



invest.gov.md

RAPORT ANUAL 2021

CINE SUNTEM

Agenția de Investiții, în calitate de autoritate administrativă centrală din subordinea Guvernului, este unica instituție mandată să promoveze imaginea Republicii Moldova pe dimensiunea economică și investițională, fiind administrator al Brandului de Țară pentru buna poziționare pe radarul economic internațional.

Agenția activează în baza HG nr.322.

ARIILE DE ACTIVITATE

- Promovarea Imaginii de Țară
- Atragerea și Protejarea Investițiilor Straine Directe
- Promovarea Exporturilor
- Promovarea Turismului
- Diplomație economică

MISIUNEA

Implementarea politicilor economice de stat în domeniile de activitate mandatate care, prin stabilirea parteneriatelor între sectorul public și privat, contribuie la creșterea economiei naționale.

CONTACTE

Adresa: str. A. Pușkin 42B, Chișinău
Republica Moldova, MD-2012
Tel: (+373 22) 27 36 54
E-mail: office@invest.gov.md

Conținut

1. Atragere Investiții.....	4
2. Promovare Export.....	8
3. Promovarea Imaginii Țării.....	13
4. Promovare Turism	20

1. Atragere Investiții

Principalele realizări pentru 2021

- A. Atragerea a 11 investitori străini în Republica Moldova (Vepimir, Systhemis AG, Cegeka, TransCom, H.Essers, SilverBird, SoftNet, Omnisteel, Accenture, Payingit.nl, ICXpress) cu o valoare totală de investiții de peste 20 000 000 euro.
- B. Organizarea a 2 forumuri bilaterale de afaceri (Forumul Moldova-Germania, Forumul Moldova – Turcia,) care au generat contracte de export semnate în valoare de 70 milioane de euro
- C. Promovarea ofertei investiționale prin participarea la 8 expoziții internaționale (Expo Real, Productronica, WEB Summit, MSV Brno, , Texas Tech Summit ș.a.) și generarea a 275 de companii/potențiali investitori
- D. Organizarea 42 de vizite de studiu în anul 2021 – companii din 19 țări ce doresc să investească în Republica Moldova peste 1 miliard de euro
- E. Susținerea a 3 evenimente internaționale sectoriale - Real Estate Forum, Internet security Forum, ICT Summit, menite să poziționeze imaginea Republicii Moldova ca destinație investițională atractivă.
- F. Organizarea a 12 webinare de promovare a oportunităților investiționale a Republicii Moldova cu țările - Italia, Luxemburg, Germania, Elveția, Belgia, ș.a.

A. Atragerea a 11 investitori

În contextul unei reconceptualizări economice globale, pe parcursul anului 2021, Agenția de Investiții s-a focusat pe implementarea acțiunilor țargetate, asistând direct grupurile de investitori străini, prin organizarea vizitelor de studiu în Republica Moldova – activități ce s-au soldat cu atragerea a 11 proiecte investiționale din 7 țări: Belgia, Olanda, Turcia, SUA, Germania și Lituania, Marea Britanie în 3 sectoare economice: ICT, BPO și industrie.

11 Investitori străini care și-au anunțat decizia de a investi în Moldova în 2021:

Compania	Țară	Sector	Valoarea investiției	Locuri de muncă,
1. Cegeka	Belgia	IT	2 milioane euro	50
2. H.Essers	Belgia	IT	necunoscuta	50
3. PayingIt.NL	Olanda	IT	400 mii euro	20
4. Vepimir	Turcia	Industrial	600 mii euro	30
5. ICXpress	SUA	ICT	200 mii euro	N/A
6.Systhemis AG	Germania	IT	200 mii euro	10

7. TransCom	Lituania	BPO	necunoscuta	N/A
8. Omni Steel	România	Industrial	14 milioane euro	250
9. Accenture	SUA	BPO	necunoscuta	30
10. Silverbird	MB	IT	necunoscuta	10
11. Soft Net	România	IT	necunoscuta	10

B. Forumuri bilaterale de afaceri

Agenția de Investiții a răspuns cu promptitudine la invitațiile lansate din partea mediului asociativ de promovare a afacerilor și identificare a noilor destinații de investiții prin organizarea, pe platforme atât online cât și offline, a forumurilor de promovare a climatului investițional. În cadrul acestora se prezintă oferta investițională, de export, unde sunt identificați și invitați speakeri de calitate în funcție de domeniile de interes și sunt realizate sesiuni B2B, B2G, ș.a.

▪ Forumul de afaceri Moldova - Turcia

La data 2-5 iunie, la Chișinău, a avut loc Forumul Moldova-Turcia. În cadrul sesiunilor de B2G și B2B au participat **29 de companii** din Turcia – reprezentanți ai asociației ASKOM dar și reprezentanții a **50 de companii locale**. Delegația investitorilor turci a participat la vizite organizate în teritoriu și a avut întrevederi cu reprezentanții din Ministerul Agriculturii și Economiei.

Drept rezultat – au fost încheiate contracte între companiile din Turcia și cele din Moldova în valoarea de **70 milioane euro** - ce facilitează exportul de semințe, cereale și ulei din Republica Moldova în Republica Turcă.

▪ Forumul de afaceri Moldova-Germania

Forumul a fost organizat în contextul vizitei Președintelui German E.S. Domnul Steinmeier în Republica Moldova. Urmare a vizitei au fost identificate un șir de rezultate, printre care:

- Atragerea a 8 companii germane în cadrul evenimentului;
- Realizarea conexiunii cu mediul de afaceri local;
- Crearea unui dialog cu companiile și asociațiile prezente la eveniment urmare a sesiunilor B2B și G2B;
- Familiarizarea delegației germane cu specificul ZEL-urilor, urmare a vizitei de studiu în teritoriu

C. Expoziții internaționale

Prezentarea climatului investițional, a ofertei de export și a istoriilor de succes ale investitorilor străini în Moldova, dar și asigurarea, în acest sens, cu un stand expozițional de țară, constituie unul din instrumentele esențiale în vederea asigurării vizibilității potențialului investițional. În vederea promovării ofertei investiționale a țării, Agenția de Investiții a participat și a susținut participarea companiilor vizate la multiple expoziții internaționale:

Denumire	Sector	Leaduri generate, potențiali investitori
CEE Summit	BPO, SCC, IT	35
IAA Munich	Industrial	30
Expo Real	sector Real Estate	45
Web Summit	ICT	30
MSV Brno	Electronica/ Mecatronica	30
Texas Tech Summit	ICT	50
Productronica	Electronica/ Mecatronica	45
EMS TAG	Electronica/ Mecatronica	20

