot fi investigate;
- cum se identifică programele relevante de finanțare;
- cum se cercetează o piață externă;
- cum se identifică potențiali distribuitori;
- ce standarde și certificări pot fi necesare;
- ce proceduri de export trebuie investigate;
- unde se găsesc informații oficiale despre autorizații și obligații administrative.

Informațiile privind legislația, programele de finanțare și procedurile vor include surse oficiale și date de actualizare.

Platforma va avea rol informativ și educațional, fără a pretinde că înlocuiește consultanța juridică, fiscală, tehnică ori financiară specializată.

MODULUL 7

CHALLENGES & BARRIERS

Provocări și obstacole economice

PRIORITATE medie, cu posibilitate de integrare în primele dosare

Această secțiune va documenta problemele care pot împiedica dezvoltarea unor oportunități viabile.

Categorii posibile:

- reglementări;
- birocratie;
- autorizații;
- acces la finanțare;
- infrastructură;
- disponibilitate de tehnologii;
- competențe și forță de muncă;
- logistică;
- certificare;
- acces pe piețe;
- constrângeri energetice;
- limite ecologice;
- disponibilitatea sustenabilă a resurselor.

Fiecare problemă importantă ar trebui să includă:

- descrierea problemei;
- dovezi și surse;
- sectoarele afectate;
- impactul economic cunoscut sau estimat;
- eventualele soluții;
- gradul de certitudine;
- instituțiile ori actorii relevanți, dacă este cazul.

Într-o etapă ulterioară, această secțiune poate evolua spre un registru structurat de obstacole economice.

MODULUL 8

INVESTMENT OPPORTUNITIES

Oportunități pentru investitori

PRIORITATE ulterioară

Un modul destinat oportunităților care au fost investigate suficient pentru a justifica o prezentare către potențiali investitori sau parteneri industriali.

Informații posibile:

- descrierea oportunității;
- produsul și piața vizată;
- dovezile privind cererea;
- capacitățile existente;
- investițiile necesare, ca interval estimativ;
- tehnologiile necesare;
- condițiile de implementare;
- riscurile și limitele;
- potențiale surse de venit;
- nevoile de finanțare;
- pașii necesari pentru validare.

Platforma nu va promova drept proiecte validate oportunități care sunt încă simple ipoteze. Etapa de maturitate și informațiile lipsă vor fi prezentate explicit.

Pe termen lung, acest modul ar putea facilita contactul între inițiatorii proiectelor, investitori și parteneri tehnologici.

MODULUL 9

B2B MARKETPLACE

Vânzări și export angro

PRIORITATE pe termen lung

O posibilă evoluție spre o piață digitală prin care producătorii români să își prezinte produsele cumpărătorilor internaționali.

Funcționalități posibile:

- cataloage de produse;
- profiluri de producători;
- cereri de ofertă;
- contact între cumpărători și furnizori;
- informații despre capacități de producție;
- categorii de produse și piețe;
- verificări și mecanisme de încredere;
- eventuale servicii comerciale premium.

Acest modul ar intra într-o zonă concurențială deja ocupată de platforme B2B internaționale. Nu ar trebui construit doar pentru că există tehnologia necesară.

Extinderea va fi justificată numai dacă platforma are deja o comunitate de producători și cumpărători și poate oferi o valoare distinctă.

Intermedierea de bază, identificarea furnizorilor și un marketplace complet nu sunt cerințe pentru prima versiune.

07 METODOLOGIA DE IDENTIFICARE A OPORTUNITĂȚILOR

Pentru a evita transformarea platformei într-o colecție de idei speculative, fiecare oportunitate va fi evaluată după un set transparent de criterii.

7.1. Criterii principale

- disponibilitatea resurselor;
- existența unei cereri comerciale plauzibile;
- nivelul concurenței;
- productivitatea și costurile potențiale;
- existența competențelor și capacităților conexe;
- investiția estimată;
- tehnologia necesară;
- accesul la energie, infrastructură și logistică;
- fezabilitatea comercială și industrială;
- accesul la piețele vizate;
- obstacolele legislative și administrative;
- impactul asupra mediului;
- valoarea economică ce ar putea fi generată și captată în România.

7.2. Nivelurile dovezilor

Fiecare dosar ar trebui să distingă clar între:

Date verificate: informații susținute de surse identificabile.

Analiză: interpretări bazate pe date și metodologie explicită.

Estimări: valori aproximative, cu ipotezele și limitele lor.

Ipoteze de oportunitate: posibilități care merită cercetate, dar nu sunt încă validate.

