

Policy Brief

VALENTIN LOZOVANU,
IDIS „Viitorul”

DIPLOMAȚIA ECONOMICĂ: REINTEGRAREA VERIGII LIPSĂ ÎN POLITICA EXTERNĂ A MOLDOVEI

MARTIE

2015





Institutul pentru Dezvoltare și Inițiative Sociale (IDIS) „Viitorul”

Policy Brief

VALENTIN LOZOVANU

DIPLOMAȚIA ECONOMICĂ: REINTEGRAREA VERIGII LIPSĂ ÎN POLITICA EXTERNĂ A MOLDOVEI

Martie 2015



www.viitorul.org

Opiniile exprimate aparțin autorilor. Administrația IDIS „Viitorul” și Consiliul Administrativ al Institutului pentru Dezvoltare și Inițiative Sociale „Viitorul” nu poartă răspundere pentru estimările și opiniile prezentate în cadrul acestei publicații.

Pentru mai multe informații asupra acestei publicații ori asupra abonamentului de recepționare a publicațiilor editate de către IDIS, vă rugăm să contactați direct Serviciul de Presă și Comunicare Publică al IDIS „Viitorul”. Persoana de contact: Diana Lungu - diana.lungu@viitorul.org

ADRESA DE CONTACT:

Chișinău, Iacob Hîncu 10/1, 2004, Republica Moldova
Telefon: (373-22) 21 09 32
Fax: (373-22) 24 57 14
www.viitorul.org

Orice utilizare a unor extrase ori opinii ale autorului acestui Studiu trebuie să conțină referință la IDIS „Viitorul”.

Fotografie pagina 1: : www.lordabbett.com



Cuprins

Cuprins	5
Introducere	6
Necesitatea diplomației economice pentru Moldova	7
Cadrul legal și instituțional	8
Realizări și constrângeri în promovarea intereselor economice	11
Experiența altor țări	15
Concluzii	19
Bibliografie	20

Introducere

La 17 ianuarie 2015, Republica Moldova a sărbătorit pentru prima dată Ziua Diplomatului¹. Aceasta a stîrnit, în mod firesc, aprecieri pentru munca depusă în promovarea interesului național, dar și discuții despre rolul și calitatea serviciului diplomatic. În cadrul unui mesaj de felicitare² adresat lucrătorilor, Iurie Leancă, în calitate de Prim-ministru, menționa, printre altele, despre meritul diplomației pentru ca “mărfurile noastre să pătrundă, gradual, pe piețele comunitare”. Afirmația sa, fără îndoială, reflectă recenta semnare a Acordului de Asociere cu UE și ratificarea lui de Parlament dar, în același timp, aduce în atenție un element al politiciei externe potențialul căruia a rămas mult timp ignorat și tot mai actual pentru Moldova – diplomația economică.

Diplomația economică este din ce în ce mai asociată strategiei globale de dezvoltare, în special în țările în dezvoltare care continuă să facă față multiplelor dificultăți de integrare într-o economie mondială marcată de o concurență acerbă. Unul din obiectivele sale este de a micșora deficitul comercial, de a atrage investiții străine, precum și de a

ofi suport exporturilor și investițiilor autohtone peste hotare. Economia moldovenească este amenințată de criza de lichidități. Soldul său de cont curent continuă să fie negativ³ și balanța comercială a țării este sistematic în deficit cu majoritatea partenerilor săi comerciali. Deși aceasta a înregistrat o ușoară ameliorare în ultimii ani (inclusiv în 2014), totuși scăderea exportului față de anul precedent (cu 3,7%)⁴ (importurile s-au redus într-o măsură mai mică cu 3,2%) și mai ales tendințele de descreștere a remiterilor pentru anul 2015⁵, deopotrivă cu programele despre continuarea diminuării acestora⁶ (cu apr. 5%), comportă o tendință îngrijorătoare. Structura exporturilor e dominată de produse cu o valoare adăugată modestă în mare parte agricultură și industrie agroalimentară (apr. 38% în 2014), articole și mărfuri de manufactură (circa 30%) și ceva mai sofisticate tehnologic - mașini și echipamente (apr. 14% în mare parte ISD datorate realocării din cauza costurilor unor procese de producție din UE) și produse chimice (circa 7%). Reexportul a constituit în 2014 circa 34%. În același timp, ISD au scăzut în ultimii ani de la 12% în 2008 la 3% din PIB în 2013⁷.

³ http://www.bnm.md/md/balance_of_payments

⁴ <http://www.statistica.md/newsview.php?l=ro&idc=168&id=4650>

⁵ Comparativ cu anul 2013 în anul 2014 remiterile au crescut cu mai puțin de un procent (0,99%) http://www.bnm.md/md/external_operations_via_banc_system. Totuși, din noiembrie 2014 fluxurile s-au diminuat comparativ cu perioadele similare ale anilor precedenți iar programele pentru 2015 sunt sumbre <http://www.expert-grup.org/ro/biblioteca/item/1086-re-feb2015&category=179>; <http://bit.ly/18RAs04>

⁶ <http://viitorul.org/doc.php?l=ro&idc=121&id=4592&t=/PUBLICATII-PERIODICE/Monitorul-Economic-ME/Monitorul-Economic-nr-24-Q1-2015>

⁷ Datele BM conform bazei de date (Indicatorii Dezvoltării Globale) <http://data.worldbank.org/indicator/BX.KLT.DINV.WD.GD.ZS> (datele complete pentru 2014 încă nu sunt disponibile atât la BM cât și BNM).

¹ <http://www.mfa.gov.md/comunicate-presa-md/500040/>
² <http://www.gov.md/ro/content/mesajul-prim-ministrului-exercitiu-iurie-leanca-adresat-cu-prilejul-zilei-profesionale>

Necesitatea diplomației economice pentru Moldova

Economiile statelor mici, în categoria cărora Moldova se încadrează, sunt vulnerabile și dependente de piețele externe datorită spectrului relativ redus de mărfuri și servicii pe care le pot exporta, pieței interne mici care nu stimulează competiția și resursele limitate. Procesele de globalizare intensifică competiția externă anume pe segmentul produselor cu o valoare adăugată modestă (unde pot fi încadrate și multe produse din industria agroalimentară care rămân principalele produse de export ale Moldovei⁸), iar avantajul de cost al muncii, relativ joase de care s-a bucurat economia moldovenească la etapele sale inițiale, este diminuat rapid de costurile vieții în creștere, scumpirea materiei prime în special la energie (convergența costurilor are loc mai rapid decât cea a veniturilor din activitatea economică din țară), îmbătrâniarea și diminuarea forței de muncă datorită migrației, înrăutățirea calificării profesionale etc. Astfel, pentru a echilibra balanța sa comercială puternic afectată

de volumul importurilor (alimentate de remiterile cetățenilor săi care însă au o tendință de diminuare în termen mediu și lung), R. Moldova are nevoie de o creștere a diversității și competitivității produselor sale. Dat fiind faptul că aceasta suferă de o insuficiență a resurselor proprii pentru dezvoltare, progresul, pe termen lung, va depinde de cooperarea economică internațională, mai exact, integrarea economiei sale în rețele de producere și inovare globale. În acest sens, promovarea exporturilor, atragerea de investiții străine directe (import de capital și tehnologii) pentru a crește diversitatea și competitivitatea exporturilor, sunt măsuri indispensabile pentru dezvoltarea sa. Succesul procesului de integrare în cadrul Uniunii Europene (la originile căreia stă cooperarea economică a țărilor de pe continentul european care a servit unor scopuri politice) va depinde și de modul în care economia Moldovei va reuși să se integreze pe piața comunitară competitivă și reglementată de standarde de calitate riguroase.

