



Valentin LOZOVANU

În ce mod reușește Republica Moldova sa-și promoveze interesele economice pe extern?



Institutul pentru Dezvoltare și Inițiative Sociale (IDIS) „Viitorul” este succesorul de drept al Fundației Viitorul, și păstrează în linii mari tradițiile, obiectivele și principiile de acțiune ale fundației, printre care se numără: formarea de instituții democratice și dezvoltarea unui spirit de responsabilitate efectivă printre oamenii politici, funcționari publici și cetățenii țării noastre, consolidarea societății civile și spiritului critic, promovarea libertăților și valorilor unei societăți deschise, modernizate și pro-europene.



Organizația Obștească Promo-LEX este un ONG public, ce urmărește principiile democrației participative, monitorizează și identifică cazurile de încălcare a drepturilor omului în Moldova, Promo-LEX este una dintre cele mai importante organizații de monitorizare a reformelor judiciare și conduce astăzi platforma ONG-urilor din Moldova ale Forumului Parteneriatului Estic. Web: www.promolex.md



Congresul autorităților locale și regionale din Moldova (CALM) este cea mai mare și cea mai reprezentativă asociație a autorităților locale și regionale din țara noastră. Aceasta oferă consultanță juridică, fiscală, și tehnică în scopul susținerii autonomiei fiscale locale și a descentralizării. CALM reprezintă 700 de autorități publice locale, în calitate de membri cu drepturi depline din cele 898 existente în Moldova. Web: www.calm.md

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

Pentru mai multe informații asupra acestei publicații ori asupra abonamentului de recepționare a publicațiilor editate de către IDIS, vă rugăm să contactați IDIS „Viitorul”.

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

Această publicație este realizată de IDIS “Viitorul” cu suportul Fundației EstEuropene, din resursele acordate de Guvernul Suediei și de Ministerul Afacerilor Externe al Danemarcei/DANIDA. Opiniile exprimate aparțin autorilor și nu reflectă neapărat punctul de vedere al Fundației EstEuropene, Guvernului Suediei, sau al Ministerului Afacerilor Externe al Danemarcei/DANIDA.



Cuprins

I. Sumar executiv	7
II. Problemele economiei moldovenești.....	9
III. Evoluția cadrului instituțional și de politici	16
IV. Realizări pe parcursul anului 2015-2016.....	19
V. Concluzii	24
VI. Recomandări	26
VII. Bibliografie	27

Abrevieri

AOD	– Asistența Oficială pentru Dezvoltare
BM	– Banca Mondială
DCFTA (ZLSAC)	– Zona de Liber Schimb Aprofundat și Cuprinzător
ISD	– Investiții Străine Directe
FMI	– Fondul Monetar Internațional
SAIPE	– Strategia pentru Atragerea Investițiilor și Promovarea Exporturilor
MIEPO	– Organizația de Atragere a Investițiilor și Promovare a Exportului din Moldova
MAE	– Ministerul Afacerilor Externe
MAEIE	– Ministerul Afacerilor Externe și Integrării Europene
ODIMM	– Organizația pentru Dezvoltarea Întreprinderilor Mici și Mijlocii
OSC	– Organizații ale Societății Civile
UNCTAD (CNUCD)	– Conferința Națiunilor Unite pentru Comerț și Dezvoltare

I. Sumar executiv

În 2015, un prim studiu¹ efectuat de IDIS care conține o analiză cu privire la felul în care interesele Republicii Moldova sunt reprezentate pe exterior a relevat *o mulțime de carențe* cauzate de absența unei diplomații economice coerente la nivel de stat și anume:

1. **Lipsa unui concept și cadru instituțional actualizat, unic și profesionalizat** coordonat de MAEIE în domeniul diplomației economice. Astfel, *Moldova nu are o politică externă care să se axeze pe o promovare activă a intereselor economice peste hotare.*
2. **Lipsa unui cadru strategic integrat.** Unicul document care includea elemente de diplomație economică (SAIPE) se referea la *măsurile în special de ordin intern și mai puțin extern* (mai curînd, reactivă, răspunzînd agendei diplomațiilor altor țări/din contul asistenței externe).
3. **Lipsa unei evidențe (rapoarte sau analize de evaluare) cu privire la eficiența eforturilor de promovare a intereselor economice (ca de altfel și a celor politice) ale Moldovei** care să evalueze rezultatele și să introducă modificările de rigoare. Majoritatea absolută a obiectivelor *Strategiei pentru promovarea exporturilor și atragerea investițiilor* n-au fost realizate iar o evaluare finală a ei n-a fost efectuată.
4. **Rețeaua de reprezentare diplomatică a Moldovei nu este folosită în mod optimal și o serie de instrumente caracteristice diplomației economice aplicate de alte țări nu sunt explorate.** Deși a semnat AA și aplică DCFTA Moldova nu are decît în cîteva misiuni diplomatice consilieri economici (Belgia, Polonia, România, Germania). Birourile comerciale în cadrul/pe lângă ambasade așa și n-au fost create. Personalului misiunilor îi lipsește pregătirea/aptitudini în domeniul comercial-economic.
5. **Deficiențe și costuri semnificative pe care le întâmpină sectorul privat (în special IMM-urile) pe piețele externe.** Astfel, activitățile caracteristice diplomației economice sunt asigurate în mod individual de sectorul privat căruia (în special IMM-urile) îi lipsesc resursele, pregătirea, experiența, informația și prezența fizică.
6. **Structura economiei insuficient de competitivă și diversificată** (atît al portofoliului de produse și servicii cît și a piețelor de desfacere).
7. **Bugetul și resursele umane alocate sunt insuficiente** (MIEPO și MAEIE). Bugetul anual al MIEPO este de doar puțin peste 5 milioane lei (din care cca 30% costuri operaționale).
8. **Lipsa unor platforme de discuții în domeniul diplomației economice cu implicarea largă a actorilor cointeresați.**

¹ “Diplomația economică: reintegrarea verigii lipsă în politica externă a Moldovei” - <http://goo.gl/9e22yu>

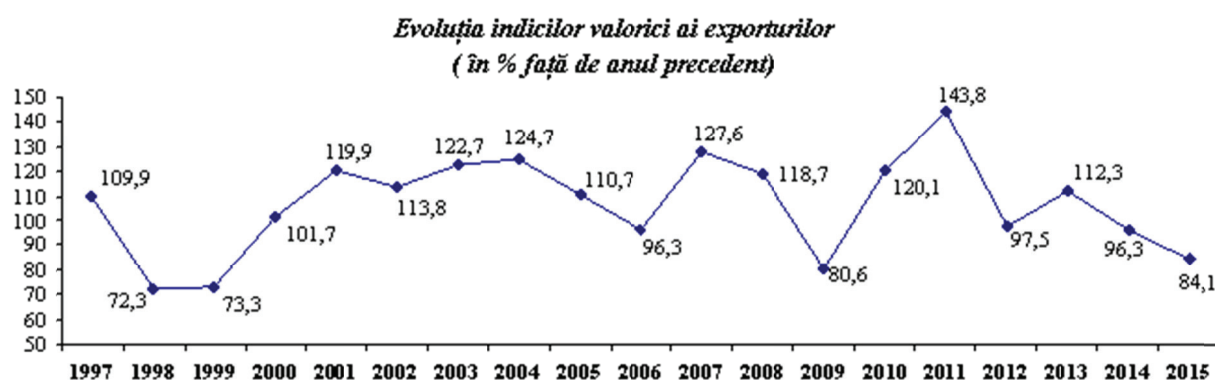
9. **Rezultate modeste în atragerea ISD care au stagnat** (în jurul cifrei de 3% din PIB) după apogeul înregistrat în anul 2008.
10. **Rezultate proaste înregistrare la capitolul promovarea exporturilor și respectiv balanța comercială negativă cu majoritatea partenerilor comerciali.**

Acest lucru îngreunează modernizarea economiei moldovenești și schimbarea paradigmei de dezvoltare economică² bazată în prezent pe consumul din remiterile cetățenilor moldoveni (deja în scădere) iar pe termen mediu și lung prezintă un ***pericol pentru securitatea economică a țării.***

² “În lipsa unui efort susținut de schimbare a paradigmei de dezvoltare, potențialul de creștere pe următorii 10 ani se limitează la cel mult 4,5-5% anual. Chiar și acest scenariu de dezvoltare destul de moderat se bazează pe presupuneri rigide că exodul forței de muncă va fi stopat, dar remitențele vor rămâne cel puțin la nivelul actual, ceea ce nu este deloc garantat. Cu certitudine și această creștere este insuficientă pentru a asigura o tendință de convergență cu țările comparabile și, cu atât mai puțin, cu standardele europene (SND 2020, p. 5) .http://particip.gov.md/public/files/strategia/Moldova_2020_proiect.pdf

II. Problemele economiei moldovenești

Moldova continuă să se confrunte cu probleme la atragerea investițiilor și promovarea exporturilor. În anul 2015 exporturile de mărfuri au fost în scădere și au totalizat 1966,9 mil. dolari SUA (volum inferior celui realizat în anul 2014 cu 15,9%). Reexporturile de mărfuri au avut o valoare de 662,9 mil. dolari SUA, care echivalează cu o cotă de 33,7% în total exporturi (s-au micșorat cu 18,2% față de volumul din anul 2014)³.

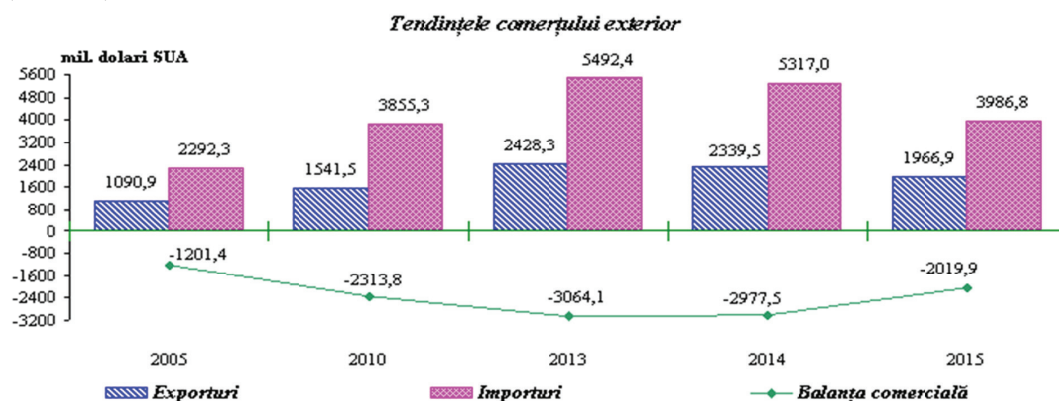


Sursa: Biroul Național de Statistică

Volumul exportului a scăzut cu majoritatea partenerilor comerciali tradiționali (diminuând valoarea totală cu 18,3%) în timp ce piețele unde s-a înregistrat o creștere (dintre cele mai semnificative ca pondere - MB cu 27,7%, și România cu 2,8%) au compensat scăderea totalului de exporturi doar cu 4,1%. Cea mai semnificativă scădere (ca pondere din comerțul total) a înregistrat-o comerțul cu țările CSI cu 6,4% (din care doar Federația Rusă cu 6,1%) în timp ce exportul pe piața UE a avut o creștere de 8,6%.