Recomandări: pași propuși în baza analizei.

7.3. Surse posibile

În funcție de subiect:

- Institutul Național de Statistică;
- Eurostat;
- UN Comtrade;
- baze de date comerciale și statistici vamale;
- rapoarte sectoriale;
- studii de piață;
- surse publice despre companii;
- universități și instituții de cercetare;
- organizații profesionale;
- interviuri cu producători și experți;
- surse oficiale privind legislația și finanțarea.

Datele vor fi însoțite, pe cât posibil, de sursă, perioadă, unitate de măsură și data ultimei actualizări.

08 PRINCIPII FUNDAMENTALE

8.1. Independență politică

Platforma nu trebuie să depindă de un partid, guvern sau administrație pentru a exista și funcționa.

Actorii publici pot utiliza informațiile, contribui cu date sau răspunde unor probleme documentate, dar nu trebuie să dețină controlul editorial asupra platformei.

8.2. Pragmatism economic

Nu orice produs trebuie fabricat în România și nu orice import trebuie înlocuit.

Oportunitățile trebuie evaluate după competitivitate, cerere, fezabilitate, risc și sustenabilitate.

8.3. Transparență

Metodologia, sursele, finanțarea, conflictele de interese și criteriile de selecție trebuie să fie cât mai transparente.

8.4. Internaționalizare

Scopul nu este autarhia economică.

România trebuie să ocupe poziții competitive în lanțurile internaționale de producție și comerț, colaborând cu parteneri străini și accesând piețe globale.

8.5. Neutralitate metodologică

Obiectivul dezvoltării economice a României este explicit, dar concluziile fiecărei analize trebuie să fie determinate de dovezi, nu de dorința de a confirma o teză.

8.6. Accesibilitatea informației

Informațiile de interes general ar trebui să fie accesibile într-un format ușor de înțeles și, pe cât posibil, să poată fi verificate și reutilizate.

8.7. Independență prin arhitectură

Independența nu se declară doar în misiune. Se construiește prin finanțare diversificată, transparență, separarea finanțării de controlul editorial și mecanisme publice de corectare a erorilor.

09 RELAȚIA CU NOUAROMANIA.EU

NouaRomania.eu este platforma existentă, mai amplă, dedicată soluțiilor și schimbărilor necesare în România.

Noua inițiativă va avea un centru de greutate diferit.

NouaRomania.eu: soluții pentru sistemele naționale, politici publice, guvernanta și reforme.

Platforma de creare a valorii: inteligență economică, oportunități productive, exporturi, piețe, investiții și capacități industriale.

Cele două proiecte se pot susține reciproc.

Exemplu:

1. Platforma identifică o oportunitate economică promițătoare.
2. Analiza documentează un obstacol legislativ sau administrativ.
3. Problema este evaluată și explicată.
4. NouaRomania.eu poate contribui cu o propunere de reformă.
5. Platforma poate urmări, ulterior, dacă schimbarea a creat condiții mai bune pentru realizarea oportunității.

Astfel, NouaRomania poate contribui la schimbarea condițiilor sistemice, în timp ce platforma economică investighează oportunitățile concrete și potențialul productiv.

10 MODEL DE GUVERNANȚĂ ȘI FINANȚARE

Forma juridică și modelul financiar nu sunt încă stabilite.

Acestea trebuie analizate înaintea unei campanii de finanțare, pentru ca susținătorii să înțeleagă clar ce finanțează și ce drepturi sau beneficii rezultă.

10.1. Principii

- finanțare diversificată;
- transparență financiară;
- protecție împotriva influenței disproporționate a unui finanțator;
- separarea finanțării de concluziile analizelor;
- publicarea criteriilor de selecție;
- raportarea utilizării fondurilor;
- declararea conflictelor de interese;
- posibilitatea corectării informațiilor.

10.2. Surse de finanțare de explorat

- donații individuale;
- crowdfunding;
- sponsorizări transparente;
- granturi;
- contribuții filantropice;
- parteneriate de cercetare;
- membership;
- servicii analitice premium, în etape ulterioare.

10.3. Distincție esențială

Un donator susține proiectul fără a primi automat un randament financiar.

Un investitor urmărește de regulă un randament, drepturi economice sau o formă de participare.

Aceste două categorii nu trebuie confundate în comunicare.

Pagina de prezentare poate invita atât donatori, cât și potențiali parteneri sau finanțatori, însă oferta concretă trebuie să precizeze clar natura fiecărei forme de susținere.

Înainte de colectarea fondurilor, trebuie aleasă și verificată o structură juridică adecvată, inclusiv implicațiile privind proprietatea intelectuală, veniturile comerciale, donațiile, guvernanta și eventualele investiții.