D. Organizarea 42 de vizite de studiu

Poziționarea geostrategică a Republicii Moldova și multiplele avantaje ale climatului investițional și de business, reușesc să atragă atenția potențialilor investitori. Principalele rezultate în acest sens țin de:

- **42 vizite de studiu**
- **Sectoare strategice** - Agrifood, Textile, IT, BPO, Automotive, Electronică, Energie regenerabilă, Infrastructură, Manufactură, Construcții și Imobiliare
- **Țările de origine** - Israel, Turcia, Spania, Elveția, Emiratele Arabiei Unite, , Canada, Bulgaria, India, Luxemburg, Germania, China, Marea Britanie, Olanda, Rusia, Belgia, Japonia
- **Suma totală a companiilor ce doresc sa investească în Moldova depășește 1 000 000 000 euro**

E. Evenimente internaționale organizate cu suportul agenției de investiții

Având în vedere natura evenimentelor, acestea creează mecanisme de dezvoltare a climatului investițional, implicând în proces atât a companiile locale cât și străine în calitate de participanți. Printre principalele evenimente desfășurate în perioada de raportare sunt:

1. Rockit – Startup în ICT
2. IGF forum – securitatea cibernetică

3. ICT summit – promovarea sectorului ICT
4. REF Moldova – Promovarea sectorului imobiliar logistic, industrial, comercial

Urmare a acestora au fost generate un șir de rezultate:

- peste 350000 de vizualizări
- 30 istorii de succes a investitorilor relatate
- 320 companii locale ca participanți
- 80 de companii internaționale participante
- Promovarea sectoriala targhetata
- Atragerea a 2 potențiali investitori urmare a evenimentului REF Moldova

F. Webinare de promovare a oportunităților investiționale a Republicii Moldova

Agenția de Investiții – în calitate de promotor al procesului de digitalizare, este parte a numeroase evenimente online - **12 webinare** de promovare a oportunităților investiționale a Republicii Moldova cu țările- Italia, Luxemburg, Germania, Elveția, Belgia, Turcia, Austria, România etc. care creează condiții de accesibilitate pentru un număr mai mare de potențiali investitori, interesați de climatul investițional al RM. În cadrul acestor evenimente, are loc prezentarea de țară din punct de vedere a climatului investițional și a ofertei de export. Ca urmare a participării în așa gen de evenimente, au fost obținute un șir de rezultate:

- Interacțiunea cu peste 1000 de companii participante pe online
- Impact - 20 de companii interesate de a investi in Republica Moldova

2. Promovare Export

I. Activitate expozițională

Pe parcursul anului 2021, Agenția de Investiții a planificat susținerea a **12 expoziții internaționale** derulate în următoarele țări: Germania, Federația Rusă, Spania, Italia, România, Ucraina, Letonia, Estonia. Din motive ale situației pandemice în care suntem, s-au desfășurat doar **6 expoziții** cu prezență fizică. Participările generează livrări semnificative pentru exportatorii noștri, odată ce criteriul eficacității este determinat în procesul de selecție a expozițiilor, asigurat de către Agenție.

Rezultate activitate a expozițională pentru 6 expoziții internaționale 2021

- ✓ 34 companii participante
- ✓ 12.507.435,000 Euro – valoarea totală a exporturilor generate
- ✓ 553 contacte stabilite
- ✓ 47 contracte încheiate
- ✓ Germania, România, Polonia, Italia, Estonia, Lituania, Letonia, Qatar, Arabia, Saudit, Mongolia, Dubai, Federația Rusă, Kazahstan- țările de livrare
- ✓ 44 locuri de muncă create

II. Proiecte pentru suportul exportatorilor autohtoni

1. EXPORT MORNING - Program dedicat creșterii competențelor și competitivității companiilor autohtone în vederea unui export eficient dar și orientarea acestuia pe piețele strategice ale Republicii Moldova. Sesiunile Export Morning au devenit un instrument instituțional, care prin schimb de reflecții și analiză a situației ajută antreprenorii în exercițiul de transformare a mentalității antreprenoriale de a depăși criza, de a re-gândi strategiile de marketing și promovare, de a revizui portofoliul de produse și servicii, transformând provocările în oportunități.

Au fost organizate **4 sesiuni** în format online piețe-țintă:

- Țările Baltice,
- Regatul Suediei,
- Republica Turcia,
- Regatul Marii Britanii și Irlandei de Nord
- 220 persoane - numărul participanților
- 36 speakeri și experți locali
- 4 rapoarte de analiză a piețelor din țările vizate
- Agroalimentar, textile, vitivinicol, cosmetice, utilaje, etc - sectoare acoperite

2. Programul “EXPORT MISSIONS” (Banca Mondială). Misiuni de afaceri pentru export prevede identificarea de parteneri de afaceri relevanți pe piețele țintă anunțate, precum și

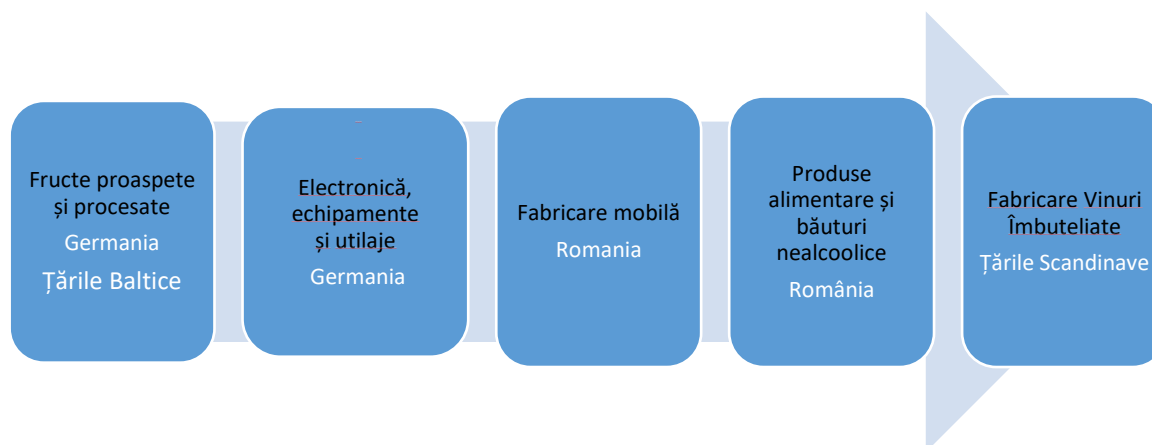
organizarea sesiunilor bilaterale individuale pentru contractarea livrărilor. Programul constituie un instrument de promovare și asistență pentru antreprenorii locali, facilitând accesul pe piețe externe în conformitate cu cerințele și standardele internaționale.