Importurile s-au micșorat cu 25% față de 2014 și au totalizat 3986,8 mil. dolari SUA.

Astfel, deficitul comercial în anul 2015 a constituit 2019,9 mil. dolari SUA, cu 957,6 mil. dolari SUA (-32,2%) mai mic, decât în 2014.



Sursa: Biroul Național de Statistică

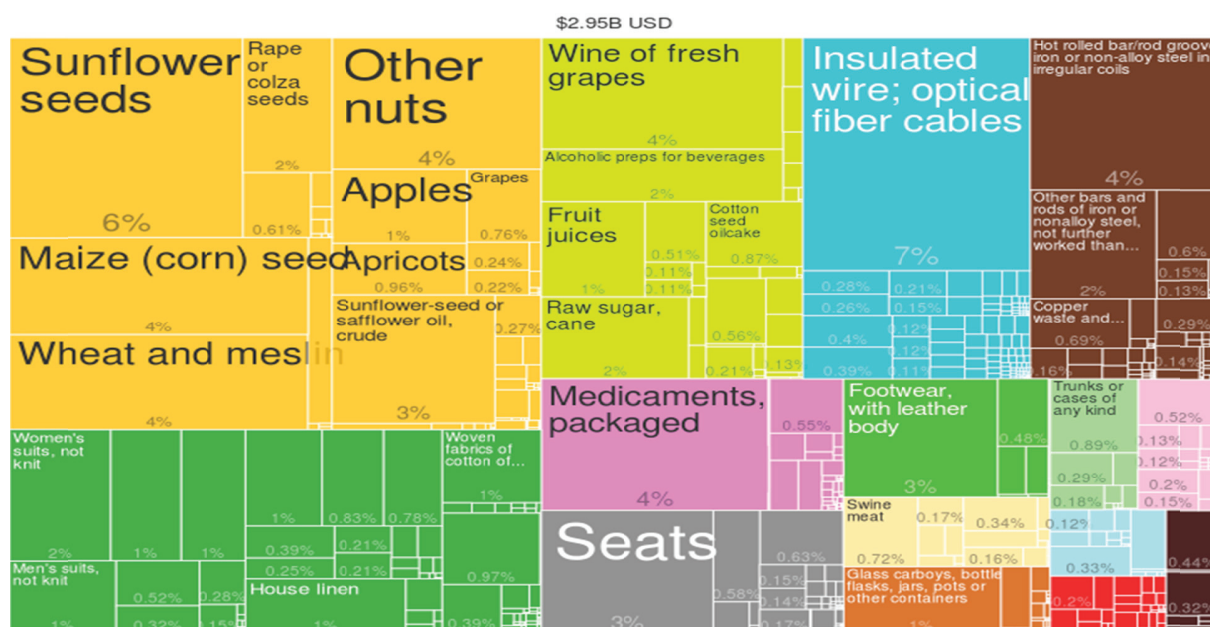
³ <http://www.statistica.md/newsview.php?l=ro&idc=168&id=5079>

Exporturile structurate pe grupe de mărfuri pentru anul 2015 arată în mare parte o scădere⁴ în special produsele alimentare și animale vii (-5,6 %), articole manufacturate diverse (-3,9 %), produse chimice (-1,9%), băuturi și alcool (-1,8), mărfuri manufacturate (-1,5%).

Măsurat conform ponderii în exportul total dinamica arată o diminuare continuă a exporturilor produselor alimentare și animaliere, băuturi și tutun, produse chimice, mărfuri manufacturate dar și o ușoară creștere pentru mașini și echipamente, uleiuri și grăsimi, materiale brute necomestibile.

Structura exporturilor continuă a fi constituită în special din mărfuri cu o valoare adăugată scăzută, majoritatea lor produse din agricultură (circa 40%), manufactură (circa 30%), precum și producția ceva mai sofisticată mașini și echipamente (16% majoritatea din contul ISD datorate realocării proceselor de producție din UE) și cea chimică (aproximativ 7%).

Structura exporturilor Republicii Moldova
(volumul conform categoriei de mărfuri exprimat în procente din totalul exportului).



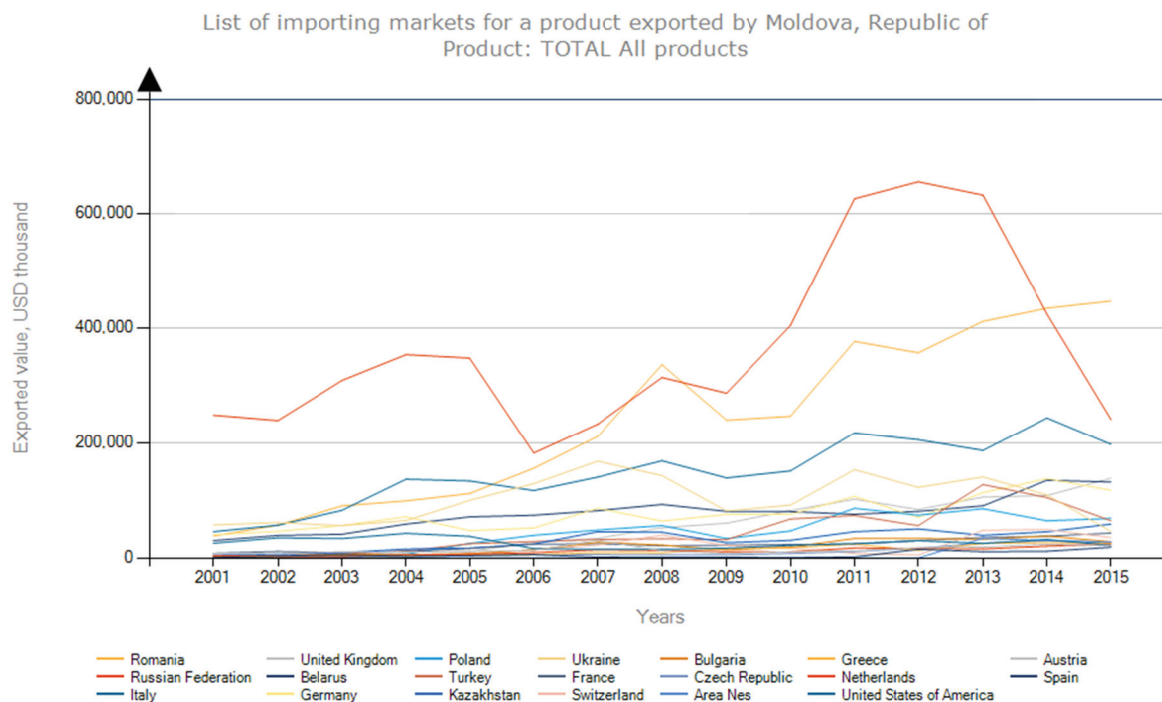
Sursa: Baza de date COMTRADE <http://comtrade.un.org/data/>

Evoluția exporturilor arată o diminuare a dependenței Moldovei față de piața Federației Ruse și creștere a prezenței pe cea a UE (în speță România, Italia, Germania). Datele parțiale pentru anul 2016 (perioada ianuarie – septembrie) arată că exporturile către țările UE au totalizat în septembrie 2016 63.8% (9⁵14,5 mil USD) înregistrând o ușoară creștere (1,7%) în timp ce în CSI 21,0% (309 mil USD) fiind în scădere (17,9%) față de perioada anului precedent. Astfel, Moldova continuă să piardă poziții pe piața CSI și înregistrează o creștere a exporturilor pe cea a UE. Totuși, tendința generală este de diminuare a exporturilor ca urmare a crizei în relațiile dintre Federația Rusă și SUA și țările membre UE (politica de sancțiuni) care crează dificultăți pentru exportul produselor moldovenești (con competiția internă pe anumite categorii de mărfuri) cât și problemele structurale cu care se confruntă economia moldovenească⁶.

⁴ Măsurat după gradul de influență la creșterea sau scăderea exportului.