⁸ În 2014, circa 38% din exporturi au fost produse din agricultură. În condițiile cînd apr. 34% din totalul exporturilor o formau reexporturile, acestea rămân principalele articole de export (produse în Moldova).

Cadrul legal și instituțional

Concepția de politică externă (Hotărîrea nr. 368 din 08.02.1995) – nu face vreo referire clară la vreo politică externă care să sprijine dezvoltarea economică (diplomație economică) ca prioritate, ci se rezumă la niște formulări mai vagi care includ doar câteva elemente din ea. Astfel, una din ele o constituie „contribuirea la promovarea reformelor social-economice necesare pentru tranziția la economia de piață și ridicarea bunăstării populației”. Una din direcțiile principale în relațiile bilaterale pornește de la necesitatea asigurării “intereselor economice, sociale, politice”. O atenție sporită o acordă dezvoltării relațiilor cu SUA, RFG, Franța, Italia, Marea Britanie și Canada și aprofundarea relațiilor cu Europa Centrală, de Est și Vest. Cooperarea în plan economic-comercial e menționată explicit doar în privința țărilor scandinave, în timp ce acea cu țările din Asia de Est (R. P. Chineză, Japonia, Iran, Republica Coreea, Republica Africa de Sud, Egipt, Mexic, Brazilia) se referă la atragerea investițiilor și tehnologiilor noi pentru dezvoltarea industrială. Cooperarea multilaterală cu ONU și instituțiile sale specializate (FMI, BM, PNUD, BIRD, OMS, UNESCO), precum și cu Uniunea Europeană, este determinată în scopul dezvoltării economice prin prisma accesului la resurse financiare și suport consultativ pentru reforme. Pregătirea diplomaților urma să fie făcută în cadrul Universității de Stat și al unor cursuri de diplomație speciale pe lângă MAEIE.

H.G nr. 1062 din 08.08. 2002 cu privire la activitatea Ministerului Afacerilor Externe și Integrării Europene atestă o eficiență scăzută a activității misiunilor și reprezentanțelor diplomatici, a ofiților consulare în promovarea intereselor economice ale statului. În special, s-au constatat dificultăți în constituirea ofiților (secțiilor) comercial-economice, protejării intereselor și a drepturilor agenților economici ai RM. În acest sens, au fost trasate niște acțiuni cum ar fi atragerea investițiilor străine, promovarea imaginii RM, promovarea exporturilor, atragerea finanțării și cofinanțării

proiectelor investiționale și de asistență externă, crearea unor noi ofiții în cadrul ambasadelor din Rusia, Ucraina, Belarus și România. MAEIE, de comun acord cu Ministerul Economiei, urma să examineze eficiența activității consulilor onorifici ai Moldovei acreditați peste hotare. Totodată, MAEIE urma să intensifice negocierea cu țările pentru care RM are interese speciale pentru deschiderea misiunilor diplomatice ale acestora, să organizeze, prin intermediul ambasadelor, monitorizarea continuă a legislației economice a statelor în care au fost acreditate pentru intensificarea schimburilor comercial-economice și prevenirea situațiilor cu impact negativ, să organizeze prezentarea rapoartelor de activitate a ambasadorilor în ședințele de Guvern.

Legea nr. 761 din 27.12.2001 cu privire la serviciul diplomatic stabilește una din activitățile de bază ale diplomației moldovenești: promovarea intereselor economice ale acesteia (Articolul 3, p. a), promovarea relațiilor bilaterale și multilaterale (inclusiv economice (p. e), formarea capacitaților diplomatice necesare⁹ (p. f), promovarea unei imagini favorabile în exterior (p. h). Printre funcțiile de bază ale instituțiilor serviciului diplomatic (Articolul 4) nu se regăsește însă menționată explicit activitatea de promovare a intereselor comercial-economice. Articolul 6, p. 6 însă enumera posibilitatea deschiderii unor birouri (secții) pentru reprezentarea intereselor comerciale și economice ale RM. Articolul 10 p.9 și 10 prevede posibilitatea detașării prin transfer în misiune (3 pînă la 4 ani (șeful misiunii) și a unor diplomați specializați (funcționari publici). Anterior plecării lor în misiune aceștia pot fi detașați la MAEIE pe un termen de pînă la 6 luni.

HG nr. 744 din 29.06.2007 pentru aprobarea Regulamentului cu privire la activitatea misiunilor diplomatice ale RM face referință explicită la sarcinile

⁹ “pentru a anticipa, acționa și reacționa la evenimentele care ar fi în măsură să afecteze interesele naționale ale RM” deci, inclusiv și cele economice.

misiunii de apărare și promovare a intereselor economice ale RM prin întreprinderea unor acțiuni de atragere a investițiilor străine directe, promovarea exporturilor și dezvoltarea reciproc avantajoase ale legăturilor comercial-economice și financiare cu țările de acreditare (p. j), participarea la pregătirea și realizarea vizitelor interstatale oficiale, precum și a delegațiilor de afaceri din RM și țara de acreditare (p. l), acordarea unui sprijin și coordonarea activității reprezentanțelor organelor centrale de specialitate și întreprinderilor de stat moldoveni care se află în statul acreditat (p. m).

HG nr. 630 din 22.08.2011 pentru aprobarea Regulamentului privind organizarea și funcționarea MAEIE, structurii și efectivului limită al acestuia prevede prin art. 6 (p. 19) că MAEIE colaborează la elaborarea, fundamentarea și realizarea politicii economice și comerciale ale RM.

În 2006, Guvernul, prin *HG 1288 din 09.11.2009 a adoptat Strategia de atragere a investițiilor și promovare a exporturilor (2006-2015)*. Principalul scop al Strategiei era reducerea deficitului balanței comerciale și atragerea investițiilor care erau la acel moment insuficiente pentru a alimenta creșterea economică.

Aceasta includea o serie de măsuri de **ordin intern**:

- îmbunătățirea mediului de afaceri prin reforma regulatoare,
- protejarea concurenței,
- acordarea de facilități fiscale,
- combaterea corupției,
- simplificarea procedurilor vamale,
- dezvoltarea infrastructurii economice și tehnice,
- îmbunătățirea calificării forței de muncă,
- stimularea transferului tehnologic,
- implementarea infrastructurii calității,
- crearea parcurilor industriale și Zel-urilor,
- reorganizarea MIEPO,
- racordarea legislației din domeniul la cea a UE și.a.

cît și extern:

- (dezvoltarea branding-ului de țară, regimurilor comerciale preferențiale (în special cu țările occidentale prioritare la export (cum ar fi UE precum și Pactul de Stabilitate pentru Europa de Sud Est, CEFTA, GUAM, CEMN etc.),

- menținerea piețelor tradiționale din CSI,
- intensificarea prezenței Moldovei în cadrul OMC,
- încheierea acordurilor bilaterale,
- crearea bazelor de date despre investitori,
- elaborarea de analize a piețelor externe,
- facilitarea dialogului dintre business și reprezentanțele diplomatice de peste hotare și participarea acestora la evenimente etc.).

Au fost stabiliți indicatori de performanță, Ministerul Economiei fiind responsabil pentru monitorizarea realizării Strategiei¹⁰, iar MIEPO (instituție subordonată ME) coordona și implementa (în limita competențelor) acțiunile din Strategie.