Lansarea proiectului Export Missions de către Agenția de Investiții, dedicat sporirii și diversificării exporturilor din sectoarele-cheie ale Republicii Moldova, a avut loc cu sprijinul financiar al Băncii Mondiale prin Proiectul pentru Ameliorarea Competitivității (PAC II)

Rezultate:

- 60 companii moldovenești cu potențial de export
- 6 misiuni de export finalizate
- 100 de companii pe piețele țintă au fost selectate pentru fiecare dintre cele 6 misiuni
- 1.365 de companii străine din 8 țări diferite au fost contactate (Germania, Letonia, Lituania, Estonia, România, Suedia, Norvegia și Finlanda)
- 435 organizate de întâlniri în cadrul celor 6 misiuni de export.
- 103 companii străine s-au înscris la întâlnirile B2B cu producătorii moldoveni în toate cele 6 misiuni (17 cumpărători în medie pe misiune de export).
- Participarea la 5 (cinci) ședințe b2b per firmă moldovenească pe piață țintă
- Cel puțin 10% din toate firmele care participă la misiuni de export s-au angajat într-o nouă vânzare de export în 6 luni după finalizarea misiunii - în curs.

Programul este în derulare, iar până la moment, cadrul proiectului misiuni de export au fost efectuate livrări în valoare de cca 900,000,00 Euro de către 9 companii beneficiare.



3. Programul "EXPORT MISSIONS II" (BERD). Misiuni de afaceri pentru export a fost lansat cu suportul financiar al Băncii Europene pentru Reconstrucție și Dezvoltare în vederea sporirii și diversificării exporturilor din sectoarele-cheie ale Republicii Moldova. Programul constituie un instrument de promovare și asistență pentru antreprenorii locali, facilitând accesul pe piețe externe în conformitate cu cerințele și standardele internaționale. "EXPORT MISSIONS II" prevede identificarea partenerilor de afaceri relevanți pe piețele țintă anunțate și organizarea sesiunilor bilaterale individuale pentru contractarea livrărilor. Programul este lansat de BERD "Capacity building Support for Moldovan exporters to package and market their goods to potential EU investors" pentru atragerea de clienți, iar consultantul de implementare al

Programului este compania Gateway & Partners, selectată în baza concursului, desfășurat de BERD. Beneficiari finali sunt 30 companii din sectoarele: vinuri, produse alimentare, fructe proaspete. Cu misiuni de export pe 3 piețe diferite

4. Creative Export, continuate a programului Go Online – un program de accelerare pentru sporirea capacităților de export ale companiilor mici și mijlocii autohtone în vederea accesării noilor piețe de desfacere prin:

- sporirea cunoștințelor și abilităților practice: acces la platforma educațională cu sesiuni de training online și mentorat pentru pregătire export (analiza piața de export, adaptarea proceselor de business pentru export, etc.)
- fortificarea capacităților acestora de stabilire a parteneriatelor de afaceri pe o piață internațională.

20 întreprinderi mici și mijlocii din Republica Moldova – din domeniile agroalimentar, fashion, creative - susținute din resursele Agenției de Investiții

5. Level Up-V-Live Streaming - campania de promovare a brandurilor Dinnima pe piata din Romania și are la baza un nou instrument V-Live Streaming - cea mai nouă metodă de a vinde online. Streaming-ul live deține 15% din întregul trafic pe internet, Live Commerce fiind instrumentul care va permite tuturor să-și sporească simplu și rapid vânzările online.

Beneficiari: Membrii APIUS, Industria usoara: Steaua Reds/Odevalle, Julia ALLERT, Maicom, Nicole Storm, Georgette, AJOURE, Maxi Kids, Bombonici, Ponti, Ana Popova, Vitalie Burlacu, Oldcom, Vivi Art Boutique, Madzerini, Mocans, l'lette Colection, OLISEYA shoes.

Indicatori de performanță:

- Obținerea unei cifre de vânzări din campania de e-commerce Romania
- 20-25 companii beneficiare carora le facilitam iesirea pe piata din Romania
- Cresterea vinzarilor pe piata externa cu 3-5% pentru sectorul Industria Usoara
- Cresterea si dezvoltarea vinzarilor online pe pietele din UE (piata din România fiind pista de lansare)
- Implicarea sporita a traficului cu cel puțin 20% pe site-urile web ale mărcilor proprii „DININIMA”
- Cifre si date statistice generate de catre SMM si Google Ads pentru perioada de implementare a campaniei V-Streaming pe piata din Romania

6. Business to Bussiness (B2B)

Campanie de promovarea a industriei ușoare, a avantajelor competitive ale aprovizionarii din Republica Moldova pentru a accesa și cauta noi clienți, parteneri internaționali.

Un număr de peste 500 companii și-au exprimat interesul în aprovizionarea serviciilor de fabricare a colecțiilor în fabricile din Moldova și au vizitat site-ul destinat acestui tip de serviciu pentru industria ușoară. În baza site-ului clienții străini pot accesa catalogul digital ce include în jur de 170 companii prestatoare de servicii Lohn, CMT, Private Label.

Beneficiari finali - Companii din industria usoara ce presteaza servicii de Lohn, CMT, Private Level si Full package pentru clienti straini. **Indicatori de performanță care urmează a fi atinși**

- Impact asupra vizibilitatii si acces la pagina de destinatie +500 de vizitatori unici
- 150-200 contacte ale potentialilor clienti din tarile UE
- Cresterea traficului si interesului a tarilor Europene ca (Germania, Olanda, Suedia, Norvegia, Italia)

7. Studiu de piață – investiții în domeniul industriei producătoare de lapte

Obiectivele studiului - fezabilitatea economică a programelor de investiții și recuperarea de facto a investițiilor și argumentarea unui program extins de subvenționare a sectorului de LAPTE din Republica Moldova pentru ca investițiile private să fie economic rezonabile pentru operatorii /investitorii din sector.