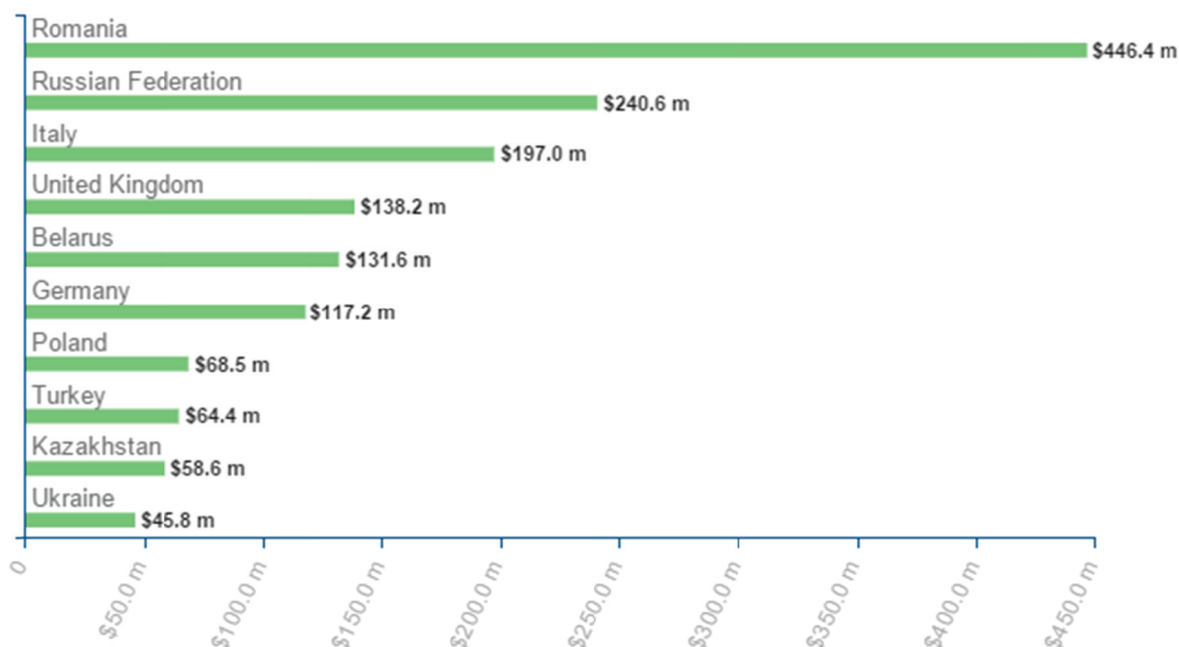
⁵ <http://www.statistica.md/newsview.php?l=ro&idc=168&id=5402>

⁶ <https://www.mold-street.com/?go=news&n=4698> , <https://www.mold-street.com/?go=news&n=3792>



Sursa: Baza de date COMTRADE <http://comtrade.un.org/data/>

Astfel, primele 10 piețe de export în 2015 erau:



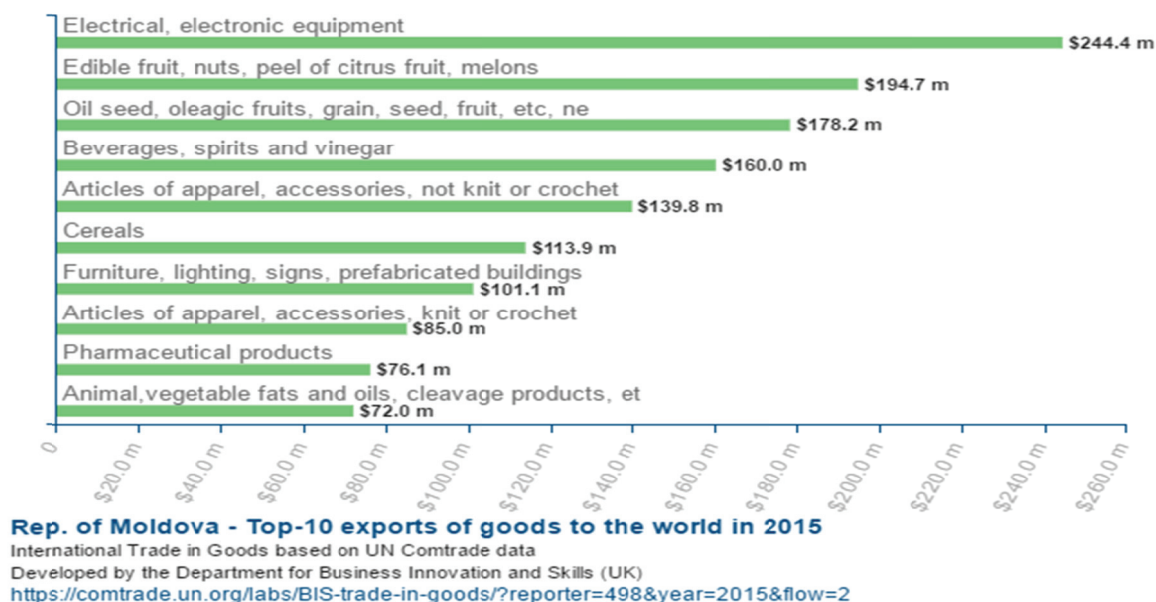
Rep. of Moldova - Top-10 export markets for Total of all HS commodities in 2015

International Trade in Goods based on UN Comtrade data

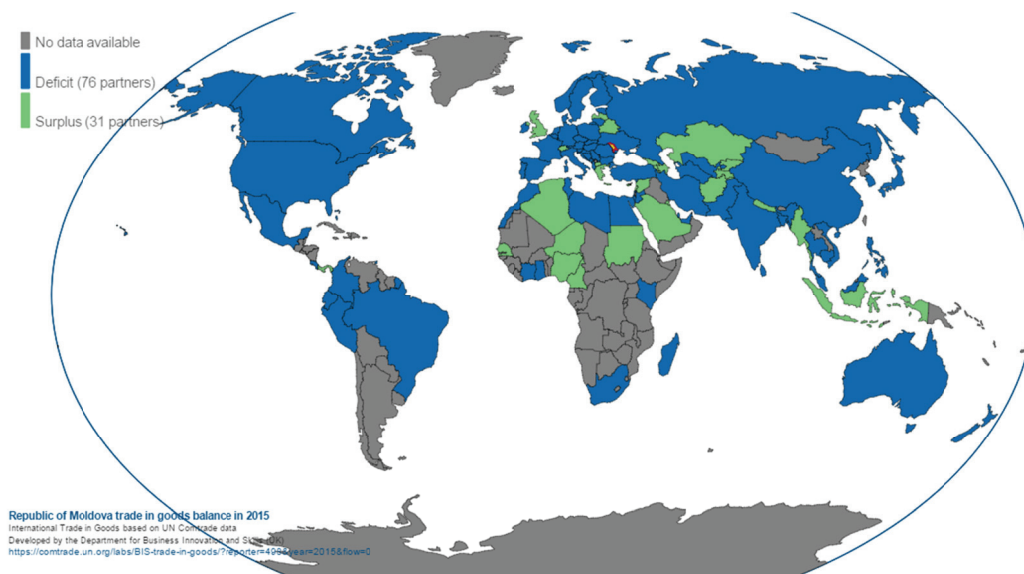
Developed by the Department for Business Innovation and Skills (UK)

<https://comtrade.un.org/labs/BIS-trade-in-goods/?reporter=498&partner=0&commodity=TOTAL&year=2015&flow=2>

...iar 10 mărfuri exportate:

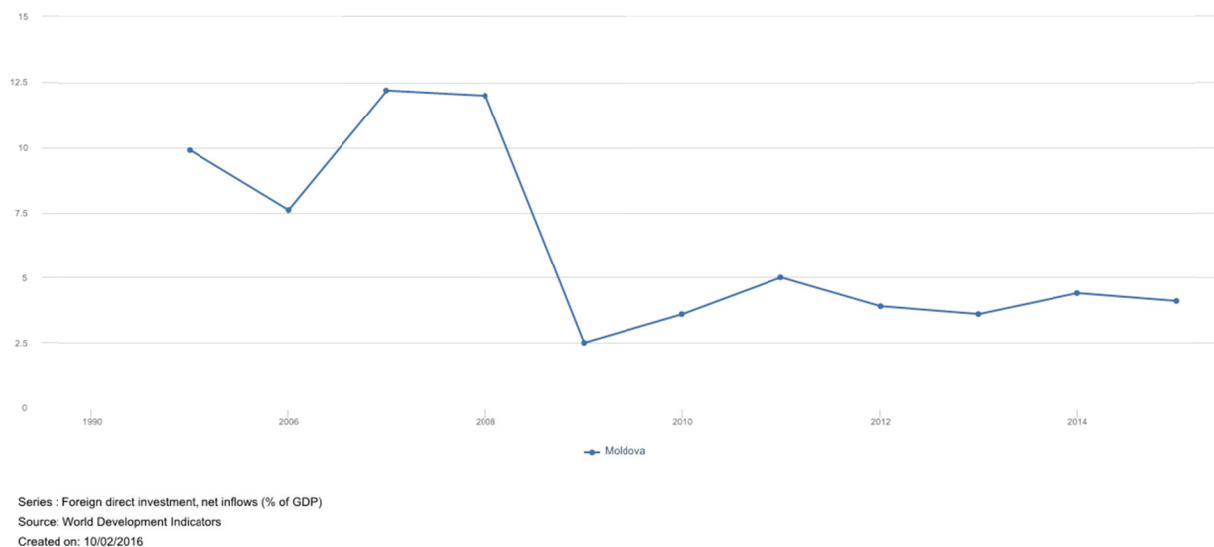


Balanța sa comercială este negativă cu majoritatea partenerilor comerciali:



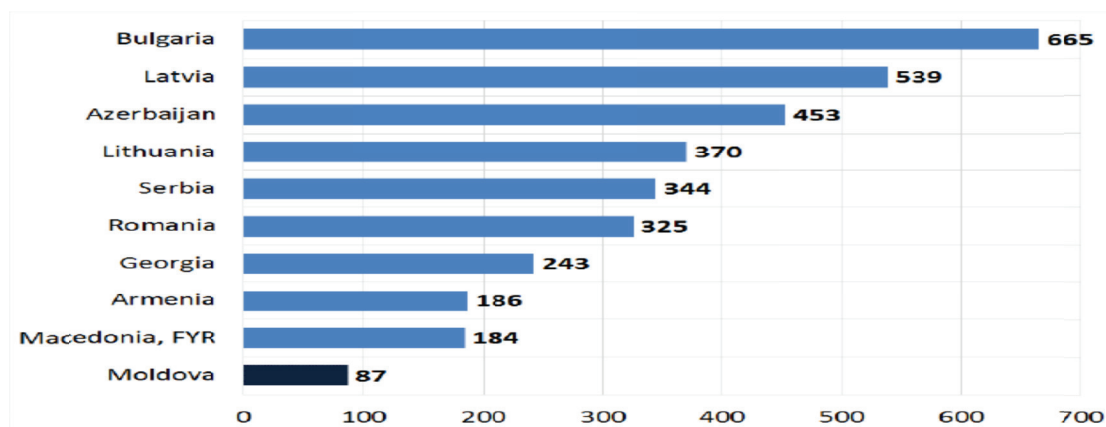
Nivelul ISD este scăzut comparativ cu necesitățile țării și media pe regiune. Dinamica ISD arată în 2015 o scădere procentuală în raport cu PIB la 4,1% (4,4% în 2014) și nominală 270, 96 mil. USD (349,93 mil USD în 2014). ISD continuă să fie destul de puține comparativ cu nivelul anului 2008 (12% sau 726,6 mil USD)⁷.