La începutul anului 2010, printre sarcinile Direcției relații economice internaționale a MAEIE au apărut și componente de diplomație economică. MAEIE a elaborat o serie de obiective ale diplomației economice și, prin ordin intern 80-b-20a din 28.01.2010, stabilește un Regulament al direcției care includea elemente de diplomație economică în atribuțiile Direcției relații economice internaționale¹¹. Printre obiective pot fi enumerate următoarele:

- promovarea dialogului economic cu instituții de stat și private de peste hotare și instituționalizarea cooperării comercial-economice,
- elaborarea unui calendar de acțiuni pentru promovarea intereselor economice,
- deschiderea birourilor comerciale-economice ale RM în UE,
- extinderea cadrului juridic bilateral în domeniul comercial economic,

¹⁰ 1. Norma investițiilor în economie (ponderea investițiilor în capitalul fix în PIB) -25-30%;
2. creșterea volumului investițiilor în capitalul fix - 8-15% anual;
3. creșterea volumului investițiilor străine directe - nu mai puțin de 10%;
4. creșterea producției industriale - 10-12% anual;
5. deficitul contului curent - nu mai mult de 6% anual;
6. majorarea ritmurilor de creștere a exporturilor de mărfuri și servicii cu 10-15% anual;
7. extinderea sortimentului producției exportate;
8. extinderea și diversificarea piețelor de desfacere la export;
9. ridicarea nivelului de utilizare a regimurilor de comerț preferențial.

¹¹ Cu un efectiv limitat de doar 4 persoane.

- coordonarea eforturilor de atragere a investițiilor străine directe, promovarea exporturilor, acordarea asistenței pentru organizarea misiunilor comercial-economice și expoziții peste hotare,
- informarea mediului de afaceri de peste hotare despre oportunitățile și evenimentele tematice din RM și acordarea sprijinului pentru formarea parteneriatelor între ele,
- oferirea suportului informațional despre RM precum și despre oportunitățile pentru comunitatea de afaceri din Moldova (tendere, expoziții, târguri, seminare, conferințe etc.) și elaborarea unor informații cu caracter economic și
- acordarea informației analitice despre piețele externe, studierea experienței străine etc.
- de asemenea, aceasta fixează și necesitatea intensificării cooperării cu organizațiile economice internaționale și promovării intereselor economice în cadrul FMI, BM, BERD, OMC, OECD, CENUE (UNECE), BIRD, OMS etc.

Un document mai detaliat sub numele “Obiectivele diplomației economice a Moldovei” conținea și alte măsuri cum ar fi:

- sporirea eficienței colaboratorilor MAEIE și a misiunilor diplomatice pe linie economică,

- instituirea unui cadru eficace de colaborare interministerială pe linie economică dintre MAEIE și instituțiile de profil din țară (ME, MF, CCI, MIEPO),
- sporirea eficienței colaboratorilor MAEIE și a misiunilor diplomatice pe linie economică, în baza principiilor profesionalismului, transparenței și aprecierii pe merit,
- implicarea activă în promovarea diplomației economice a consulilor onorifici ai Republicii Moldova peste hotare,
- instituirea secțiilor comercial-economice în cadrul Misiunilor Diplomatice ale RM,
- studierea și identificarea posibilităților de obținere a asistenței țărilor de acreditare sub formă de grant-uri sau credite concesionale etc.

Promovarea intereselor economice urma să se bazeze pe dezvoltarea următoarelor direcții prioritare:

1. Promovarea comerțului exterior, prioritate având promovarea exporturilor
2. Atragerea investițiilor și a noilor tehnologii în economia națională
3. Atragerea asistenței economice externe
4. Promovarea imaginii economice și investiționale favorabile a țării.

Realizări și constrângeri în promovarea intereselor economice

În prezent, în ciuda faptului că este prezentată pe pagina de internet a Ministerului Afacerilor Externe și Integrării Europene (MAEIE) drept una din priorități, în realitate, activitatea ministerului în acest sens este destul de limitată. Mai mult ca atât, deși figura ca prioritate într-o serie de acte normative ale MAEIE și a fost instituită o direcție pentru cooperare economică externă în 2009-2010, aceasta, după reorganizările recente (după toată probabilitatea 2013) a dispărut din structura ministerului iar acele normative ale ministerului au fost modificate/abrogate. În prezent, ministerul, cel puțin din informația prezentată publicului, nu are un document de strategie, concept care ar ghida activitatea misiunilor și a aparatului central al ministerului și ar oferi un cadru de coordonare dintre instituții în domeniul diplomației economice.

La nivel de țară, *Strategia de atragere a investițiilor și promovare a exporturilor (2006-2015)* atrage atenția, în special, prin activități de ordin intern precum crearea condițiilor favorabile pentru business și, deci pentru atragerea investitorilor și mai puțin pe dimensiunea externă (reprezintă mai degrabă activități sporadice, în special participarea la diferite simpozioane, concursuri, târguri etc.), în mare parte reactivă, dictată mai degrabă de o agenda a diplomaților economice ale altor țări, suportul proiectelor partenerilor de dezvoltare sau/și, mai rar, eforturile individuale ale unor reprezentanți diplomatici ai Moldovei sau întreprinderi mari care au suficiente resurse pentru acest gen de activitate. Se poate spune că rețeaua de reprezentare diplomatică a țării nu este folosită în modul optimal și o serie de instrumente specifice diplomației economice realizate de alte țări nu sunt utilizate de R. Moldova. Acestea includ următoarele măsuri: contacte cu potențiali investitori, colectarea informației despre sectoarele economice cu interes deosebit pentru exporturi,

a informației cu privire la legislația care reglementează operațiunile de afaceri în țara de acreditare, posibilele bariere pentru comerț, analize despre anumite sectoare, producerea și cererea pentru produsele de o anumită categorie, estimarea oportunităților pentru afaceri într-un anumit sector, condițiile de plată, date despre competiția din sector, evenimente organizate, noi achiziții sau proiecte care vor fi implementate etc. Asemenea activități trebuie efectuate de cel puțin un specialist în cadrul misiunii și necesită un buget adecvat sau/și complementate de birouri comerciale/reprezentanțe speciale în țările cu interes deosebit.

Într-o mare măsură, activitățile caracteristice diplomației economice sunt asigurate de către sectorul privat în mod individual. Această situație se datorează lipsei de atenție pentru această sferă de activitate din partea statului (mai ales pentru sprijinul IMM-urilor care nu au resursele companiilor mari), structurii economiei care încă nu e suficient de competitivă și diversificată, lipsei de personal calificat în cadrul misiunilor diplomatice¹², dar și în aparatul central (în cadrul fostei DCEE lucrau doar 4 persoane) și coordonării care încă lasă de dorit dintre instituțiile responsabile (MAEIE, ME și MIEPO). În prezent, criteriile de selecție pentru activitatea în cadrul MAEIE pentru majoritatea pozițiilor scoase la concurs¹³ nu includ o pregătire profesională în domeniul economic¹⁴, iar instruirile care se fac la Academia de

¹² Secțiile economice au fost deschise doar în ambasadele noastre în Rusia, Ucraina, Belarus, România, Polonia (cite un consilier economic) în timp ce majoritatea ambasadorilor și personalului diplomatic nu au o pregătire economică.

¹³ <http://www.mfa.gov.md/announcement-vacancies-ro/>

¹⁴ Cu excepția pozițiilor pentru Direcția generală integrare europeană, Direcția cooperare economică și coordonare sectorială cu UE dar și acolo nu e obligatorie.