Beneficiari: Sectorul primar, Fermieri care inițiază și dezvoltă afacerilor in domeniu creșterea bovinelor de lapte, diversificarea portofoliului de produse cu valoare adăugată procesarea și fabricarea produselor lactate , produse compuse , substituirea importurilor, export de produse lactate pasteurizate și sterilizate, Ferma Doksancom, Fabrica Oloi Pak , Ferma cu Origini, Fabrica de Brânzeturi Soroca , MET SA Produse Impex și a OSA .

8. Studiul de piață a potențialului de dezvoltare de produse din carne pe piața locală

Obiectivele studiului - dezvoltarea subsectorului agroindustrial carne (carne de găina, ouă, preparate și produse din carne);

- majorarea competitivității produselor locale, implementarea Legii 225/2020 cu privire la plasarea produselor locale pe raft nu mai puțin de 50%
- evaluarea potențialului de dezvoltare a sectorului primar preparate și produse din carne;
- analiza amplă ar preferințelor (cererea) consumatorului pe piața internă

Beneficiari: companiile membre ale Asociației Patronale cu profil producerea și procesarea cârnii, cârnii de pasare și ouă, preparate și produse din carne, producători din domeniul zootehnic

9. Promovarea Exporturilor de fructi proaspete și procesate în spațiul virtual

- Promovarea a 5 companii pe portalurile internaționale:
- Freshplaza (<https://www.freshplaza.com>),
- Fructidor (<https://www.fructidor.com>),
- FRESHFEL

1. Sporirea vizibilității Republicii Moldova în calitate de furnizor de fructe proaspete și, eventual, alte produse agroalimentare de calitate pe plan mondial
2. Atragerea a cel puțin 50 potențiali cumpărători pentru negocieri și stabilirea relațiilor cu producătorii autohtoni

10. Administrarea proiectului transfrontalier de sporire a exporturilor de vinuri WINET - Comerț și Inovare în Industria Vinicolă

Rezultate:

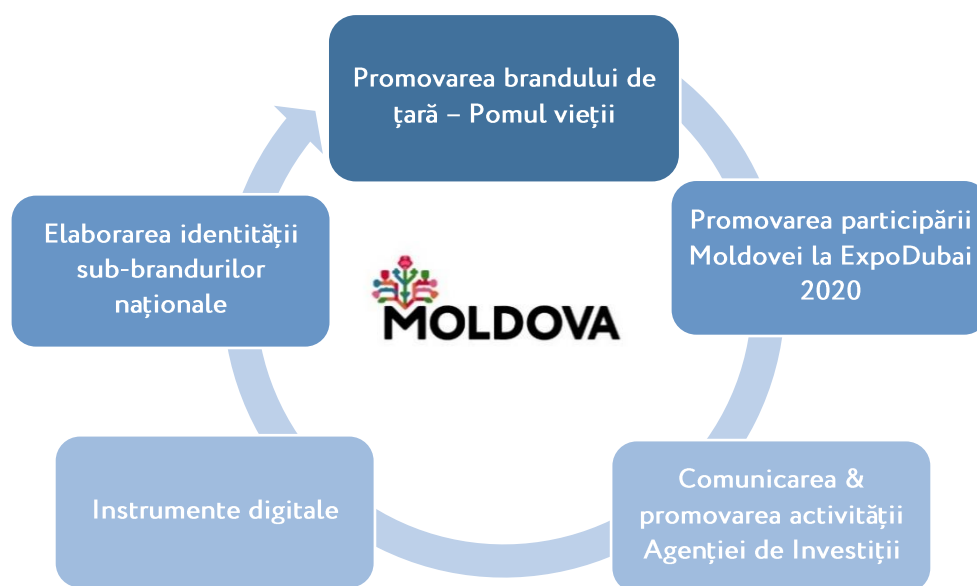
- în data de 16 și 17 septembrie 2021, organizarea **Conferinței Transfrontaliere WINET** cu întrunirea 19 speakerilor profesioniști din domeniul vinicol din 8 țări;
- organizarea și asigurarea găzduirii pentru **10 companii vinicole din România** beneficiare de vizite de studiu și schimb de experiență în Republica Moldova;
- organizarea și asigurarea găzduirii pentru **10 companii vinicole din Bulgaria** beneficiare de vizite de studiu și schimb de experiență în Republica Moldova;
- conducerea a **4 evenimente online cu implicarea 18 speakeri internaționali** din domeniu, webinare dedicate tematicii: "Wine competitions, tasting and reviews as marketing tools"; "Eco Wine"; "Wine Tourism";
- introducerea pentru **10 membri a grupului țintă** a informației descriptive pe platforma www.winet.wine;
- **7 acorduri de colaborare** semnate cu companiile de vin din RM;
- **2 acorduri de colaborare** semnate cu reprezentanții sectorului vinicol din RM;
- **1 raport** interimar elaborat;
- **18 ședințe** organizatorice conduse pe parcursul perioadei de raportare.

Proiectul WINET – Comerț și inovație în industria vinului este finanțat de Uniunea Europeană prin Programul Operațional BLACK SEA BASIN 2014-2020 și are drept scop îmbunătățirea comerțului și a exporturilor în sectorul vinificației în țările din Bazinul Mării Negre, fiind implementat de către Agenția de Investiții din Republica Moldova în parteneriat cu Camera de Comerț și Industrie Stara Zagora (Bulgaria) și Camera de Comerț, Industrie și Agricultură Tulcea (România), în perioada aprilie 2019 – aprilie 2021. Valoarea totală eligibilă a proiectului este de 686 996,00 Euro. WINET vizează problema cooperării transfrontaliere, cu o nouă abordare bazată pe o combinație de rețele clasice și tehnologii on-line moderne, în concordanță cu tendințele actuale și susținută de strategiile de dezvoltare a sectorului vitivinicol din țările participante, care vor crește comerțul între România, Bulgaria și Moldova, precum și exporturile către alte țări.