⁷ The WB's data (World Development Indicators) <http://data.worldbank.org/indicator/BX.KLT.DINV.WD.GD.ZS>



Nivelul mediu estimat al influxurilor nete de ISD pe cap de locuitor în perioada 2005-2014 este de 87 USD, *unul dintre cele mai scăzute din regiune*. De asemenea, Republica Moldova a atras puține investiții de tip „greenfield”⁸. În medie, Republica Moldova atrage anual doar 65 USD pe cap de locuitor de investiții „greenfield”, în timp ce în țările de comparație, această valoare este de 357 USD în medie. Un nivel atât de scăzut al ISD nu face decât să submineze competitivitatea și dezvoltarea durabilă a țării. Practic, toate sectoarele care au generat în mod accelerat exporturi, s-au dezvoltat în ultimii ani datorită investițiilor străine, însoțite sau nu (în cazul industriei ușoare), de un plasament efectiv de capital din partea investitorilor/comanditarilor din străinătate. Conform estimărilor, în perioada 2001-2014, fiecare dolar investit anual în capitalul productiv din activitățile economice exportatoare a generat, în medie, 0,49 dolari exporturi în următorul an. (SAIPE 2015, pp. 15-18).

Nivel ISD pe cap de locuitor



Sursa: Strategia pentru promovarea exportului și atragerea investițiilor 2015.

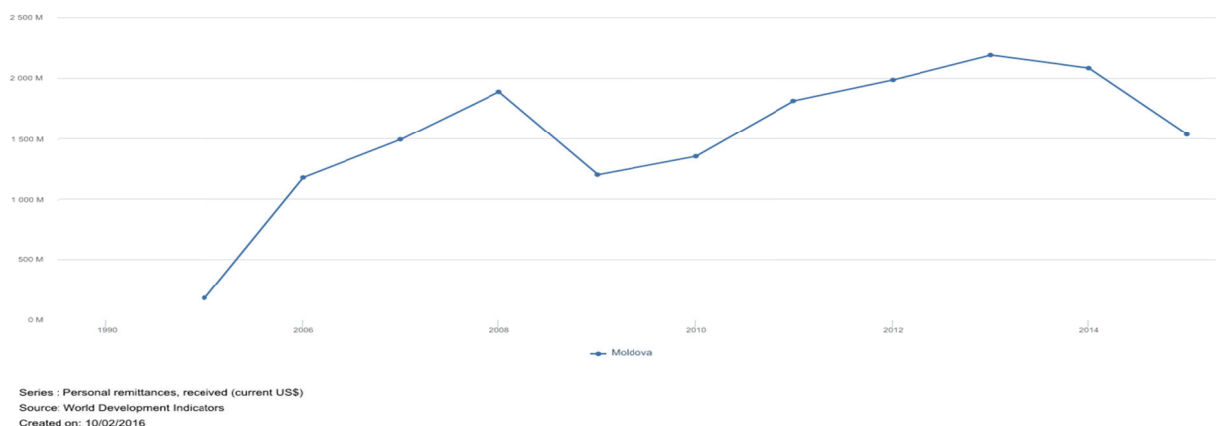
Investitorii străini au manifestat un interes viu pentru activitățile economice din Republica Moldova orientate spre export. Acestea s-au orientat preponderent spre sectorul tehnologii infor-

⁸ O definiție a termenului poate fi găsită aici - <http://www.investopedia.com/terms/g/green-investing.asp>

mașonale⁹, textile, articole de îmbrăcăminte și încălțăminte¹⁰ precum și au contribuit la apariția unui nou sector în Republica Moldova, industria componentelor auto¹¹. Unul din factorii determinanți deocamdată însă îl constituie costurile mici comparativ cu cele ale forței de muncă, proximitatea geografică față de piețe de desfacere și regimul comercial favorabil¹² atât cu UE cât și CSI, Turcia, Europa de Sud-Est.¹³

Totuși, avantajul costurilor nu poate fi unul permanent, mai ales în condițiile unui deficit al forței de muncă calificate în Republica Moldova, cât și tendințelor demografice și migraționiste (convergența costurilor are loc mai repede decât cea a veniturilor). La fel ca și faptul că, în regimul comercial pot surveni schimbări generate de evoluția calității dialogului dintre UE și Federația Rusă iar calitatea, costurile și conexiunea infrastructurii din Moldova (cale ferată, naval, autostrăzi, transport aerian) la cea a UE, CSI și restul lumii lasă încă mult de dorit.

La aceasta se adaugă *descreșterea remiterilor în 2015* (1,533 mil USD, 23,4% din PIB de la 2, 083 mil USD, 26,1% din PIB în 2014) cât și prognozele despre continuarea diminuării lor¹⁴ (cu aproximativ 5%) toate reprezentând semnale alarmante.



⁹ Ponderea serviciilor de tehnologii informaționale în totalul exporturilor Republicii Moldova (2,1%), este una din cele mai mari din regiune (cu o valoare de circa 56 milioane USD în 2013 și, la o rată de creștere anuală medie anticipată de 14,5%, poate să se dubleze ca mărime până în anul 2018) (SAIPE 2015, p.19).

¹⁰ Constau, preponderent, din exporturi de servicii de prelucrare a materiei prime a clientului (cu valoarea exporturilor în creștere de la circa 87,3 milioane USD în 2000 la 363,6 milioane USD în 2014). La moment acesta constituie circa 16% din volumul total al exporturilor, peste 90% din care constituie re-exporturi, după modelul operațiunilor „lohn” (import de materie primă în regim de perfecționare activă: procesarea acesteia și re-exportul către comanditar) (SAIPE 2015, p. 20).

¹¹ Republica Moldova a reușit să atragă câteva proiecte de ISD din partea unor mari companii din industria auto, inclusiv Draexmaier (Germania), Lear Corporation (SUA), Gebauer & Griller (Austria), Confezioni Andrea Covercar (Italia), precum și investiții de tipul „non-equity investment” efectuate de compania Leoni (Germania) la SA Introscoop. Aceasta constituie circa 8% din totalul exporturilor. Aproape toate ISD din industria automotive au fost localizate în cele 7 Zone Economice Libere (ZEL) (SAIPE 2015, p. 20).

¹² <http://www.interlic.md/2016-03-18/octavian-calmic-datorita-dcfta-moldova-poate-deveni-o-importanta-veriga-comerciala-i-economica-intre-43233.html>

¹³ Moldova mai are semnate și circa 47 de acorduri bilaterale dintre Republica Moldova și alte țări privind evitarea dublei impuneri precum și 40 de acorduri bilaterale dintre Republica Moldova și alte țări privind protejarea reciprocă a investițiilor (SAIPE 2015, p. 47)

¹⁴ <http://viitorul.org/doc.php?l=ro&idc=121&id=4592&t=/PUBLICATII-PERIO-DICE/Monitorul-Economic-ME/Monitorul-Economic-nr-24-Q1-2015>

Moldova are nevoie de o diversificare și creștere a competitivității produselor sale. Având în vedere că aceasta întâmpină o insuficiență de resurse interne pentru dezvoltare (capital tehnologii) progresul pe termen mediu și lung va depinde de cooperarea economică internațională. Mai exact, de integrarea economiei sale în lanțul de producție și inovare globală și atragerea resurselor financiare și tehnologiilor necesare. Succesul integrării în UE va depinde de felul în care economia Moldovei va face față integrării sale într-o piață UE competitivă și reglementată de standarde de calitate riguroase. Fără o diplomatie economică Moldova nu va fi capabilă să se folosească de oportunitățile oferite de DCFTA pentru companiile moldovenești și investitorii străini. Promovarea exportului și atragerea ISD sunt măsuri indispensabile pentru dezvoltarea sa.

III. Evoluția cadrului instituțional și de politici existent în domeniul promovării intereselor economice externe

Două instituții sunt implicate în activitatea economică externă și au rețele de reprezentare externă fie sunt mandatate să desfășoare asemenea activități: MIEPO (instituție subordonată ME) și MAEIE. Dacă în cazul primei s-a mai observat anumite evoluții în ultimul an (adoptarea noii *strategii pentru atragerea investițiilor și promovarea exporturilor 2016-2020*, a *programului de dezvoltare strategică a MIEPO 2016-2020*, *raportului final de analiză a piețelor prioritare de export și instrumentului de promovare a exportului Moldovei în UE și alte piețe*, *raportului de activitate pentru anul 2015*, *crearea Consiliului pentru promovarea proiectelor investiționale de importantă națională*¹⁵) în ceea ce privește activitatea MAEIE nu există vreo evidență despre progrese semnificative.

- 1 După toate aparențele **MIEPO** e unica instituție care se ocupă la acest moment de activitatea de promovare a exportului și atragere a investițiilor chiar dacă nu deține o rețea de reprezentare peste hotare și nu delegă specialiști în cadrul ambasadelor, iar de dialogul politic (deseori determinant pentru temperatura relațiilor economice) se ocupă MAEIE. Însă MIEPO îi lipsește atât resursele financiare¹⁶ cât și umane suficiente¹⁷ astfel că deseori este văzută de mulți beneficiari mai mult ca o unitate de suport de marketing, care nu acționează în deplină conformitate cu mandatul său. Persistă o suprapunere peste mandatul activității sale din partea altor agenții și organisme (uneori din partea unor structuri ad-hoc cum ar fi *echipa Prim-ministrului de atragere a investițiilor*, *proiectul „Consiliere pentru Prim-Ministru în domeniul dezvoltării economice”*) iar capacitățile sale rămân destul de slabe. Astfel, în pofida suprapunerii funcționale, principalele constrângeri operaționale pentru MIEPO rezultă din finanțarea slabă și cadrul instituțional inadecvat (SAIPE 2015, pp. 43-46).

¹⁵ Scopul căruia e de a înlătura barierele în ceea ce privește plasarea investițiilor și asigura un climat prielnic pentru activitatea companiilor internaționale (prezente în special în ZEL-uri) pe teritoriul Moldovei.

¹⁶ Bugetul anual al acesteia este de doar puțin peste 5 milioane lei (din care cca 30% costuri operaționale) pentru ambele dimensiuni atragere și promovare a exporturilor. Pentru comparație bugetul mediu al agențiilor de atragere a investițiilor pentru țările cu venituri mici ajunge la 548 mii USD, iar bugetul median - la 287 mii USD. În țările cu venituri medii, bugetul mediu al agențiilor de atragere a investițiilor este de 1,237 milioane USD, cel median ridicându-se la 570 mii USD.