Administrare Publică nu conțin specialități din domeniul cooperării economice externe/diplomației economice¹⁵. Oferta de cursuri din partea proiectelor și programelor finanțate de partenerii externi e oarecum specifică și nu neapărat vine să identifice și să soluționeze neajunsurile de pregătire ale serviciului diplomatic național, iar universitățile care pregătesc specialiști în domeniul relațiilor externe au în mare parte o curriculă depășită și prost articulată la necesitățile profesiei¹⁶. Majoritatea personalului diplomatic nu are pregătire economică (de bază sau instruiriri continue), efectivul ambasadelor nu conțin obligatoriu și specialiști în domeniul economiei/comerțului, cu excepția celor din cîteva state CSI (Rusia, Ucraina, Belarus), România, delegați de la ME și Polonia¹⁷. Rămîne de ghicit în ce mod Republica Moldova dorește valorificarea oportunităților pe care le prezintă piața UE (dar și piețele emergente) dacă nu are în componență misiunilor sale diplomatice din țările UE (majoritatea lor) nici un specialist în domeniul economic (consilieri economici), iar în centrală nici o direcție specializată¹⁸. Mai mult ca atât, lipsa unei diviziuni clare a responsabilităților poate provoca o coordonare defectuoasă (în special dintre ME și MAEIE) iar dotarea insuficientă cu personal specializat al MAEIE favorizează situații cînd acesta în calitate de coordonator al cooperării externe este depășit.¹⁹

¹⁵ http://aap.gov.md/index.php?option=com_content&view=article&id=162&Itemid=66&lang=ro Un alt aspect ar fi și calitatea acestor instruiriri. Diplomații trebuie să fie instruiți de profesioniști cu experiență practică (nu doar de teoreticieni), care sunt greu de atraș în condițiile salarizării modeste.

¹⁶ Universitățile nu dețin specialiști cu experiență practică, ci mai ales teoretică în domeniul. Mai mult ca atât, specificul curriculei universitare face ca studenții să însușească teorii și nu neapărat aptitudini. Curricula USM (catedra de relații internaționale) care, conform Concepției de politică trebuia să constituie centrul de pregătire a viitorilor diplomați, nu s-a schimbat esențial în ultimii 10 ani. Astfel, aceasta nu conține specializări mai înguste din domeniul relații internaționale cum ar fi diplomația economică, economia politică globală, asistența pentru dezvoltare, relații economice internaționale, ci continuă să se axeze mai ales pe studii de securitate etc. Cîteva universități (în mare parte private, cum ar fi ULIM, IRIM) au introdus aceste modificări dar, ca și în cazul celorlalte, nu invită specialiști practicieni din țară și peste hotare.

¹⁷ Aparent, specialiștii delegați de către ME merg spre misiunile din CSI (secțiile economice) în timp ce misiunile din UE sunt completează doar cu personal din cadrul MAEIE.

¹⁸ După toate aparențele, Tudor Ulianovschi, Viceministru al afacerilor externe și integrării europene are în portofoliul de responsabilități diplomația economică. Acestuiu însă îl lipsește un staff specializat (Direcție) în cadrul structurii ministerului.

¹⁹ Majoritatea ministerelor (economie, finanțe, transport, ecologie, dezvoltare regională, sănătate, agricultură etc.) au departamente de cooperare externă, ceea ce cauzează deseori situații cînd acestea poartă direct

MIEPO, care este responsabilă de suportul agenților economici și asigurarea unei colaborări eficiente cu misiunile diplomatice de peste hotare, are posibilități limitate din cauza bugetului redus și a lipsei resurselor umane suficiente²⁰. Până în prezent, nu a fost efectuată vreo evaluare a eficienței activității MIEPO²¹ care să fie făcută publică, ceea ce ridică întrebări referitor la rezultatele activității acesteia precum și a activității în domeniul diplomației economice a Moldovei per ansamblu (oportunitățile și contrîngerile). Un subiect aparte îl constituie și lipsa unei platforme de discuții cu sectorul privat și non-guvernamental în domeniul diplomației economice (Gotișan 2012, p. 37). Totuși, dacă măsurăm progresul după indicatorii stabiliți în Strategie (menționati mai sus) e evident că **aceștia nu vor fi atinși pînă la sfîrșitul acestui an cel puțin pe partea de creștere a exporturilor, atragerea a ISD și sporirea producției industriale** (toate, elemente de bază pentru măsurarea rezultatelor Strategiei).

O analiză a rapoartelor²² și comunicatelor instituțiilor despre acțiunile întreprinse în domeniul diplomației economice în perioada anilor 2009-2011, relevă următoarele instrumente caracteristice diplomației economice aplicate de autorități:

1. Crearea cadrului legal favorabil atragerii investițiilor și promovării exporturilor²³ prin încheierea la nivel bilateral a acordurilor de protejare reciprocă a investițiilor și a celor de evitare a dublei impunerii și prevenirea evaziunii fiscale cu privire la impozitele pe venit și proprietate în majoritatea lor țări din UE și CSI, a acordurilor de liber schimb (Turcia, discuții sunt purtate și cu China²⁴) cu țările din

dialogul cu partenerii externi diminuind astfel rolul MAEIE de coordonator național. Tehnicitatea subiectelor, dotarea limitată a ministerului cu specialiști în economie/alte sectoare (datorată inclusiv și sistemului diplomatic oarecum închis pentru specialiști din alte minister) remunerarea modestă pentru perioada aflării în centrală și dificultățile ce apar din cauza rotației personalului în misiuni și diviziunea neclară a cooperării cu alte instituții/actori interni completează lista de probleme.

²⁰ Pe pagina de internet lipsește informația despre efectivul agenției. Totuși, din estimările anterioare reiese că aceasta are în jur de 10 colaboratori.

²¹ http://www.publika.md/experti--miepo-nu-are-o-strategie-clara-de-atragere-a-capitalului-strain_488441.html

²² <http://www.mfa.gov.md/politica-economica-externa/> (secțiunea rapoarte economice)

²³ <http://www.mfa.gov.md/gae/main.html>; <http://miepo.md/investment-opportunities/free-trade-agreements>

²⁴ <http://www.mec.gov.md/ro/content/la-beijing-avut-loc-sedinta-comisiei-interguvernamentale-moldo-chineză-pentru-cooperare>