3. Promovarea Imaginii Țării

- a) Promovarea brandului de țară – Pomul vieții
 - Derularea campaniei de popularizare - Pomul vieții
 - crearea paginii web dedicate www.pomulvietii.md.
 - participarea la 4 evenimente dedicate (la nivel național și internațional) de popularizarea și promovarea brandului de țară.
 - 15 solicitări de utilizare a brandului de țară din partea instituțiilor publice, ONG și a agenților economici
- b) Elaborarea standului de țară – Pomul vieții pentru 13 expoziții internaționale (export, investiții și turism, dar și imagine de țară)
- c) Elaborare conținut și materiale promoționale pentru ExpoDubai 2020 – zona Invest & Discover.
 - Plasarea în zona Invest a unui sistem informativ de setare a ședințelor directe cu Agenția de Investiții.
 - Instruire ghizi pentru prezentarea ofertei investiționale, oferta de export și cea turistică
 - Suport în promovare & comunicare cu referință la participarea RM la ExpoDubai
 - Furnizarea materiale promoționale
- d) Elaborare identitate campania „Moldova-30 de independență”, identitatea sectoarelor mobilă și apicultură, rutele turistice - Ruta Bisericilor de Lemn și Ruta Meșteșugarilor
- e) Promovarea activității Agenției de Investiții prin evenimente și campanii cu rezultatele:
 - 25 evenimente cu peste 605,3 mii vizualizări
 - 605 postări pe SoMe cu peste 1 milion de vizualizări
 - 211 apariții media – 13 380 EUR earned media (cifra de economii)
- f) Elaborare platforme digitale și creare conținut. Pagina Agenției de Investiții www.invest.gov.md ocupând locul 1 printre 23 pagini ale instituțiilor omoloage din 23 țări la categoria validitatea informației (@Emerging Europe 2021)

Pe domeniul promovării imaginii de țară, Agenția de Investiții a lucrat pe 5 direcții:



A. Promovarea brandului de țară– POMUL VIEȚII

În calitate de Ambasador al Brandului de Țară și unica instituție mandatată să promoveze imaginea țării în vederea unei bune poziționări pe radarul economic internațional, Agenția de Investiții își consolidează eforturile în vederea promovării Brandului de Țară – Pomul Vieții și sporirii vizibilității acestuia prin diverse instrumente de comunicare și promovare:

- **Săptămâna dedicată Brandului de Țară - Pomul Vieții**

În data de 16 august, Agenția de Investiții "Invest Moldova" a lansat **săptămâna dedicată brandului de țară "Pomul Vieții"** – în cadrul căreia publicul a (re)descoperit elementele structurale ale Pomului Vieții, a participat la concursuri dedicate brandului de țară și au făcut cunoștință cu antreprenorii care folosesc Pomul Vieții și elementele acestuia în crearea identității afacerilor și proiectelor proprii.

- **Solicitări de utilizare a Brandului de Țară**

Brandul de Țară devine din ce în ce mai des preluat de antreprenori, instituții de stat sau nonguvernamentale, astfel încât, de la începutul anului 2021, Agenția de Investiții a primit 15 solicitări de utilizare a brandului de țară. Printre solicitanți se numără Primăria Mun. Chișinău, ODIMM, FIA Moldova, ADR Nord, reprezentanți ai mediului de business - Moldabella, Cafellini, Panilino, Vasconi, etc precum și compania aeriană Air Moldova.

În contextul colaborării cu Compania Aeriană „Air Moldova SRL”, Brandul de Țară – Pomul Vieții a devenit parte a uniformelor însoțitorilor de bord pentru o perioadă de 3 ani.

- **Participarea la târguri și expoziții internaționale**

Începând cu anul 2018, Brandul de Țară – Pomul Vieții este elementul pilon a tuturor expozițiilor realizate cu suportul Agenției de Investiții „Invest Moldova” (financiar și tehnic) , prinzând rădăcini în emblematica standurilor Republicii Moldova.

În perioada august – octombrie 2021, Agenția de Investiții „Invest Moldova” a asigurat participarea cu stand de țară a companiilor locale la 13 expoziții internaționale aferente domeniilor de activitate a Agenției: turism, export, investiții. Participarea la aceste evenimente tematice contribuie la promovarea Republicii Moldova drept destinație turistică, investițională și de export atractivă – cu produse competitive și un climat investițional favorabil pentru investitorii străini.

- **Prezentarea brandului de țară în cadrul a diverse activități**

Pe durata anului 2021, Brandul de Țară a fost prezentat audienței naționale și internaționale în cadrul evenimentelor și instituțiilor din țară și de peste hotare:

- „OECD Eurasia competitiveness roundtable”
- Biroul Relații cu Diaspora
- Program de Instruire pentru noii atașați economici
- Euroclub ASEM

Principalele subiecte abordate în cadrul prezentărilor au ținut de conceptul brandului de țară, elementele acestuia, sub-brandurile elaborate de Agenția de Investiții în vederea maximizării vizibilității brandului, exemplele de utilizarea a Brandului de Țară – mai cu seamă la expoziția internațională Expo Dubai 2020, precum și prezentarea evenimentelor publice organizate de Agenție în vederea promovării brandului național.

B. Promovarea participării Moldovei la Expoziția Internațională Expo Dubai 2020

Expoziția Mondială Dubai 2020 urmează să se desfășoare în perioada 20 octombrie 2021 - 10 aprilie 2022, cu participarea a 192 de țări ale lumii. Agenția de Investiții a fost responsabilă de realizarea conceptului pentru Zona Invest și Discover – acoperind astfel mandatul Agenției de promovare a turismului și atragere a investițiilor. Zona Invest a fost completată cu un device pentru setarea întâlnirilor digitale cu reprezentanții Agenției de Investiții, astfel încât persoanele cointeresate de dimensiunea economică, investițională sau turistică a țării pot intra în contact cu un reprezentant al Agenției. Totodată, Agenția a oferit suport conceptual privind realizarea materialelor vizuale pentru toate cele 7 zone ale Pavilionului, dar și acoperind activități de promovare a participării Moldovei la expoziția mondială.

Pavilionul Republicii Moldova este compus din 7 zone cu o suprafață de 200 mp iar Brandul de Țară - Pomul Vieții reprezintă elementul principal în designul tuturor zonelor.