¹⁷ Doar 10 angajați, cu funcții atât de promovare a investițiilor, cât și a exporturilor. Salariile și indemnizațiile nu sunt competitive în raport cu sectorul privat și determină a fluctuație mare a personalului afectând calitatea lui. Nu există obligativitatea vreunor evaluări externe a performanțelor instituției. Persistă deficiențe de coordonare a activității MIEPO cu reprezentanțele externe ale MAEIE.

Conform noii **strategii** (responsabilă pentru implementarea căreia e Ministerul Economiei - MIEPO i se subordonează) atragerea de investiții străine pentru economia orientată spre export devine principalul obiectiv pentru a reduce decalajul tehnologic, oferi locuri de muncă etc. Aceasta pune accent pe **sectoarele orientate spre export**, prioritare fiind: *serviciile de întreținere externă a proceselor de business, industria mașinilor și echipamentelor electrice pentru industria automotive, industria electronică, industria îmbrăcăminte și încălțăminte, dezvoltarea de programe de calculator, sectorul agricol și industria alimentară.*

Strategia de intervenție prevede acțiuni clasificate în șase domenii de intervenție:

- 1) Fortificarea elementelor de bază ale cadrului de reglementare care să permită atragerea, reținerea, dezvoltarea investițiilor și promovarea exporturilor,
- 2) Îmbunătățirea sistemului de dezvoltare a forței de muncă pentru sectoarele prioritare orientate spre export,
- 3) Sporirea calității infrastructurii industriale, de transport și comerciale pentru dezvoltarea sectoarelor orientate spre export,
- 4) Maximizarea beneficiilor economice și de dezvoltare ale ISD prin consolidarea legăturilor cu economia națională,
- 5) Sporirea capacităților de export ale producătorilor autohtoni,
- 6) Consolidarea capacităților instituțiilor naționale cu scopul atragerii, menținerii, dezvoltării investițiilor și promovării exporturilor (SAIPE 2015, p. 57).

Costurile evaluate (preliminare) pentru implementarea Planului de Acțiuni al Strategiei pe întreaga perioadă (2016-2020) de 164,3 milioane lei sunt *acoperite aproape în totalitate din contul asistenței tehnice și financiare externe și doar 1,9 milioane lei din bugetul de stat* (SAIPE 2015, pp. 68-69).

Rezultatele preconizate urmare a implementării strategiei se prevede ca pînă la anul 2020 în sectoarele prioritare vor fi atrase și /sau extinse cel puțin 50 de proiecte investiționale, create circa 10 mii de locuri de muncă directe în cadrul proiectelor și încă alte 4-5 mii în IMM-urile care vor furniza bunuri și servicii în scopul realizării proiectelor investiționale. Volumul de exporturi noi generate de aceste proiecte ar atinge nivelul de 210 milioane USD. Astfel, efectele fiscale preconizate ar depăși costurile implementării strategiei. *Creșterea exporturilor cu 1 dolar SUA se materializează în 0,61 dolari SUA sub formă de venituri fiscale.* Prin urmare, doar efectul proiectelor investiționale ce urmează a fi atrase, planificate în volum de circa 380 milioane dolari SUA pentru perioada 2016- 2020 (cumulativ) va aduce la buget circa 232 milioane dolari SUA sub formă de venituri fiscale, depășind semnificativ costurile implementării Strategiei. În plus, efectele fiscale ale locurilor de muncă create în rezultatul implementării Strategiei ar putea aduce la buget circa 455 milioane lei sub forma încasărilor din impozitul pe venit, iar alte 1,4 miliarde lei ar putea intra, pînă în 2020 în bugetele CNAS și CNAM sub forma contribuțiilor de asigurări sociale și medicale (SPAIE 2015, pp. 69-70).

- 2 După mai mult de un an activitatea **MAEIE** rămîne modestă atît în ceea ce privește eforturile întreprinse cît și rezultatele. Și asta în ciuda faptului că această problemă a fost conștientizată cunoscînd o răspîndire largă în mijloacele mass-media¹⁸. Constatarea se referă mai ales în ceea ce privește măsurile de ordin extern (detașarea atașatorilor economici, crearea birourilor comercial-economice, delimitarea atribuțiilor dintre instituții și îmbunătățirea coordonării, asigurarea resurselor financiare și umane suficiente pentru MAEIE (ca și pentru MIEPO), pregătirea diplomaților și economiștilor implicați, cadrul strategic (concept) și instituțional (coordonator) unic, platforme largi de consultare etc. Serviciul diplomatic al Moldovei practic n-a suferit modificări fiind în continuare concentrat prioritar pe aspectele politice și de securitate și mai puțin pe aspectele economice. La nivel programatic nici pînă acum *n-a fost elaborat un document strategic intern care să ghideze activitatea MAEIE în domeniul promovării intereselor economice externe cu obiective măsurabile și nici o raportare cu privire la rezultatele lor*¹⁹. Aceasta are un caracter sporadic și nesustenabil. Astfel, lipsa unor informații despre activitatea Ministerului și comunicarea restrînsă despre rezultatele obținute²⁰, politizarea activității și a personalului ambasadelor suscită critici uneori virulente despre rezultateșe acesteia²¹. Rotația permanentă în cadrul MAEIE nu favorizează apariția unor specializări (ce țin de politici economice externe) iar lipsa unei direcții de analiză (la MAEIE sau/și ME/MIEPO în dependență de modul de organizare ce va fi preferat) nu permite o coordonare, monitorizare și evaluare a eforturilor întreprinse. La aceasta se mai adăugă lipsa practicii de efectuare periodică a unor evaluări complexe de măsurare a eficienței instituționale după exemplul altor țări (fie și de ordin intern) pentru a înlătura deficiențele și adapta la schimbările din mediul extern. Practica internațională, necesitățile stringente ale economiei moldovenești cît și tendințele care se înregistrează în diplomatie indică asupra faptului că statele mizează tot mai mult pe un serviciu diplomatic care promovează interesele economice și nu doar pe cele care se axează pe dimensiunea de securitate. În afară de aprobarea noii strategii de promovare a exporturilor și atragerea investițiilor 2016-2020 care vizează în special activități de ordin intern și care nu are deocamdată finanțare suficientă, **nici un document care ghidează diplomația moldovenească nu a suferit modificări**. Documentul public care formulează o viziune pentru politica externă a Republicii Moldova (Conceptul) a fost adoptat acum circa 10 ani.

¹⁸ <http://goo.gl/DwfAEg>, <http://goo.gl/yGeRyF>, <http://goo.gl/pBI9Xc>, <http://goo.gl/ht3Nre>, <http://goo.gl/W2rjJp>, <http://goo.gl/DM5IEl>, <http://goo.gl/7bVHLR>

¹⁹ La moment pe site-ul MAEIE există un compartiment dedicat diplomației economice dar nici un document sau informații cu privire la activitățile desfășurate și rezultatele obținute în acest sens. Ultimele rapoarte sunt din 2011.

²⁰ H.G nr. 1062 din 08.08. 2002 cu privire la activitatea Ministerului Afacerilor Externe și Integrării Europene obliga chiar prezentarea rapoartelor de activitate a ambasadorilor în cadrul ședințelor de Guvern.

²¹ Majoritatea liderilor politici nu s-au arătat satisfăcuți de calitatea diplomației, unii chiar au accentuat importanța promovării intereselor economice dar nu s-a întreprins nimic semnificativ în acest sens (APE 2009, pp. 177-182, 191-120, APE 2011 pp. 304-305) O altă critică se referă la politizarea personalului ambasadelor (lista ambasadorilor) <http://goo.gl/iJDk2g> care devine o practică tot mai răspîndită și diminuează capacitățile cît și stimulentele în cadrul aparatului diplomatic de exercitare a responsabilităților (APE 2011, p. 50, Nicolson 1958, p. 102). Deși Legea nr. 761 din 27.12.2001 art 16 (3) interzice numirea altor persoane decît diplomați în rang de ambasadori (și doar cu titlu de excepție pe cele notorii avînd cunoștințe/experiență temeinice în domeniul relații internaționale, relații economice externe și drept internațional) ea este deseori abuzată. Despre aceasta avertiza și Jules Cambon despre ambasadele de "ceremonii" și "obediență" (Cambon 2011, p. 54) în timp ce Kishan Rana despre "diplomacy amateurs" recomandînd profesionalizarea serviciului diplomatic (Rana 2011, pp. 346-347).

IV. Realizări pe parcursul anilor 2015–2016

Pe lângă elaborarea de politici și reformarea cadrului instituțional autoritățile au și sarcina de a le implementa. Astfel, suportul MIEPO s-a evidențiat în special pe partea de organizare a participării la diferite expoziții²², târguri²³, forumuri²⁴ naționale și internaționale și mai puțin misiuni de afaceri²⁵, instruirii²⁶, edificarea unor platforme²⁷ sau schimbul de experiență și efectuarea de studii²⁸ (Raport MIEPO 2015, p.9). Ca regulă, participarea Moldovei (pe lângă alte forme de sprijin) a fost asigurată din contul asistenței externe²⁹ precum și din resursele (limitate) dedicate activităților de export gestionate de MIEPO/ME. Utilizarea celorlalte instrumente ale diplomației economice (vezi mai sus) a fost mai limitată.

Totodată, în decursul acestui timp autoritățile Moldovei au încercat prin intermediul unor vizite la nivel înalt, lucrul Comisiilor inter-guvernamentale și invitarea unor misiuni tehnice etc. să rezolve *blocajele tarifare și netarifare apărute în comerțul cu Federația Rusă*³⁰, să obțină *acordul pentru exportul produselor de origine animalieră pe piața UE*, grăbească procedurile de ratificare și intrare în vigoare a *Acordului de liber schimb cu Turcia* (precum și acordul de protejare reciprocă a investițiilor), demareze negocierile/consultările privind încheierea unor *acorduri de liber schimb, protejare reciprocă a investițiilor sau evitare a dublei impuneri cu o serie de țări, efectuarea unor vizite de prezentare a oportunităților de investiții în Moldova* ori a dinamizat lucrul în cadrul organizațiilor regionale și internaționale prin adoptarea/aderarea la *acorduri, convenții, protocoale* etc.