11 ROADMAP DE DEZVOLTARE

Dezvoltarea trebuie realizată progresiv, pornind de la informație și analize utile, înainte de construirea unor funcționalități tehnice complexe.

0

FAZA 0

FUNDAMENTARE

- definitivarea misiunii și a principiilor;
- selectarea domeniilor inițiale;
- stabilirea metodologiei;
- identificarea surselor de date;
- pregătirea primelor studii de caz;
- evaluarea necesarului de resurse;
- stabilirea opțiunilor juridice și financiare.

REZULTAT concept validat suficient pentru a fi prezentat public.

1

FAZA 1

PROTOTIP EDITORIAL

- pagină de prezentare;
- primele analize economice;
- primele dosare de oportunitate;
- primele studii de caz;
- primele ghiduri pentru antreprenori;
- profiluri de producători selectați;
- mecanism simplu de feedback și contact.

Această fază ar trebui să poată fi realizată fără un sistem software complex.

REZULTAT demonstrarea valorii proiectului prin exemple concrete.

2

FAZA 2

MVP DIGITAL

- structură de date pentru oportunități;
- categorii și filtre;
- pagini de oportunitate standardizate;
- surse și actualizări;
- pagini de companii;
- secțiuni de piețe și ghiduri;
- formulare pentru sugestii și colaborări.

REZULTAT o platformă organizată, navigabilă și utilă, nu doar un set de articole.

3

FAZA 3

EXTINDEREA INTELIGENȚEI ECONOMICE

- acoperirea mai multor sectoare;
- extinderea hărții valorii;
- dosare mai detaliate;
- evaluări comparative;
- identificarea și documentarea obstacolelor;
- ghiduri și informații de piață actualizate;
- rețea de colaboratori și experți.

REZULTAT creșterea acoperirii și a relevanței analitice.

4

FAZA 4

ECOSISTEM ȘI INTERMEDIERE

- oportunități prezentate investitorilor;
- mecanisme de conectare cu producători și parteneri;
- identificarea potențialilor cumpărători;
- colaborări între companii;
- eventuale servicii premium.

REZULTAT trecerea graduală de la inteligență economică la conectarea actorilor care pot realiza oportunitățile.

5

FAZA 5

MARKETPLACE B2B

Evaluarea și, numai dacă se justifică, dezvoltarea unui sistem pentru vânzarea angro și exportul produselor românești.

Această fază va necesita o analiză separată a concurenței, cererii, securității tranzacțiilor, verificării companiilor, costurilor de operare și modelului comercial.

12 INDICATORI DE SUCCES

Succesul nu trebuie măsurat doar prin trafic pe website sau numărul de pagini publicate.

Ordinea strategică a rezultatelor urmărite este:

- 1. Mai multe produse românești cu valoare adăugată ridicată.**
- 2. Exporturi românești mai sofisticate și poziții mai valoroase în lanțurile internaționale.**
- 3. Apariția unor noi afaceri și extinderea activităților productive existente.**

4. Consolidarea platformei ca infrastructură economică independentă și durabilă.

5. Creșterea nivelului de conștientizare și maturizare a culturii economice.

Primele rezultate economice nu vor putea fi atribuite automat platformei. Pentru a evalua contribuția sa, trebuie documentate conexiunile, deciziile și activitățile în care informațiile proiectului au jucat un rol.

Indicatori timpurii

- numărul de oportunități analizate;
- proporția dosarelor cu surse și metodologie;
- sectoare acoperite;
- producători prezentați;
- ghiduri practice publicate;
- utilizatori și organizații care folosesc informațiile;
- contribuții și corecturi primite;
- solicitări relevante de colaborare.

Indicatori de rezultat, pe termen mediu și lung

- oportunități care ajung la studii de fezabilitate;
- conexiuni comerciale sau investiționale facilitate;
- proiecte lansate ori extinse cu o contribuție documentată a platformei;
- noi capacități de procesare;
- produse noi și exporturi dezvoltate;
- companii care raportează folosirea informațiilor platformei.

13 CE NU VA ÎNCERCA SĂ FACĂ MVP-UL

Pentru a evita dispersarea resurselor, prima versiune nu va urmări să fie:

- o bază completă a tuturor companiilor din România;
- o copie a Alibaba;
- un sistem automat de identificare a tuturor oportunităților economice;
- o platformă de investiții care promite randamente;
- un substitut pentru consultanța specializată;
- un sistem care presupune că fiecare import poate fi înlocuit competitiv;
- un proiect dependent de furnizarea continuă de date de către stat;
- o platformă care încearcă să automatizeze fiecare intermediere comercială.