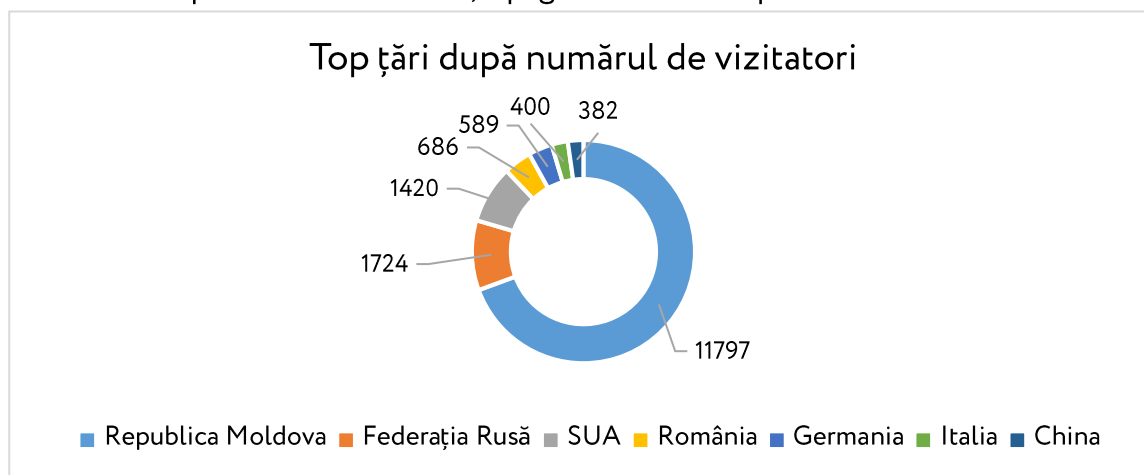
C. Instrumente digitale

- **Reconceptualizarea site-ului www.invest.gov.md**

În octombrie 2020, Agenția de Investiții a lansat pagina web nouă, astfel, pe parcursul anului 2021, a fost total elaborat și/sau redactat conținutul pentru toate 18 categoriile de pe site, care prezintă oferta de export, investițională și turistică a țării precum și toate datele despre Agenție și activitățile acesteia. De menționat este faptul că, în 2021, Agenția de investiții din Moldova s-a situat pe **locul 5** în clasamentul Agențiilor de Investiții din țările Europene emergente. Moldova avansând cu 19 poziții din 2020, fiind devansată anul acesta de instituțiile omoloage din Estonia, Lituania, Letonia și Ucraina. În același timp, Moldova este pe **locul 1** la categoria validitatea informației, care se referă la veridicitatea și actualitatea informațiilor prezentate pe site-ul oficial al Agenției – www.invest.gov.md

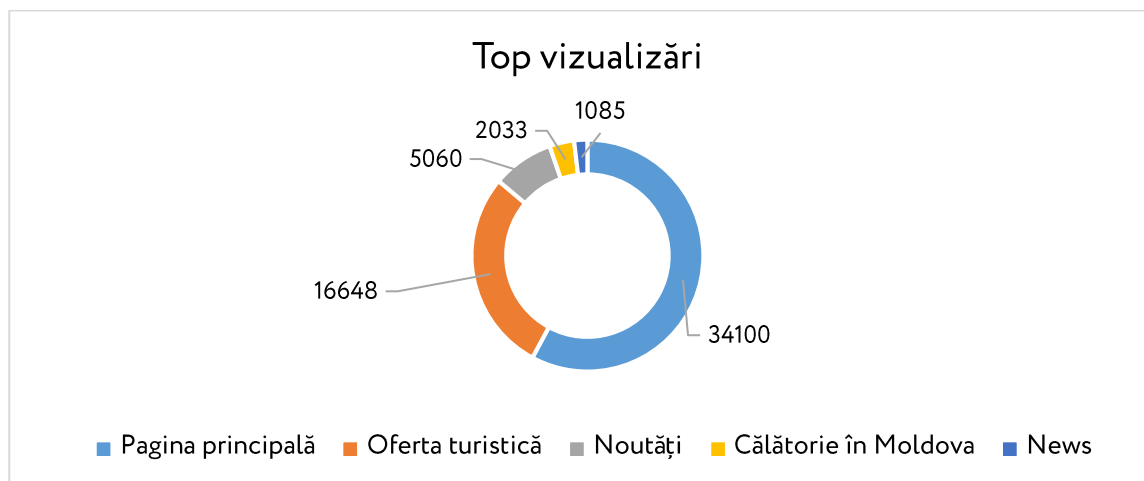
O dată cu reconceptualizarea site-ului invest.gov.md, pagina instituțională a Agenției de Investiții a devenit unul dintre instrumentele strategice de comunicare atât pe intern cât și pe extern.

De la începutul anului 2021, pagina a avut peste **22 000** de vizitatori unici.



Lunar, pagina are în jur de **3 000** de vizitatori (echivalentul a apr. 650 pe săptămână / 120 pe zi).

Printre cele mai vizualizate categorii sunt, pe lângă pagina principală (care prezintă o serie de informații generale despre Moldova, activitatea Agenției, ș.a. și care are peste 34 mii de vizualizări), categoria Oferte Turistice, Noutățile dar și categoria Călătorie în Moldova.



- **Lansarea paginii dedicate bradului de țară – www.pomulvietii.md**

În vederea promovării brandului de țară și aducerii la cunoștința unui public cât mai larg a conceptului și elementelor brandului de țară, Agenția de Investiții a lansat pagina www.pomulvietii.md Site-ul presupune o compilare a informațiilor aferente brandului de țară și a elementelor structurale ale acestuia, inclusiv Ghidul de utilizare și exemplele. Platforma presupune și opțiunea expedierii unei cereri de utilizare logo-ului Pomului Vieții și elementelor structural ale acestuia direct către Agenția de Investiții – Ambassador al Brandului de Țară.

- **Kit vizibilitate ZEL**

În vederea sporirii vizibilității Zonelor Economice Libere din Republica Moldova – care sunt un instrument important în procesul de atragere a investitorilor străini, Agenția de Investiții este în proces de realizare a prezentărilor pentru toate cele 7 Zone Economice Libere din Republica Moldova. Acestea urmează a fi prezentate potențialilor investitori cu scopul creionării ofertei investiționale dar și a potențialului ZEL prezentate (subzone, logistică, conectivitate, infrastructură, rezidenți, avantaje). Prin intermediul acestui instrument, se mizează pe sporirea vizibilității Zonelor dar și pe prezentarea unui conținut amplu și corect, care ar capta atenția potențialilor investitori.

- **Creare pagină dedicată – Moldova Tourism Forum www.mtf.md**

În luna mai 2021, 400 de participanți înregistrați și audiența online au participat la unul dintre cele mai importante evenimente din domeniul turistic din țară și prima ediție a Moldova Tourism Forum. În scopul maximizării vizibilității evenimentului, Agenția de Investiții a creat un landing page dedicat evenimentului – www.mtf.md, care pus la dispoziția utilizatorilor informațiile aferente forumului – Agenda, link-ul de înregistrare, detalii referitoare speakerilor locali și internaționali, ș.a.