²² Expoziția "Gulfood", "Biofach", „Expo Milano 2015”, „ANUGA 2015”, World Expo 2015, "Central Asia International Fashion Exhibition", "Zoom by Fatex", "Central Asian Show", "Textilegiprom", "World Travel Market (WTM) – 2015", "INTEC 2015" și „Z 2015”, "Hannover Messe 2015" și "AERO Friedrichshafen 2015", „Eurocarne”, "GACS" și "ACHEMA Messe", "MSV 2015", "IAA 2015", "eCarTech 2015" și "CeramiTec", "Agritechnica 2015"

²³ Târgul Internațional de mobilă, echipamente și accesorii "BIFE SIM 2015"

²⁴ Forumul Investițional "Gagauzia-Invest-2015", Moldova Pro-Export Forum 2015, 2016, Fabricat în Moldova, Fabricat în România, Forumul Economic "Promovarea potențialului economic al Regiunii de Dezvoltare Nord"

²⁵ Circa 16 vizite de afaceri ale companiilor/firmelor din alte țări și 4 misiuni de afaceri pe platforma World Expo 2015. O misiune de preluarea experienței PALiZ în domeniul atragerii investițiilor străine în sectorul automotive și a industriei textile și expoziția "Moldovan Fashion Industry" în Italia.

²⁶ „Commercial Attaches & Investment Promoters” - familiarizarea atașșilor comerciali ai Republicii Moldova cu conceptul, caracteristicile, criteriile și modul de atragere a investițiilor străine directe (ISD) și promovarea afacerilor la nivel internațional. De asemenea, un Program de pregătire și perfecționare a managerilor din diferite sectoare studiul pieței germane.

²⁷ „Diplomatic Economic Club” – platformă de comunicare care găzduiește peste 40 de reprezentanți ai misiunilor diplomatice (consilieri economici), organizații internaționale, parteneri de dezvoltare și reprezentanți ai autorităților administrației publice

²⁸ Pe site-ul MIEPO au fost plasate câteva studii sectoriale cu privire la piețele de export.

²⁹ În special, Proiectul de ameliorare a competitivității (PAC II) și Proiectul de Competitivitate al USAID – CE-WIN.

³⁰ <http://www.mec.gov.md/ro/content/octavian-calmic-apropierea-de-ue-nu-ne-impiedica-sa-avem-relatii-cu-ceilalti-parteneri>, <http://www.mec.gov.md/ro/content/octavian-calmic-si-dmitrii-rogozin-au-discutat-la-moscova-despre-relatiile-comercial>

Totuși, în afară de ratificarea și grăbirea parcurgerii procedurilor interne de *adoptare a Acordului de liber schimb cu Turcia, unor convenții* (Acordul OMC cu privire la achiziții publice sau Convența regională cu privire la regulile preferențiale de origine a mărfurilor din zona pan-europeană-mediteraneană) și *asigurarea accesului transportatorilor moldoveni prin Ucraina spre Federația Rusă*³¹, **majoritatea eforturilor încă n-au o finalitate sau abia au demarat**³². Cele majore includ *eliminarea barierelor tarifare și netarifare pentru exportul pe piața Federației Ruse* (pentru care a fost elaborată o foaie de parcurs³³), *accesul pe piața UE a produselor de origine animalieră*³⁴, încheierea unui Acord de liber schimb cu Egiptul, Republica Populară Chineză, SUA, Iran, India etc., *acordul de protejare reciprocă a investițiilor cu Turcia, eliminarea barierelor pentru transportatorii moldoveni în Kazahstan prin Federația Rusă sau problemelor legate de cerințe suplimentare cu privire la certificări (bariere netarifare)*³⁵ a producției din Moldova într-o serie de țări.

În afară de câteva piețe identificate de autoritățile moldovenești drept prioritare (UE și CSI, Turcia, Qatar³⁶) unde au fost concentrate toate eforturile, în privința *celorlalte piețe (mai ales cea din Asia de sud-est)* măsurile *au fost mai degrabă reactive sau mai mult declarative*³⁷.

Promovării exporturilor, adică a *întreprinderilor autohtone (IMM-urile) în mare parte din sectorul industriei alimentare și agricultură*³⁸ (ca de altfel și sectorului) i se acordă mai puțină atenție. Asta chiar dacă raportul final³⁹ identifică produsele agricole, alimentare și băuturi (circa 53% din exportul domestic pe lângă textile și îmbrăcăminte -8,3% și produse electronice și mecanice -13,11%) ca cele mai orientate spre export industriei în Moldova. O politică de promovare a exportului înseamnă sprijinirea acumulării de capital, aptitudini și tehnologii (valoare adăugată) a companiilor înregistrate în Moldova și suport la extinderea activităților lor în exterior.

SAIPE prevede următoarele instrumente:

1. *sprijin financiar* (co-finanțare sau subvenții) pentru exportatori și capitalizarea fondului de garantare pentru IMM-uri (sub-obiectivul E1)⁴⁰,

2. *sprijin informational* (sporirea calității serviciilor prestate pentru exportatorii moldoveni)⁴¹ -

³¹ <http://www.moldpres.md/news/2016/01/21/16000508>

³² <http://newsmaker.md/rus/novosti/u-moldovy-i-rossii-vse-poydet-po-planu-cto-soderzhit-soglasovannyi-dokument-o-vos-28632>

³³ <http://newsmaker.md/rus/novosti/politicheskaya-ekonomika-osnovnye-problemy-v-otnosheniyah-moldovy-i-rossii-26038>

³⁴ <http://www.mec.gov.md/ro/content/interviu-octavian-calmic-speram-sa-obtinem-curand-deschiderea-pietei-ue-pentru-produsele>

³⁵ <http://vinmoldova.md/index.php?mod=analytics&id=4273>

³⁶ <http://www.logos.press.md/node/41737>

³⁷ <http://www.rfi.ro/stiri-politica-57025-ministrul-moldovean-al-economiei-rfi-venit-momentul-sa-luam-considerare-alte>

³⁸ Care are un potențial de export descris de Echipa Economică Germană pentru Moldova (GET) în această analiză - https://www.get-moldau.de/wordpress/wp-content/uploads/2016/07/PB_06_2016_en.pdf

³⁹ Raport final de Analiza Piețelor Prioritare de Export și Instrumente pentru Promovarea Exportului Republicii Moldova în UE și alte Piețe <http://uipac.md/uploads/0/images/large/final-report-rom.pdf>

⁴⁰ Stimularea inovațiilor, achiziționarea tehnologiei, accesul la serviciile de consultanță în afaceri, îmbunătățirea competențelor de vânzare și marketing, creșterea și asigurarea calității produselor, crearea site-urilor web corporative în diferite limbi străine, precum și participarea la evenimentele investiționale și de comerț externe etc.

⁴¹ 1. Elaborarea unui program consistent de evenimente interne și externe, ce urmează a fi organizate de MIEPO pentru promovarea exportatorilor naționali, 2. Efectuarea periodică a studiilor de piață relevante sub aspectul prevederilor ZLSAC și prestarea serviciilor informaționale calitative pentru exportatorii din sectoarele prioritare, 3. Program de promovare a exportatorilor (prin organizarea forului exportatorilor, concursului – premiul național în export, comunicarea istoriilor de succes, etc.),

sub-obiectivul E2),

3. *instituirea clusterelor orientate spre export la nivel de sectoare prioritare (sub-obiectivul F1) prin întărirea capacităților MIEPO*⁴²
4. *consolidarea diplomației economice (sub-obiectivul F2).*

Ultimul sub-obiectiv *recunoaște importanța explorării oportunităților legate de activitatea misiunilor diplomatice moldovenești peste hotare și sporirea eficienței acestora în special în domeniul promovării investițiilor.*

Următoarele acțiuni sunt prevăzute:

- 1) *Elaborarea și implementarea unui Plan de acțiuni în vederea dezvoltării diplomației economice, care va revizui modalitatea lucrului atașatilor economici, revizuirea distribuției geografice și a numărului și stabilirea indicatorilor de performanță privind activitatea lor,*
- 2) *Organizarea cursurilor de instruire anuale pentru toți reprezentanții corpului diplomatic moldovenesc în domeniul economic/comercial despre avantajele comparative ale Republicii Moldova, sectoarele prioritare economice și asigurarea serviciilor de mediere și a materialelor promoționale corespunzătoare,*
- 3) *Identificarea a cinci țări-țintă pentru dinamizarea eforturilor de promovare a țării ca destinație pentru investiții și desfășurarea programelor de informare și promovare a țării*⁴³. Asigurarea prezenței operaționale a diplomației economice pe teritoriul acestora (reprezentanții MIEPO în străinătate/ atașatii economici/ consultanți locali) (SAIPE 2015, pp. 65-67).

De-a lungul timpului în cadrul mai multor documente de planificare⁴⁴ cât și luări de poziții⁴⁵ a mai fost reiterată necesitatea implementării unor măsuri caracteristice diplomației economice. Totuși, iată la 25 de ani de la independență diplomația moldovenească nu are un cadru de politici unic care ar include elementul de promovare a intereselor sale economice (diplomația economică). Atragerea investițiilor și promovarea exporturilor de care e responsabil ME (politici, M&E) și/prin MIEPO (implementare) nu include decât câteva aspecte din activitatea de promovare externă a intereselor Moldovei. Acesta însă nu dispune de resursele umane, financiare și infrastructura de reprezentare externă (atașați economici, misiuni economice) suficientă pentru a promova interesele economice ale Moldovei în exterior. Deși SAIPE oferă un cadru de politici aceasta se concentrează în special pe componenta de atragere a investițiilor și mai puțin pe cea de promovare a exporturilor. Celelalte aspecte ale diplomației economice nu sunt acoperite sub un cadru de politici și

4. Un Program permanent de dezvoltarea a capacităților de management în domeniul exporturilor (Academia Exportatorilor), 5. Sporirea vizibilității asociațiilor și uniunilor industriale, a grupurilor de producători și exportatori, 6. Sprijinirea schimbului internațional de experiență pentru beneficiarii / membrii acestora

⁴² Elaborarea strategiei de dezvoltare instituțională, finanțare adecvată a activității, reforma organizației pentru eficientizare ei și a Consiliului de coordonare și Programului “Promovarea exportului” și organizarea de instruire, instituirea funcționalității de asistență continuă a investitorilor străini (after-care).