- Europa de Est (România, Croația, Serbia, Macedonia, Bosnia-Herțegovina, Albania, Bulgaria, Muntenegru și Kosovo) și *acorduri comerciale preferențiale* (Norvegia, Canada, Elveția, Japonia, SUA), precum și a *Acordului Aprofundat și Cuprinzător de Liber Schimb cu UE*²⁵.
2. Extinderea rețelei de consuli onorifici²⁶ și utilizarea ei pentru a promova imaginea²⁷ și produsele Moldovei precum și atragerea de investiții.
 3. Participarea în cadrul *târgurilor* (Praga (2013), Macao (2013), Changsha, Beijing (China), Vietnam și Coreea de Sud (2013), București (2014)²⁸, *expozițiilor internaționale* Prodexpo (Minsk 2014, Moscova 2015)²⁹, Fruit Logistica (Berlin, 2015), Interfood and Drinks (Sofia, 2014), ProWein (Düsseldorf, 2013), World Food (Moscova, 2014)³⁰, *festivalurile Delicanto* (Berlin, 2014),³¹ precum și organizarea *evenimentelor de promovare* proprii (Prezentarea vinurilor moldovenești (Kiev, 2013, la Tallinn 2015³²), „Fabricat în Moldova” (Chișinău, 2015)³³ meselor rotunde³⁴. De menționat că o bună parte din aceste activități au fost susținute finanțat din exterior (în special USAID).
 4. Organizarea seminarelor, instruire pe subiectul diplomației economice³⁵ (doar câteva).
 5. Vizite și misiuni economice în Franța³⁶, SUA³⁷, China, Vietnam, Coreea de Sud, comisii interguvernamentale (cîteva).
 6. Identificarea unor noi piețe (cum ar fi Norvegia³⁸, Nigeria³⁹, Estonia⁴⁰, Bangladesh⁴¹ etc.)
 7. Inițierea unor discuții la nivel diplomatic cu o serie de state pentru creșterea potențialului de cooperare (India⁴², Mexic), deschiderea unor noi ambasade, (Japonia⁴³), consulate⁴⁴
 8. Mobilizarea potențialului prezentat de diasporă (vizite ale demnitarilor în SUA, Canada⁴⁵, organizarea de forumuri (Diaspora business forum)⁴⁶ deschiderea unor programe speciale pentru atragerea investițiilor/remiterilor din partea diasporei⁴⁷, PARE 1+1),
 9. Crearea echipei de atragere a investițiilor în cadrul Oficiului Primului ministru⁴⁸ și reanimarea agenției specializate MIEPO⁴⁹.
-
- ²⁵ <http://mec.gov.md/ro/dcfta>
- ²⁶ http://www.diaspora.md/index.php?pag=news&opa=view&id=1120&tip=noutati_diaspora&start=40&l=1, <http://www.mfa.gov.md/comunicate-presa-md/500320/>
- ²⁷ <http://www.mfa.gov.md/comunicate-presa-md/498975/>, <http://www.rusia.mfa.md/anounsmnts-ro/498165/>; <http://www.mec.gov.md/ro/content/andrian-candu-participat-la-reuniunea-consulilor-onorifici-ai-republicii-moldova>
- ²⁸ <http://www.mfa.gov.md/embassy-activity-ro/495880/>, <http://www.china.mfa.md/embassy-news-ro/495643/>, <http://www.china.mfa.md/embassy-news-ro/494778/>, <http://www.trm.md/ro/economic/65-de-vinuri-produse-in-moldova-prezentate-la-targul-international-goodwine/>
- ²⁹ <http://www.maia.gov.md/libview.php?l=ro&idc=52&id=16892>
- ³⁰ <http://www.belarus.mfa.md/announcements-md/499548/>, <http://www.germania.mfa.md/embassy-news-en/500113/>, <http://www.bulgaria.mfa.md/stiri-md/499424/>, <http://www.germania.mfa.md/news-economy-tourism-ro/494322/>, <http://www.aced.md/en/news/detail.php?id=97>
- ³¹ <http://www.germania.mfa.md/embassy-news-ro/497992/>
- ³² <http://www.maia.gov.md/libview.php?l=ro&idc=52&id=16898>
- ³³ <http://www.ucraina.mfa.md/activitatea-rom/497255/>, <http://chamber.md/ro/nout%C4%83%C8%9Bi/1395-cci-invit%C4%83-vizitatorii-la-expozi%C5%A3ia-na%C8%9Bional%C4%83-fabricat-%C3%AEn-moldova-%C8%99i-la-programul-de-afaceri-al-evenimentului>
- ³⁴ <http://chamber.md/ro/rela%C5%A3ii-interna%C8%9Bionale/1388-mas%C4%83-rotund%C4%83-de-prezentare-a-oportunit%C4%83%C8%9Bile-comerciale-%C3%AEn-china>
- ³⁵ <http://www.mfa.gov.md/comunicate-presa-md/475761/>, <http://www.mfa.gov.md/comunicate-presa-md/498977/>
- ³⁶ <http://www.franta.mfa.md/news-embassy-ro/492502/>
- ³⁷ <http://lex.justice.md/index.php?action=view&view=doc&lang=1&id=352316>; <http://www.mfa.gov.md/comunicate-presa-md/495354/>
- ³⁸ <http://independent.md/dupa-4-ani-de-negociieri-vinurile-moldovenesti-au-ajuns-pe-piata-din-norvegia/#.VO3JbvmUeAU>
- ³⁹ <http://www.mold-street.com/?go=news&n=3481&t=1>
- ⁴⁰ <http://www.estonia.mfa.md/ambassador-interviews-ro/494907/>
- ⁴¹ <http://www.aced.md/news/detail.php?id=110> (cu suportul proiectului USAID)
- ⁴² <http://www.mfa.gov.md/comunicate-presa-md/495360/>
- ⁴³ <http://sfm.md/2014/republica-moldova-isi-va-deschide-o-reprezentanta-diplomatica-japonia/>
- ⁴⁴ http://www.diaspora.md/index.php?pag=news&opa=view&id=1163&tip=noutati_diaspora&start=10&l=1
- ⁴⁵ <http://www.mfa.gov.md/comunicate-presa-md/496028/>
- ⁴⁶ <http://www.belarus.mfa.md/announcements-md/498219/>
- ⁴⁷ <http://capital.market.md/ro/content/fondul-de-economii>
- ⁴⁸ <http://www.germania.mfa.md/img/docs/investment-attraction-team-newsletter-april.pdf>; <http://adrnord.md/libview.php?I=195&id=1634>
- ⁴⁹ <http://currentul.md/business/dona-scola-vrem-sa-dezvoltam-capacitatea-de-a-oferi-asistenta-companiilor.html>, <http://www.amcham.md/?go=news&n=234>, <http://miepo.md/news/miepo->

10. Un fond de garantare gestionat de ODIMM⁵⁰ pentru a îmbunătăți accesul IMM-urilor la finanțare (dar care nu are drept scop să ofere fonduri anume pentru companiile exportatoare) și mecanismul PARE 1+1⁵¹ în scopul valorificării economiilor cetățenilor din remiteri pentru afaceri.

11. Credite preferențiale întreprinderilor care efectuează exporturi (cu suportul Băncii Mondiale)⁵².

Ca și statistica oficială despre structura exporturilor⁵³, informația despre târgurile, festivalurile, expozițiile etc., prezentată mai sus, demonstrează că oferta de export promovată, rămîne destul de limitată, dominată de produse din agricultură/industria agroalimentară - vinuri (care pare cel mai promovat produs al nostru de export) apoi de divinuri, covoare, dulciuri, fructe proaspete (mere, struguri de masă, legume), produse procesate, precum sucuri, fructe uscate, nuci, miere, mezeluri, produse de panificație și cofetărie etc.

Totodată, rapoartele despre realizarea activităților diplomației economice ale MAEIE relevă anumite constrângeri la capitolul promovării cu succes al interesului economic național. Unele din cele mai importante sunt:

- lipsa unei politici de stat față de promovarea pozitivă a imaginii economice a Moldovei peste hotarele țării pe calea susținerii financiare în mass-media străină;
- insuficiența de personal diplomatic specializat în problematica comercial-economică;
- a materialelor promoționale în limba engleză (în anumite cazuri rusă și franceză) în format electronic și a informației despre legislația în vigoare ce ține de sectorul economic, a prezentărilor economice (situația economică și climatul investițional al Republicii

Moldova, regimul fiscal, programelor naționale în anumite sectoare (cum ar fi industria ușoară, electronică sau IMM-urilor), informația despre proiecte investiționale, privatizări din Moldova, tendere și licitațiile de mărfuri și servicii desfășurate în țară, informarea la timp despre evenimentele cu caracter promovațional din Moldova, baza de date oficiale despre agenții economici autohtoni;

- unor politici mai coerente/insistente/consecvențe de promovare pe piețele țintă a produselor moldovenești;
- tărăganare permanentă a răspunsurilor instituțiilor de stat la solicitările/propunerile ambasadelor, ceea face dificilă stabilirea de contacte cu partenerii străini sau atragerea investițiilor companiilor majore în economia națională;
- insuficiența bugetelor ambasadelor pentru deplasări în regiuni, cît și pentru efectuarea unor prezentări cu caracter economic (echipament de proiecție, mostre ale producției vinicole pentru degustări);
- resurselor pentru organizarea evenimentelor de promovare a produselor moldovenești la cele mai importante evenimente expoziționale. Aceasta, ca efect, reduce numărul activităților/misiunilor promoționale ce poartă deseori un caracter sporadic fără continuitate și impact asupra consumatorilor străini;
- dezinteresul și pasivitatea mediului de afaceri moldovenesc pentru extinderea cooperării, dincolo de tradiționalele piețe de desfacere sau parteneri „vechi”;
- dialogul la nivel oficial este divizat la nivel de ministere (în special ME, MAEIE, dar nu sunt excluse și alte cazuri)⁵⁴, lipsește o diviziune clară a muncii în domeniul diplomației economice (Raport 1, 2009, pp. 13-15), (Raport 4, 2009, pp. 20-23).