D. Elaborarea sub-brandurilor

- **Elaborarea identității vizuale a campaniei Moldova-30 de independență**

În baza solicitării înaintate de Guvernul Republicii Moldova, Agenția de Investiții a realizat identitatea campaniei evenimentului „Moldova – 30 ani de independență”. Toate librabilele au fost trimise spre promovare către toate autoritățile guvernamentale, misiuni diplomatice etc dar și plasate pentru publicul larg pe pagina www.pomulvietii.md

Acesta a fost preluat de peste 500 de autorități guvernamentale, misiuni diplomatice ale Moldovei și cele străine, companii private și cetățenii din Moldova și diasporă.

- **Identitatea vizuală a subsectoarelor mobilă și apicultură**

În vederea promovării imaginii de țară și a dezvoltării brandurilor sectoriale sub umbrela brandului de țară, Agenția de Investiții a fost implicată în procesul de creare a identității vizuale pentru 2

sectoare: mobilă și apicultură – subsectoare strategice ale economiei naționale, cu înalt potențial de export și prin intermediul cărora se urmărește maximizarea vizibilității identității naționale.

- **Identitatea Rutelor create de Agenția de Investiții**

Totodată, pornind de la conceptul brandului de țară – Pomul Vieții, a fost creată identitatea vizuală a Rutelor dezvoltate de Agenția de Investiții: Ruta Meșteșugarilor și Ruta Biserișilor de Lemn – a căror logo-uri au fost concepute în stilistica brandului de țară

E. Comunicarea & Promovarea activităților Agenției de Investiții

- **Evenimente și campanii**

În 2021, Agenția de Investiții a realizat 25 de evenimente în format online/hybrid dedicat celor 3 domenii de activitate – investiții, turism și export. Totodată, Agenția a participat și în cadrul unor evenimente naționale și internaționale cu scopul de a prezenta oferta investițională, brandul de țară, oferta turistică și de export. În cumul, vizibilitatea acestor evenimente a atins cifra de 605,3 mii vizualizări.

- Lansare campanie & spot **Moldova: A place to find yourself** – 156,8 mii vizualizări
- Moldova Tourism Forum 2021 – 107 mii vizualizări
- REF Moldova – 150 mii vizualizări
- Forumul Moldova-Germania – peste 32 mii vizualizări

Pe parcursul perioadei de raportare, Agenția de Investiții a utilizat cele 5 pagini oficiale (invest.gov.md, Facebook, LinkedIn, Instagram și Youtube) comunicând cu audiența sa prin peste 650 de postări ce au acumulat un număr de peste 1 milion de vizualizări.

Pe data de 25 martie, Agenția de Investiții a lansat noua campanie de turism a Republicii Moldova, cu un nou mesaj „**Moldova: A Place to find yourself**”. Anul 2021 a fost desemnat anul turismului de proximitate, astfel încât promovarea campaniei a targetat anume piețele strategice pentru Republica Moldova: România și Ucraina – vizând în acest mod promovarea ofertei turistice și creșterea fluxului de turiști la nivel regional. În scopul maximizării vizibilității ofertei turistice anume pe piețele țintă, s-au utilizat o serie de instrumente și platforme internaționale și regionale precum:

- Postări pe rețelele Facebook & Google targetate - **peste 3,5 mln afișări**
- Promovarea ofertei turistice autohtone în publicațiile din România & Ucraina
 - Libertatea.ro
 - Rbc.ua- în Ucraina (postări în limbile rusă & ucraineană)

Aceste instrumente digitale au fost utilizate și în cadrul promovării evenimentului **Moldova Tourism Forum 2021**, cu un rezultat de **2,5 milioane afișări** pe piețele regionale România și Ucraina. Astfel, datorită vizibilității activităților Agenției de Investiții, suportul misiunilor diplomatice și a audienței pe paginile oficiale ale Agenției, evenimentul a reușit să atragă peste

400 de înregistranți din 30 țări. Evenimentul a fost difuzat pe 4 platforme, obținând un număr de 107 mii de vizualizări.

Totodată, în cadrul Moldova Tourism Forum, au fost lansate 7 spoturi video dedicate ofertei turistice autohtone: turism religios, gastronomic, oenoturism, cazare, aventură, meșteșugari & patrimoniu.

- **Campanii susținute de Agenția de Investiții**

În vederea sporirii vizibilității instituționale și de țară, Agenția de Investiții s-a raliat la o serie de campanii ce vizează promovarea și diseminarea informației relevante domeniului de activitate al Agenției. Câteva din aceste campanii sunt:

- *Investing In Moldova's Future* – campanie organizată de FIA Moldova în parteneriat cu Agenția de investiții. În cadrul acestui parteneriat, Agenția a oferit o platformă de promovare & vizibilitate a spoturilor video ce prezintă activitatea investitorilor străini din Republica Moldova.
- *Campania "7 ani de DCFTA - Ziua Europei"*, dezvoltată de MAEIE, susținută și promovată de Agenția de Investiții, prin care s-a informat publicul despre impactul semnării Acordului de Asociere.
- *Campanii dezvoltate de UNWTO*: Global Youth Tourism Summit, Inițiativa pilot Best Tourism Village, A 66-a ședință a Comisei Europene.

- **Campania de vizibilitate a exportatorilor și investitorilor „Dialog Pro Business”**

În scopul sporirii vizibilității exportatorilor și investitorilor din Republica Moldova, Agenția de Investiții „Invest Moldova” a lansat campania de vizibilitate cu genericul „Dialog pro-business”, în cadrul căreia au fost realizate 10 interviuri cu reprezentanți ai companiilor exportatoare beneficiare ale programelor Agenției de Investiții- companiile EDKA, Equinox etc sau reprezentanți ai activității de atragere a investițiilor – ZEL, FIA. Consiliul Economic pe lângă Prim Ministru etc

- **Apariții media**

Pe plan național, pentru a informa despre activitățile Agenției pe domeniile sale de activitate, Agenția a avut 211 apariții în surse media - Emisiuni tv, interviuri, publicații, etc.

Costurile economisite de Agenție pentru promovarea evenimentelor online constituie – 13 380 EUR (earned media).

4. Promovare Turism

Turismul este unul dintre cele mai complexe sectoare ale economiei care are la bază multe domenii conexe. După lovitura dură dată de pandemie, asistăm la o recuperare importantă a industriei turismului. La nivel mondial fluxul de turiști a crescut cu aproximativ 60 la sută în raport cu anul 2020, atingând valoarea de 54 de milioane de turiști, neatingând, însă, nivelul din 2019. În Republica Moldova agențiile de turism și tur operatorii au deservit 264 de mii de vizitatori, dintre care 60 de mii au fost moldoveni.