⁴³ 1. Organizarea de forumuri investiționale, 2. participarea la expoziții dedicate promovării și atragerii investițiilor, 3. desfășurarea campaniilor de informare și promovare a țării ca și destinație pentru investiții prin intermediul surselor media, 4. organizarea/facilitarea vizitelor de networking dintre producători din Republica Moldova și din cele 5 țări-țintă

⁴⁴ H.G nr. 1062 din 08.08. 2002 cu privire la activitatea Ministerului Afacerilor Externe și Integrării Europene, Ordinul intern al MAEIE 80-b-20a din 28.01.2010, HG 1288 din 09.11.2009 - Strategia de atragere a investițiilor și promovare a exporturilor (2006-2015) și HG 51 din 25.04.2016 - cu privire la aprobarea Strategiei naționale de atragere a investițiilor și promovare a exporturilor pentru anii 2016-2020 și a Planului de acțiuni pentru implementarea acesteia.

⁴⁵ Стелла Коробчану: „Внешняя торговля должна стать приоритетом” <http://www.logos.press.md/node/4030>

instituțional unic. Astfel, MIEPO/ME acoperă în mare parte dimensiunea internă (cum ar fi eliminarea constrângerilor interne⁴⁶, structura exportului) cât și componentele de atragere a investițiilor și promovare a exporturilor în timp ce celelalte sunt acoperite într-un mod fragmentar și arbitrar de alte instituții și organizații. Încă persistă o lipsă a unei diviziuni clare a sarcinilor dintre instituții în activitatea externă, rețeaua de reprezentare diplomatică nu este folosită într-un mod optim și personalul MAEIE nu dispune de expertiza necesară pentru a efectua activități de reprezentare și promovare a intereselor în afara Moldovei. Respectiv, măsurile întreprinse de autorități sunt fragmentate atât la etapa de planificare, implementare cât și raportare.

Atât raportul cât și strategia atunci când prioritizează anumite piețe de export fac abstracție de piețele emergente (examinând doar piețele din UE, CSI și Orientul Apropiat), în special de cea din Asia de sud și est care înregistrează o creștere rapidă economică și demografică și respectiv a volumelor și puterii de cumpărare. Această piață deja a demonstrat un potențial pentru exporturile moldovenești (de exemplu vinurilor moldovenești pe piața din RP Chineză⁴⁷, Japonia) iar alte țări demult și-au concentrat eforturile în încercarea lor de a profita de ritmurile înalte de creștere⁴⁸, populație numeroasă, concurență mai mică pe anumite segmente și standardele mai puțin riguroase de calitate. O diversificare mai mare ar micșora expunerea față de anumite piețe cât și permite o tranziție mai graduală de la cele tradiționale (CSI) la cele mature (UE) foarte competitive și riguroase în ceea ce privește calitatea și cantitatea necesară.

Având în vedere că majoritatea costurilor urmează a fi acoperite din contul asistenței externe aceasta prezintă o *vulnerabilitate* pentru buna realizare a politicii statului în domeniul promovării intereselor sale economice externe din cauza că nu vor acoperi integral costurile sau/și selectiv necesitățile. De exemplu eforturile anterioare de reformare a MIEPO au avut rezultate modeste inclusiv și din cauza faptului că predictibilitatea, prioritățile cât și volumul asistenței poate fluctua semnificativ de la an la an.

Promovarea intereselor economice externe nu figurează printre principalele priorități de politică externă iar conceptul de politică externă existent este depășit. Deși a fost adoptată o nouă Strategie care a inclus și elementul de diplomatie economică, aplicarea ei este încă destul de limitată (în special pe dimensiunea internă și componentele de atragere a investițiilor și promovarea exporturilor). Activitățile planificate să demareze cu privire la instruirea diplomaților și atașarea unor specialiști economici în cadrul ambasadelor încă sunt la faza de planificare fiind preconizate să demareze undeva în jurul anului 2018. Totuși, ținând cont de resursele umane și financiare limitate alocate și miza pe resurse din contul asistenței externe, probabilitatea realizării depline a acestor măsuri nu pare foarte ridicată. MIEPO a fost reformat și pînă acum beneficiind de suport instituțional fapt care însă, din păcate, nu s-a tradus prin schimbări semnificative de capacități și respectiv asupra rezultatelor activității sale. Nici MAEIE deși a parcurs unele revizuiuri ale activităților sale din punct de vedere a necesității promovării intereselor economice n-a fost în stare să asigure acest lucru într-un mod corespunzător. Direcția care avea în sarcină implementarea conceptului de diplomatie economică a avut un efectiv limitat și în scurt timp a fost lichidată. Astfel, în prezent deși pe site-ul ministerului este anunțată o asemenea prioritate

⁴⁶ <http://newsmaker.md/rus/novosti/oktavian-kalmyk-osnovnye-barery-dlya-eksporterov-ne-v-strane-importa-a-v-strane-ek-17860>

⁴⁷ <http://www.logos.press.md/node/60921> , <http://www.vinmoldova.md/index.php?mod=analytics&id=4182> , <http://www.logos.press.md/node/61191>

⁴⁸ Aspect prezentat în analiza precedentă la capitolul experiența altor țări - <http://www.viitorul.org/doc.php?l=ro&id-c=294&id=4641&t=/STUDII-IDIS/Economie/Diplomatia-economica-reintegrarea-verigii-lipsa-in-politica-externa-a-Moldovei>

nu există nici o informație actualizată despre activități și rezultate iar aplicarea conceptului de diplomatie economică rămâne mai degrabă declarativă. **Moldova rămîne** fără o politică externă care să se axeze pe o promovare activă a intereselor economice peste hotare.

Rezultatele precedentei strategii n-au fost evaluate lucru care să permită o apreciere a eficienței activității instituțiilor implicate. În același timp, proiectul prezentei strategii a fost consultat în grabă și într-un mod selectiv. Sectorul privat, în special IMM-urile cărora le lipsesc resursele, pregătirea, experiența, informația și prezența fizică nu beneficiază de un sprijin care să le diminueze costurile semnificative pe care le întâmpină în exterior. Instrumentele de sprijin elaborate în prezent (de exemplu partea de garantare a investițiilor prin intermediul ODIMM) rămân destul de limitate și dependente de asistența din cadrul proiectelor cu finanțare externă⁴⁹.

Structura economică nu a suferit schimbări semnificative cu excepția unei creșteri ușoare a producției industriale (pieselor și componentelor auto) din contul ISD atrase în ZEL-uri. Totuși, acest tip de ISD, la această etapă în lanțul valoric, vin să exploateze mai degrabă diferențele de costuri a forței de muncă și regimuri comerciale și mai puțin calificarea forței de muncă și respectiv are deocamdată o influență limitată asupra capacităților de producție și inovare locale. Moldova a reușit o diversificare a exporturilor sale dar încă se confruntă cu probleme la penetrarea noilor piețe, înlăturarea unor bariere tarifare și netarifare la exportul anumitor produse, competitivitatea și diversificarea portofoliul producției exportate.

Capacitatea instituțiilor sale continuă să fie afectată de bugetele austere și resurse umane insuficiente (lucru confirmat și în diversele documente de planificare strategică și rapoarte elaborate de MIEPO). În același timp, *instituțiile de stat nu caută să implice* (pe lângă sectorul privat și instituțiile donatoare) *societatea civilă pentru a exploata întregul potențial de resurse disponibile în țară și asigura o reprezentativitate și incluziune mai bună a politicilor în domeniu*. Astfel, nu există platforme specializate instituționalizate în domeniul promovării intereselor economice externe care ar include și reprezentanții din cadrul societății civile ce desfășoară activități de suport sectorului privat și public (analiză, crearea de rețele de consultare și advocacy etc.). Consiliul MIEPO nu are nici măcar un reprezentant al OSC active în acest domeniu deși alți actori sunt larg reprezentați. De asemenea, consultarea documentelor de planificare strategică uneori are loc într-un mod selectiv (prin invitarea anumitor organizații, fără anunț pe site) și formală datorită vitezei cu care sunt solicitate opiniile/sugestiile. În așa mod a avut loc consultarea proiectului SAIPE care a presupus un eveniment la care n-au fost invitați toți doritorii ci doar cei decizi de ME în timp ce timpul pus la dispoziție pentru a trimite propunerile a fost unul scurt. La fel ca și elaborarea raportelor analitice (cum ar fi Raportului final⁵⁰ care nu caută să consulte opinia organizațiilor din societatea civilă care au demonstrat o expertiză în domeniu) și nu includ acestea în componența *Consiliul de coordonare a activității MIEPO* pe lângă reprezentanții sectorului privat⁵¹.

Deși SAIPE mizează în primul rînd pe ISD atragerea cărora ar genera efecte în lanț și ar ajuta la depășirea constrîngerilor financiare, tehnologice, manageriale și logistice cu care se confruntă antreprenorii moldoveni, pînă la acest moment, volumul acestora a stagnat în jurul la 3-4% anual din PIB. Drept urmare exporturile Moldovei stagnează iar balanța sa comercială rămîne negativă cu majoritatea partenerilor săi comerciali.

⁴⁹ <http://mybusiness.md/categories/item/4463-moldavskie-proizvoditeli-vyhodjat-na-zarubezhnye-rynki-i-nahodjat-novyh-klientov>

⁵⁰ Nici un interviu din cadrul societății civile <http://uipac.md/raport-final-analiza-pietelor-prioritare-de-export-si-instrumente-pentru-promovarea-exportului-republicii-moldova-in-ue-si-alte-piete>

⁵¹ Mai ales că Programul de dezvoltare Strategică a MIEPO prevede o abordare la nivel de „Echipă a Moldovei” p. 37

V. Concluzii

După toate aparențele viziunea actuală de dezvoltare axată pe orientarea spre export are la bază suportul întreprinderilor mari (străine) din domeniul industriilor (cum ar fi auto, textile, IT)⁵² și mai puțin pe sprijinul IMM-urilor autohtone. Aceasta denotă **o strategie bazată pe atragerea investițiilor străine** prin care să integreze economia moldovenească în lanțul de producere și inovare globală folosind rețelele și logistica acestora⁵³. În același timp aceasta reiese și dintr-o *lipsă de soluții și resurse pe intern mizând totul pe cartea investițiilor externe care încă nu se grăbesc să vină*⁵⁴. Până la acest moment rezultatele arată că s-a reușit doar parțial în atragerea investițiilor străine în special în domeniul serviciilor, în timp ce industriile de producere mai intensive (din punct de vedere a capitalului, tehnologiei, infrastructurii necesare) sunt încă puține (doar în ultimii ani s-a reușit în industria pieselor auto) iar în sectorul agricol aproape deloc.