[supports-startup-ups-potential-promote-moldova](http://monitorul.fisc.md/section/expert/268.html)

⁵⁰ <http://monitorul.fisc.md/section/expert/268.html>; <http://fgc.odimm.md/>,

⁵¹ http://odimm.md/index.php?option=com_content&view=article&id=70&Itemid=208

⁵² <http://finantare.gov.md/ro/content/proiectul-de-ameliorare-com-petitivitatii-faza-ii-pac-2-linia-de-credit>

⁵³ <http://www.statistica.md/category.php?l=ro&idc=336&>

⁵⁴ Unul din rapoartele trimestriale al MAEIE relevă despre cazuri când Ministerul Economiei nu dă răspuns la solicitările MAEIE, ci transmite prin reprezentanța economică chineză mesajele părții moldovenești. Aceasta lipsește ambasada de oportunități de a menține dialogul cu autoritățile de la Beijing, dar și coordonarea (de care e responsabil MAEIE) pentru a expune o singură poziție oficială a țării.

Experiența altor țări

O analiză a situației economice într-o țară o pot face doar economiștii prin intermediul analizei și prognozării, monitorizării pentru perioade îndelungate a principalilor indicatori macroeconomici. Totodată, activitatea externă solicită nu doar specialiști responsabili de analiza, colectarea materialelor pe anumite teme concrete și facilitarea cooperării cu țara aflării, dar și pentru a petrece negocieri economice internaționale (Декмерес, 2010, p. 147). În acest sens, o soluție optimă ar putea fi ridicarea nivelului pregătirii economice a diplomaților de carieră sau instruirea specialiștilor economici pe problemele ce țin de arta diplomatică.

În prezent, practica demonstrează implicarea diplomaților plenar în probleme de ordin economic și comercial. Pentru mulți aceasta constituie unul din cele mai importante obiective ale diplomației. Astfel, scopul diplomației este percepțut tot mai mult drept capacitatea de a vinde, contribui prin toate modalitățile posibile la satisfacerea intereselor comerciale ale țării sale, de a ajuta oamenii de afaceri săși în țara de acreditare, de a răspunde la întrebările lor specifice, furniza toată informația necesară inclusiv cea care e mai puțin accesibilă, care va ajuta țara să formuleze o politică comercială adecvată, iar oamenilor de afaceri din țara lor de a obține condiții preferențiale pe piața locală. Atunci cînd statele de personal permit acest lucru, sunt identificați din numărul diplomaților un grup de colaboratori care se ocupă de colectarea informației și analiza ei. Astfel, una din principalele preocupări ale lor este de a stimula prin toate modalitățile interesul oamenilor de afaceri din țara de acreditare pentru țara proprie, răspunde la întrebările lor, acorda suport oamenilor de afaceri care vizitează misiunea, răspunde la întrebările specifice, acorda toată informația care ar contribui la formularea unei politici comerciale iar oamenilor de afaceri din țara lor - facilită accesul la piața locală. Diplomatul studiază în special particularitățile

schimbărilor tarifelor vamale, cote și prevederile ce țin de reglementarea importurilor, anunțarea tenderelor etc. (Feltham 2010, p.21). Ambasadele țărilor occidentale țin întotdeauna ușile deschise oamenilor de afaceri. Practic, întotdeauna în misiune este cineva din diplomați gata să-i primească. Informația oferită de către ambasade a contribuit la încheierea multor înțelegeri convenabile și evitarea celor dubioase (Декмерес 2002, p. 195).

Pionieri în această direcție au fost diplomații germani (menționați de Harold Nicholson ca diplomați comerciali), care aveau misiunea de a ajuta țara să se reabiliteze după distrugerile suferită după război care mai apoi a devenit cea puternică din punct de vedere economic în Europa. Guvernul german însă preferă să utilizeze pîrghiile economice pentru a promova sectorul privat german și evită să interacționeze cu alte țări în baza unor relații comerciale asimetrice.

Promovarea economică externă a Germaniei este fragmentată între actori de la nivelul federal, regional și din domeniul privat, deciziile venind în mare parte din partea sectorului privat și iau forma unor parteneriate publice private. Cel mai important element al promovării economice externe a Germaniei este conceptul de trei piloni:

- Misiunile diplomatice germane peste hotare,
- Rețeaua internațională a Camerei de comerț germane și
- Agenția germană de comerț și investiții.

Ministerul Economiei și Tehnologiilor este principala instituție responsabilă pentru promovarea economică externă, formularea și coordonarea diferitor activități și programe.

Ministerul de Externe contribuie prin oferirea de informații sectorului privat despre situația politică și

economică, particularități social culturale, caracteristici comportamentale ale sferei de afaceri autohtone, precum și informația despre potențialii parteneri de afaceri. Misiunile diplomatice organizează regulat întâlniri în cadrul ambasadelor unde sectorul privat este invitat o dată pe lună pentru a extinde rețeaua de contacte și a discuta despre situația curentă. Ministerul de Externe utilizează frecvent canalele diplomatiche pentru a sprijini companiile germane care desfășoară activități de afaceri peste hotare. Agenția pentru comerț și atragerea investițiilor germană a Guvernului german este administrată ca o entitate comercială dar cu pachetul 100% de stat. În 2012, Guvernul Republicii Federale Germane a elaborat un nou concept al diplomației economice în care Ministerul de externe german a anunțat o reorientare către zonele cu creștere economică rapidă (China, India, Brazilia, Africa de Sud (Amarie et al 2014, pp. 16-17). Pentru a optimiza sarcina diplomaților, Guvernul German a organizat în 27 de state camere de comerț pentru a răspunde solicitărilor de informații venite de la oamenii de afaceri germani (Понов 2002, pp. 190-192).

Pentru accederea în serviciul diplomatic german, mult timp a fost acordată o prioritate juriștilor, ulterior însă au fost preferați economiștii. Începând cu 1994, MAE al RFG întreprinde eforturi pentru îmbunătățirea pregătirii practice a diplomaților cu accentul pe subiecte legate de mediul de afaceri național. A fost introdusă obligativitatea unei pregătiri de patru luni pe subiecte legate de comerț și finanțe internaționale. Aceasta este completată cu o instruire cu durata de două săptămâni cu participarea unor manageri de nivel înalt în care sunt simulate modele de lobby a business-ului național peste hotare. Pe lîngă aceasta, tinerii diplomați beneficiază de două sesiuni a către trei săptămâni de practică în companiile germane (idem, pp. 270-271).