Prioritatea este să demonstreze că poate genera **informații economice bine documentate, oportunități relevante și valoare practică pentru utilizatori reali.**

14 COMUNICARE ȘI LANSARE

Proiectul va fi prezentat printr-o succesiune de materiale care trec de la conștientizarea problemei la demonstrarea soluției.

Etapă 1. Articol de awareness

Temă provizorie: „România exportă prea devreme.”

Obiectivul este explicarea diferenței dintre a exporta resurse și a exporta produse care încorporează mai multă procesare, cunoaștere și valoare economică.

Etapă 2. Video de awareness

Un video cu prezentare directă, în care problema este explicată accesibil, prin exemple și implicații concrete pentru economia României.

Etapă 3. Prezentarea platformei

Un video care explică propunerea: o infrastructură digitală independentă pentru identificarea, analiza și valorificarea oportunităților economice.

Etapă 4. Blueprint public

Documentul care explică ce se dorește a fi construit, cum va funcționa, ce principii respectă și în ce etape va evolua.

Etapă 5. Pagină de susținere pe NouaRomania.eu

O prezentare accesibilă a proiectului, a necesității lui, a planului de dezvoltare, a resurselor necesare și a modalităților prin care oamenii și organizațiile pot contribui.

Etapă 6. Construirea în public

Publicarea progresului, a primelor dosare de oportunitate, a studiilor de caz, a rezultatelor și a dificultăților întâmpinate.

Această abordare permite construirea credibilității înainte ca platforma să atingă o scară mare.

15 PRINCIPII PENTRU PAGINA DE PREZENTARE ȘI FINANȚARE

Pagina de pe NouaRomania.eu ar trebui să răspundă clar la următoarele întrebări:

- Ce problemă vrem să rezolvăm?
- De ce contează problema?
- Ce propunem să construim?
- Ce va putea face platforma?
- Cine va beneficia?
- Ce o diferențiază de un portal economic obișnuit?
- De ce este important să fie independentă?
- Ce va conține prima versiune?
- Ce resurse sunt necesare pentru a o construi?
- Cum pot contribui oamenii?
- Cum va fi asigurată transparența?
- Ce se va întâmpla după lansare?

Pagina trebuie să distingă între funcțiile planificate și cele deja existente. Orice buget, termen de livrare sau obiectiv numeric va fi publicat numai după ce există o estimare justificată.

Pentru donatori, se va explica folosirea fondurilor și beneficiul public urmărit. Pentru potențiali investitori sau parteneri comerciali, se vor prezenta separat modelul de organizare, drepturile oferite și condițiile de participare, după stabilirea acestora.

16 DECIZII CARE RĂMÂN DESCHISE

Înainte de dezvoltarea tehnică și de o campanie de finanțare, trebuie clarificate:

1. Denumirea finală și identitatea proiectului.
2. Primele sectoare economice investigate.
3. Cele mai bune 5–10 oportunități pentru demonstrarea conceptului.
4. Sursele și metodologia datelor.
5. Nivelul de detaliu al primei versiuni.
6. Necesitățile tehnice și echipa necesară.
7. Bugetul realist al MVP-ului.
8. Forma juridică și modelul de guvernare.

9. Modelul de finanțare și diferența dintre donații, sponsorizări și investiții.

10. Politica privind actualizarea, corectarea și publicarea datelor.

Aceste decizii nu trebuie luate toate simultan. Prioritatea este validarea conceptului prin analize și exemple concrete, apoi definirea unui MVP realist.

17 FORMULAREA CENTRALĂ A PROIECTULUI

O infrastructură digitală independentă pentru dezvoltarea economică a României, dedicată identificării și documentării oportunităților prin care resursele, competențele și capacitățile productive ale țării pot fi transformate în produse, servicii și exporturi mai valoroase.

Platforma își propune să facă vizibile oportunitățile, să ofere informațiile necesare evaluării lor și să faciliteze, în timp, conexiunile dintre cei care le pot realiza.

Principiul director:

De la resurse la produse. De la produse la piețe. De la oportunități la activitate economică. De la activitate economică la valoare și prosperitate.

Viziunea pe termen lung:

Ca platforma să devină o sursă de referință, independentă și verificabilă, pentru cei care vor să înțeleagă ce poate produce România, unde poate crea mai multă valoare și cum pot fi transformate oportunitățile în rezultate concrete.



NouaRomania.eu · Blueprint conceptual v1