Instrumentul diplomației economice este folosit într-un mod restrâns în special pe dimensiunile de *atrageră a investițiilor și mai limitat la cel promovare a exporturilor*. Majoritatea acțiunilor întreprinse au fost **reactive** la instrumentele diplomației economice ale altor țări prin organizarea participării la diferite expoziții, târguri, forumuri naționale și internaționale și mai puțin acțiuni **pro-active** - misiuni de afaceri, instruirii, edificarea unor platforme sau schimb de experiență și efectuarea de studii de piață (deși se observă un progres la ultimul capitol e încă insuficient). Una din cauze este și faptul că **lipsește o viziune complexă cu privire la utilizarea instrumentului diplomației economice, un cadru instituțional unic** precum și **dependența de resursele străine** (asistența externă) bugetele MIEPO și MAEIE alocate fiind foarte modeste în acest sens.

Chiar dacă produsele din agricultură sunt considerate drept principalele mărfuri de export **promovării exporturilor**, adică a întreprinderilor autohtone (IMM-urile) în mare parte din sectorul industriei alimentare și agricultură (ca de altfel și sectorului) **i se acordă mai puțină atenție**. O politică de promovare a exportului înseamnă și sprijinirea acumulării de capital, aptitudini și tehnologii (valoare adăugată) a companiilor înregistrate în Moldova și suport la extinderea activităților acestora în exterior.

Diplomația moldovenească se bazează pe o concepție învechită de reprezentare a intereselor în exterior (în special a celor politice/de securitate) și **nu are un cadru de politici unic care ar include elementul de promovare a intereselor sale economice (diplomația economică) mai activ**. Promovarea intereselor economice externe nu figurează printre principalele priorități de politică externă iar conceptul de politică externă existent este depășit. Astfel, rețeaua diplomatică nu dispune de resurse umane, financiare și de infrastructura de reprezentare externă (atașați economici, misiuni economice) suficientă pentru a promova interesele economice

⁵² Acestea plasează investiții pentru a profita de diferența de costuri de producere, proximitatea piețelor, regimului comercial, deschiderii spre ambele spații culturale (vest și est)

⁵³ <http://www.logos.press.md/node/61174>

⁵⁴ <http://www.mold-street.com/?go=news&n=5176>

ale Moldovei în exterior. Încă mai persistă deficiențe la capitolul de diviziuni clare a sarcinilor dintre instituții în activitatea externă. Deși noua SAIPE prevede unele acțiuni în lipsa finanțării adecvate probabilitatea și calitatea realizării depline a acestor măsuri nu pare foarte ridicată. Cu toate că pe site-ul MAEIE este anunțată o asemenea prioritate **lipsește o evidență cu privire la rezultatele acțiunilor întreprinse în acest sens**. În același timp, **rezultatele precedentei strategii n-au fost evaluate** lucru care să permită o apreciere a eficienței activității instituțiilor implicate. Iar consultările proiectului prezentei strategii a fost selective și destul de scurte. Deseori, instituțiile de stat nu caută să implice (pe lângă sectorul privat și instituțiile donatoare) societatea civilă pentru a exploata întregul potențial de resurse disponibile în țară și asigura o reprezentativitate și incluziune mai bună a politicilor în domeniu. Astfel, în prezent **nu există o platformă instituționalizată în domeniul promovării intereselor economice externe care ar include și reprezentanți ai societății civile de nișă**.

VI. Recomandări

Avînd în vedere că progrese semnificative nu s-au înregistrat pe parcursul ultimilor ani recomandările propun eliminarea aceluiași constrîngerii:

- 1. Edificarea unui concept și cadru instituțional actualizat, unic și profesionalizat** coordonat de MAEIE sau MIEPO (ME) în domeniul diplomației economice. *Revizuirea Conceptului politicii externe pentru a include diplomația economică ca una din prioritățile de bază ale diplomației moldovenești.*
- 2. Explorarea și altor piețe dinamice cu un potențial major pentru economia Moldovei cum ar fi Asia de sud și est, Africa unde o parte din produse se bucură deja de o cerere.** Deși piața UE este prioritară Moldova trebuie să exploateze orice oportunitate. Acest lucru e valabil cu atît mai mult că piața UE este extrem de competitivă și structura actuală a economiei nu permite decît o ajustare graduală pe care i-o pot oferi piețe cu cerințe și competiție mai puțin intense.
- 3. Includerea tuturor politicilor de promovare a intereselor economice externe într-un cadru strategic integrat.** SAIPE deși prevede și unele elemente de diplomație economică conține măsuri în special de ordin intern. Acestea se referă la un mediu favorabil pentru atragerea investițiilor și mai puțin la capitolul activității de promovare a exporturilor. E nevoie de a fi integrate și celelalte componente cum ar fi *conlucrarea activă cu diaspora, implicarea misiunilor diplomatice* și consulilor în activitatea de promovare a intereselor externe, promovarea imaginii *de țară, a turismului, atragerea asistenței externe etc.* Diplomația Moldovei pe dimensiunea economică în continuare e mai degrabă reactivă, răspunzînd agendei diplomațiilor altor țări sau/și inițiativelor din contul asistenței externe.
- 4. Elaborarea și publicarea periodică a rapoartelor de activitate cu privire la eficiența eforturilor de promovare a intereselor economice ale Moldovei** care să evalueze rezultatele și să introducă modificările de regie. Majoritatea absolută a obiectivelor precedentei Strategii pentru promovarea exporturilor și atragerea investițiilor n-au fost realizate iar o evaluare finală a ei n-a fost efectuată.
- 5. Implicarea rețelei de reprezentare diplomatică a Moldovei în activitatea de promovare activă a intereselor economice externe ale Moldovei.** La moment, majoritatea misiunilor cu unele excepții (Belgia, Polonia, România, Germania) nu au consilieri economici. Birourile comerciale în cadrul/pe lîngă ambasade așa și n-au fost create. Personalului misiunilor îi lipsește pregătirea/aptitudini în domeniul comercial-economic.
- 6. Dezvoltarea mai multor instrumente de suport al sectorului privat (în special IMM-urile) pe piețele externe** (financiar, instruire, suport informațional, utilizarea contactelor etc.). Avînd în vedere că SAIPE se focusează pe atragerea investițiilor externe și ceva mai puțin pe partea de promovare a exporturilor, în prezent, activitățile caracteristice diplomației economice și riscurile asociate cu activitatea de explorare a noilor piețe sunt asigurate în mod individual de sectorul privat căruia (în special IMM-urile din agricultură) îi lipsesc resursele, pregătirea, experiența, informația și prezența fizică. Suportul oferit din contul proiectelor de asistență externă este binevenite dar insuficient și temporar.
- 7. Alocarea unui buget mai mare și atragerea cadrelor calificate în instituțiile implicate în activitatea de promovare a intereselor economice externe** (MIEPO și MAEIE).
- 8. Crearea unor platforme de discuții în domeniul diplomației economice cu implicarea largă a actorilor cointeresați.**

VII. Bibliografie

Cărți și articole de specialitate

1. APE (2011) “Politica externă a Republicii Moldova 2009-201: în siteze și dezbateri”, Chișinău, Republica Moldova.
2. APE (2009): “Evoluția politicii externe a Republicii Moldova (1998-2008)”, Cartdidact, Chișinău, Republica Moldova.
3. Berridge G. R (2015): “Diplomacy. Theory and Practice” 5-th ed., Palgrave Macmillan, England
4. Bayne Nicholas&Woolcock Stephen (2011): “The new economic diplomacy” 5th ed, Ashgate, UK.
5. Дектерев Д. А. (2010), Экономическая Дипломатия: Экономика, Политика и Право, Москва, Россия.
6. Feltham R. (2012), Diplomatic handbook, 8 ed., Leiden, Netherlands.
7. Guy Carron de la Carrière (2003), Экономическая дипломатия. Дипломатический рынок. Москва, Росспэн.
8. GET Moldova (2016): „Export potential for agricultural products to the EU”, Issue nr. 35, Chișinău/Berlin .
9. Harold Nicolson (1958): “Diplomacy” 2 ed., Oxford University Press, London, UK.
10. Jules Cambon (2011): “Diplomatul”, Institutul European, Iași, România.
11. Van Bergheijk Peter A.G (2009): „Economic diplomacy and the geography of international trade”, Elgar Publishing Limited, Massachusetts, USA.
12. Rana S. Kishan (2004): “Economic Diplomacy in India: A Practitioner Perspective”, International Studies Perspectives 5, 66–70.
13. Ricardo Giucci și Jörg Radeke (2012): “Atragerea ISD în Moldova: Fapte, Potențial și recomandări”, Echipa Economică Germană, Berlin/Chișinău.
14. Попов В. И. (2010): “Современная Дипломатия” 2-е изд., Международные отношения, Дипломатия – наука и искусство, Москва, Россия.
15. Rana S. Kishan: “Support of business community: Indian experience in context” in: Bayne&Woolcock, 2011 p. 95.
16. Орнатский И. А (1980): “Экономическая дипломатия”, Международные отношения, Москва, СССР

Acte legislative și normative, rapoarte de activitate

1. Concepția de politică externă (HG nr. 368 din 08.02.1995).
2. Strategia de atragere a investițiilor și promovarea exporturilor pentru anii 2016-2020 și Planul de Acțiuni pentru implementarea acesteia (HG nr. 511 din 25.04.2016).
3. Legea nr. 761 din 27.12.2001 cu privire la serviciul diplomatic.
4. HG nr. 744 din 29.06.2007 pentru aprobarea Regulamentului cu privire la activitatea misiunilor diplomatice ale RM.
5. HG nr. 630 din 22.08.2011 pentru aprobarea Regulamentului privind organizarea și funcționarea MAEIE, structurii și efectivului limită a acestuia.
6. HG 1288 din 09.11.2009 privind Strategia de atragere a investițiilor și promovare a exporturilor (2006-2015).
7. H.G nr. 1062 din 08.08. 2002 cu privire la activitatea Ministerului Afacerilor Externe.
8. Raport de activitate al MIEPO pentru anul 2015