În cadrul sistemului francez de pregătire a cadrelor cu specialiști în diplomație economică, o utilizare largă a căpătat-o principiul de inter-ministerialitate⁵⁵(Декмерев 2010, p. 150). Încă din anii 80 ai secolului trecut, MAE al Franței a început să implice activ diplomați tineri în

⁵⁵ Petrecerea unei perioade de către diplomat în afara structurilor ministerului care este fie delegat, transferat temporar la alt minister sau trecut în rezervă, timp în care acesta activează în sectorul de stat sau privat.

domeniul relațiilor economice astăind sectorul privat peste hotare. Întreprinderile franceze acceptau acești specialiști în negocieri care deseori se bucurau de succes (Понов 2002, p. 263). În prezent, sistemul francez parurge o reformă, diplomația economică constituind o prioritate de top⁵⁶. Portofoliile de comerț și turism au fost transferate în subordinea MAE, astfel rețeaua de misiuni economice sunt integrate în sistemul diplomatic. Aceasta implică o expansiune în afara ariilor tradiționale de influență în Europa, America de Nord, Africa și Orientalul Apropiat spre economii cu ritmuri rapide de creștere – Brazilia, Rusia, China, India, Africa de Sud, Mexic. A fost stabilit un Plan de acțiuni strategic cu privire la diplomația economică pentru toate cele trei ministere MAE și ME franceze pentru a îmbunătăți coordonarea între instituții și eficientiza astfel acțiunile Guvernului.

Un acord interministerial a fost semnat și un plan de acțiuni stabilit pentru toate ambasadele care vor fi implementate sub autoritatea unui Ambasador – conducătorul „Echipei de export franceze”. Fiecare ambasadă are un plan de acțiuni individual care este monitorizat în cadrul unui proces comun pentru ambele ministere. Suportul pentru IMM-uri a fost pus în responsabilitatea Ubifrance care are circa 60 de reprezentanțe în țările cele mai importante iar acolo unde acestea nu sunt prezente, misiunile franceze exercită această funcție. Aceasta sprijină dezvoltarea business-ului internațional al companiilor franceze prin consultarea (efectuează studii de piață, oferă informații despre accesul pe piață), comunicarea (promovarea companiilor franceze) și facilitarea stabilirii de contacte (identifică noi perspective și parteneri).

De asemenea, un fond special pentru sprijinul sectorului privat – rezerva pentru piețele emergente acordă suport pentru firmele franceze care investesc acolo, iar un fond de studii și ajutor pentru sectorul privat a fost instituit pentru a asista sectorul privat din aceste țări cu know-how și soluții inginerești. Concomitent, statul francez sprijină printr-un mecanism special – o face acordând garanții pentru a promova finanțarea exporturilor și băncilor în economiile emergente. Un program de stagiu internațional completează lista susținând misiuni

⁵⁶ http://www.france24.com/en/20140414-economic-diplomacy-business-fabius-pellerin-trade-investment/#.1?&_suid=142529823025501488652939847145

profesionale peste hotare a tinerilor francezi pentru o perioadă de la 6 luni pînă la 2 ani⁵⁷. Franța are 113 camere de comerț și industrie cu o rețea de 3200 companii membre în 83 de țări⁵⁸. A fost mărit și numărul de misiuni economice, astfel ministrul de externe, Laurent Fabius, în timp de 2 ani a efectuat deja mai mult de 18 vizite cu obiective economice dintre care 7 în China⁵⁹.

Diplomația americană are, de asemenea, o lungă tradiție în acest sens. Departamentul de Stat asigură oamenii de afaceri americani cu informația necesară despre oportunitățile pe piețele străine care era culeasă prin intermediul misiunilor diplomatice. În practica americană persistă un principiu prin care “diplomații trebuie pregătiți în primul rînd de către diplomați”, adică în cadrul instituțiilor de învățămînt superior de specialitate lucrează mulți foști ambasadori (idem, p. 282). O atenție deosebită în procesul studiilor e acordată subiectelor economice și comerțului. Cursul despre principiile economice are o durată de două semestre, istorie economică a SUA – 1 semestru, comerț și finanțe internaționale 1-2 semestre (idem, p. 124). SUA a organizat după o schemă similară activitatea serviciilor comerciale ale ambasadelor cu diferență că mandatul serviciilor nu merg mai departe de suportul întreprinderilor și nu se răsfrîng asupra altor sfere ale diplomației economice. Ele se supun în același timp ambasadorului și direcției comerciale (Serviciul Comercial al SUA unul din departamentele Comitetului de coordonare și stimulării comerțului), iar colaboratorii primesc indicații de la această instituție cu condiția că o parte din echipă va fi recrutată la nivel local. Aici poate fi inclus și Serviciul extern pe problemele agriculturii creat de Ministerul Agriculturii care se ocupă de promovarea exporturilor produselor agriculturii și industriei forestiere (Carrière, 2003, p. 263).

Diplomații englezi au fost nevoiți să ia în considerare o reconfigurare a politicii lor externe în urma pierderii poziției Angliei de mare putere economică și descompunere a Imperiului Britanic și, respectiv, a

⁵⁷ <http://www.diplomatie.gouv.fr/en/french-foreign-policy-1/economic-diplomacy-foreign-trade/economic-diplomacy-the-french/article/economic-administrations>

⁵⁸ <http://www.ambafrance-uk.org/Foreign-Ministry-to-give-extra>

⁵⁹ <http://www.reuters.com/article/2014/04/02/france-government-fabius-idUSL5N0MU3HI20140402>

problemelor legate de înrăutățirea balanței comerciale. Astfel, începînd cu anii 70 ai secolului trecut, o atenție semnificativă a fost acordată activităților comerciale în care au fost implicați aproximativ 384 diplomiți și 400 de experți locali.

Actualmente, ca și în cazul Franței, MB este orientată spre noile piețe cu o creștere economică rapidă (Brazilia, China, India dar și alte mai puțin evidente ca Indonezia, Mexic, Turcia. Șase ambasade noi și pînă la șapte consulate în țările emergente au fost deschise inclusiv în Brazilia, iar în cazul Indiei și Chinei s-a optat pentru creșterea prezenței diplomatice. Ministerul de externe britanic (FCO) a adoptat o carte pentru business în mai 2011 în care a reiterat angajamentul ministerului de a promova interesele britanice peste hotare și a fixat șapte priorități pentru întărirea capacitaților diplomației comerciale ale ministerului. A fost creat un departament special pentru diplomație economică și comercială și a crescut numărul reprezentanților din partea comunității de afaceri care participă în cadrul vizitelor diplomatice. Diplomația comercială a MB constă din patru grupuri de activități: informația comercială, conexiuni comerciale, promovare comercială și consultanță guvernamentală. Unitățile economice din cadrul ambasadelor sunt extinse prin atragerea de personal din sectorul privat și instruire specializată pe subiectul diplomației economice⁶⁰. Pentru următorii cinci ani sunt stabilite următoarele priorități: facilitarea exporturilor MB, atragerea ISD și promovarea brand-ului britanic și promovarea relațiilor cu țările cu cea mai mare creștere economică.

La fel au procedat Olanda⁶¹, Spania⁶², Portugalia⁶³, Malta⁶⁴ care și-au reformat serviciul diplomatic incluzînd

⁶⁰ http://www.ft.com/cms/s/1/1416480-139b-11e1-81dd-00144feabdc0,Authorised=false.html?_i_location=http%3A%2F%2Fwww.ft.com%2Fcms%2Fs%2F0%2F11416480-139b-11e1-81dd-00144feabdc0.html%3Fsiteedition%3Duk&siteedition=uk&i_referrer=#axzz3TEXqDKKy

⁶¹ <http://www.gov.nl/ministries/bz/about-the-ministry/missions-abroad/reforming-diplomacy-clear-choices-new-emphases>

⁶² <http://thediplomatinspain.com/en/margallo-insiste-en-la-diplomacia-economica-ahora-en-uzbekistan-y-azerbaiyan-2/>

⁶³ <http://atlanticsentinel.com/2012/02/portuguese-foreign-minister-conducts-economic-diplomacy/>

⁶⁴ <http://www.timesofmalta.com/articles/view/20130315/local/foreign-policy-to-be-marked-by-continuity-and-economic-diplomacy.461613>

ca prioritate diplomația economică și diversificarea piețelor de export, reorientarea spre piețe cu creștere economică substanțială.

În mod similar și noile state membre ale UE ca Slovenia⁶⁵ (din 56 misiuni diplomatice 23 au consilieri economici), Croația⁶⁶ (care în 2013 și-a formulat un concept de diplomație economică), Cehia⁶⁷ (prin intermediul secțiilor economice dar și agenții speciale), Lituania⁶⁸ (prin intermediul Consiliului diplomației economice

instituit în 2013) precum și unele țări care aspiră să adere la UE ca Macedonia⁶⁹ și regiunea Kosovo⁷⁰ sau Georgia⁷¹.

Foarte evoluată la capitolul diplomație economică este Australia⁷² (sprijinul economiei prin intermediul diplomației economice centrate pe patru piloni: *promovarea comerțului, stimularea creșterii economice, atragerea investițiilor și sprijinul oamenilor de afaceri*), în timp ce India⁷³, Canada⁷⁴, China⁷⁵, Coreea de Sud⁷⁶, Vietnam⁷⁷, își intensifică eforturile în acest sens.

⁶⁵ http://www.mzz.gov.si/en/economic_diplomacy/

⁶⁶ <http://dalje.com/en-croatia/new-economic-diplomacy-concept-presented/485659>

⁶⁷ Cehia are și o Academie de Export pentru instruire lucrătorilor din serviciul diplomatic (curs obligatoriu) http://www.mzv.cz/jnp/en/foreign_relations/export_assistance/economic_diplomacy_and_export_promotion.html

⁶⁸ <http://www.urm.lt/default/en/economic-diplomacy/economic-diplomacy-council>

⁶⁹ <http://www.mfa.gov.mk/index.php/en/foreign-policy/goals-and-priorities/economic-diplomacy>

⁷⁰ <http://www.kosovapress.com/en/politics/kosova-intensify-economic-diplomacy-as-well-136071>

⁷¹ Georgian international economic diplomacy Manual - <http://cldp.doc.gov/programs/cldp-in-action/details/1324>

⁷² <http://www.dfat.gov.au/trade/economic-diplomacy/pages/economic-diplomacy.aspx>, <http://thediplomat.com/2014/08/australias-economic-diplomacy/>

⁷³ <http://thediplomat.com/2013/08/indias-experiment-in-economic-diplomacy/>, <http://www.gatewayhouse.in/indias-move-towards-economic-diplomacy/>, <http://www.livemint.com/Politics/dtIs5COBG4jXv4AVIC7M/Economic-diplomacy-to-be-top-focus-at-Indian-envoys-meet.html>

⁷⁴ <http://opencanada.org/features/the-think-tank/comments/economic-diplomacy-time-to-get-down-to-business/>

⁷⁵ http://www.china.org.cn/world/2014-11/11/content_34020591.htm

⁷⁶ <http://www.korea.net/NewsFocus/Policies/view?articleId=73927>

⁷⁷ http://vcclnews.com/news_detail.asp?news_id=31263

Concluzii

În timp ce majoritatea statelor își reformează serviciul diplomatic punându-l în serviciul propriilor economii, Republica Moldova nu are o politică externă care să se axeze pe o promovare activă a intereselor economice în afara. Atât concepția de politică externă a Moldovei⁷⁸, cât și Strategia de promovare a exporturilor și atragere a investițiilor⁷⁹, dar și alte documente normative care reglementează activitatea instituțiilor pe dimensiunea externă, nu propun decât o abordare limitată a instrumentului de diplomație economică. Astfel, rețelele de reprezentare diplomatică ale țării nu sunt utilizate în deplină capacitate⁸⁰, persistă deficiențe de coordonare între instituții, dar și de cooperarea cu sectorul privat, societate civilă, diasporă, spațiul academic etc., fapt ce cauzează o utilizare limitată sau/și ad-hoc a instrumentelor diplomației economice. Aceste circumstanțe împiedică valorificarea optimă a resurselor existente și necesită o regîndire după exemplul altor state.

Un alt aspect important îl reprezintă faptul că, în timp ce majoritatea țărilor (MB, Franța, Germania,

Olanda și.a). își concentrează atenția spre economiile țărilor emergente cu perspective de creștere economică sustenabilă (China, India, Brazilia, Africa de Sud și.a.), Republica Moldova este orientată aproape exclusiv spre UE (o piață matură și foarte competitivă, cu o creștere economică însă mai lentă) și într-o măsură nesemnificativă (poate cu excepția Chinei și încercarea de păstrare a piețelor tradiționale din CSI) în altă parte. Proximitatea geografică și orientarea geopolitică influențează, fără îndoială, legile gravitației economice. Totuși, aceasta nu trebuie să excludă identificarea și valorificarea și a altor oportunități (pentru atragerea investițiilor și diversificarea piețelor de export). Un asemenea set de măsuri de ordin extern va complementa reformele economice interne de modificare a structurii economiei Moldovei și va contribui astfel la schimbarea paradigmă de dezvoltare.

Aspectele relatate mai sus implică necesitatea unei reconfigurări a diplomației moldovenești pentru a include diplomația economică ca prioritate.

⁷⁸ Concepția e depășită iar textul ei nu face decât cîteva referințe la elemente ale diplomației economice și nicidecum ca una din priorități. Activitatea MAEIE pare să fie ghidată de un alt document (cum ar fi cel de cooperare în cadrul ONU).

⁷⁹ Acțiunile din Strategie se referă mai ales la dimensiunea internă (reformă economice) și într-o măsură mai mică la cea externă.

⁸⁰ Direcția responsabilă din cadrul MAEIE a fost lichidată, majoritatea ambasadelor nu au secții economice și nici specialiști în domeniul economic.

Bibliografie

1. Amariei et al (2014), “Economic diplomacy in the context of economic crisis”, *Europolity*, vol. 8 (1).
2. Guy Carron de la Carrière (2003), *Экономическая дипломатия. Дипломатиронок. Москва, Россэн.*
3. Concepția de politică externă (Hotărîrea nr. 368 din 08.02.1995)
4. Дектерев Д. А. (2010), *Экономическая Дипломатия: Экономика, Политика и Право, Москва, Россия.*
5. Feltham R. (2012), *Diplomatic handbook*, 8 ed., Leiden, Netherlands
6. Gotișan I. (2012), “New Era of Economic Diplomacy and its application to enhance the economic security. Valences and its limits in small states”, cercetare pentru Academia Umanitară din Pultusk, Polonia.
7. HG nr. 744 din 29.06.2007 pentru aprobarea Regulamentului cu privire la activitatea misiunilor diplomatice ale RM
8. HG nr. 630 din 22.08.2011 pentru aprobarea Regulamentului privind organizarea și funcționarea MAEIE, structurii și efectivului limită a acestuia
9. HG 1288 din 09.11.2009 privind Strategia de atragere a investițiilor și promovare a exporturilor (2006-2015)
10. H.G nr. 1062 din 08.08. 2002 cu privire la activitatea Ministerului Afacerilor Externe
11. Попов В. И. (2002), *Современная дипломатия: теория и практика. Дипломатия – наука и искусство, Москва, Россия.*
12. Rapoartele economice ale MAEIE privind activitățile în domeniul diplomației economice (2009-2011)- <http://www.mfa.gov.md/politica-economica-externa/> (ultima oară accesate la 02.03.2015)
13. Legea nr. 761 din 27.12.2001 cu privire la serviciul diplomatic