A. Lansarea campaniei - „Moldova: A place to find yourself”

În luna martie curent a fost lansată noua campanie de promovare a Republicii Moldova ca destinație turistică pe plan extern: „Moldova: A place to find yourself”, având scop re poziționarea Republicii Moldova pe harta turistică globală.

Etapele campaniei:

- Perioada înainte de deschiderea frontierelor – video de vizibilitate realizat de 3 artiști autohtoni – peste 350 afișări și peste 150 mii vizualizări;
- Etapa a doua – promovarea a 3 spoturi video care promovează oferta vitivinicolă, de meșteșugărit și de aventură;

Alte elemente ale campaniei:

- **Moldova: A place to find your harmony** – promovarea a 5 obiective turistice însoțite de muzica DJ-ului Andrew Rayel, primele 3 video au acumulat 219 mii vizulizări;
- Promovarea campaniei pe piața din Ucraina și România;
- Promovarea campaniei în cadrul Revistei Altitude a Companiei Air Moldova.

B. Moldova Tourism Forum 2021

Cel mai important eveniment a industriei turismului din Republica Moldova (27-28 mai 2021), eveniment în premieră dedicat sectorului.

- 14 panel-uri de discuții;
- 75 speakeri din 15 țări;
- 400 participanți din 30 de țări: Republica Moldova-57%, Ucraina-5.5%, China-2.75%, Croația- 2.75%, România- 2.5%;
- 15 companii locale care și-au prezentat oferta turistică pe platforma de vizibilitate internațională;
- Lansarea a 7 spoturi video dedicate ofertei turistice autohtone: turism religios, gastronomic, oenoturism, cazare, aventură, meșteșugari & patrimoniu.

- Eveniment de decernare a industriei turistice „Moldova Tourism Awards 2020”, în care au fost premiați 50 reprezentanți din acest sector.

Scopul evenimentului a fost de sporire a vizibilității Republicii Moldova drept destinație turistică, conectând online toți reprezentanții din acest sector, dar și potențialii turiști, în căutare de destinații neexplorate.

C. Broșura turistică

În perioada de raportare Agenția de Investiții a lansat noua broșură turistică a Republicii Moldova - menită să asigure repositionarea Republicii Moldova pe harta turistică globală.

Broșura turistică este formată din 3 capitole:

- Descoperă Moldova;
- Călătorește;
- Intră-n horă,
- Harta turistică.

Broșura redă într-un limbaj autentic istoria, cultura, gastronomia Moldovei, dar experiențele oferite de țara noastră turiștilor de peste hotare.

D. Campania Națională pentru turismul intern #NeamPornit

Lansarea campaniei 2021 a avut loc pe 15 iulie curent cu mesajul #NeamPornit #vacinați, cu scopul de a accentua importanța responsabilității comunitare și civice.

Principalele inițiative din cadrul perioadei raportare:

- **Campanie de vizibilitate** pentru promovarea destinațiilor noi
- **Sondaj național** privind percepția și așteptările moldovenilor de la oferta turistică internă realizat pe un eșantion de 1084 de persoane cu vârsta cuprinsă între 22-25 de ani.

E. Dezvoltarea și promovarea rutelor turistice

- **Ruta cultural-turistică a Bisericilor de Lemn din România și Republica Moldova**

Din data de 12 aprilie curent, țara noastră face parte din transnațională a bisericilor de lemn din România și Republica Moldova, din rută fac parte 7 biserici din Republica Moldova din 3 raioane, mun. Chișinău și 183 din România din 9 județe. În octombrie curent aceasta a câștigat **locul al II-lea** în cadrul concursului „Destinații ale Turismului Cultural Durabil 2021” organizat de Rețeaua Europeană pentru Turism Cultural.

- **Ruta Meșteșugarilor**
 - ✓ Lansarea rutei – 27 septembrie 2021;

- ✓ 20 meșteșugari în cadrul rutei cu diferite îndeletniciri: olărit, cioplitul artistic lemn, împletitul în lozie, costumul național etc.
- ✓ 10 trasee turistice cu ghid online pe platforma Teleportravel - <https://teleportravel.com/ro/ruta-mestesugarilor>

Ruta este destinată promovării și valorificării potențialului meșterilor populari din Republica Moldova sub aspect turistic.

F. Participarea Republicii Moldova la expoziții specializate în domeniul turismului

În 2021, Agenția de Investiții a asigurat participarea Republicii Moldova cu stand de țară la 5 expoziții internaționale din 5 țări: Germania, Italia, Spania, China, Federația Rusă cu expunerea a 31 operatori autohtoni (participanți) care oferă servicii de turism receptor. De asemenea 7 operatorii turistici și-au prezentat produsul turistic la New Deal Europe Marketplace 2021, eveniment care conectează anual principalii buyeri și furnizori din domeniul turismului din Balcani.

G. Tururi informaționale & vizite de studiu

În perioada de raportare au fost asigurate organizarea a 5 tururi informaționale pentru operatori turistici atât pentru bloggeri/ vloggeri cât și pentru mass-media din străinătate pentru 70 de participanți din 4 țări: Ucraina, România, Belgia și Regatul Spaniei. Totodată în perioada de raportare a au avut loc 2 vizite de studiu a delegațiilor din Republica Moldova în Ucraina și Georgia scopul căreia a fost promovarea ofertei turistice naționale cât și preluarea bunelor practici din respectivele țări.

În contextul dezvoltării relațiilor bilaterale în domeniul turismului în luna septembrie curent la Chișinău a avut loc prima comisie mixtă de specialitate Republica Moldova – Republica Turcia. Evenimentul a avut scop promovarea Republicii Moldova ca destinație turistică cât și stabilirea relațiilor de colaborare în domenii ca: mediul de afaceri și infrastructura turistică, dezvoltarea produselor turistice etc.

H. Studiul de segmentare a pieței turistice în vederea stabilirii piețelor-sursă pentru turism și investiții, finanțat de proiectul CEP II Băncii Mondiale

Cu suportul Proiectului Băncii Mondiale de Ameliorare a Competitivității (PAC II), a fost realizat Studiul de segmentare a fost efectuat în scopul identificării piețelor externe cu potențial sporit de dezvoltare în Republica Moldova și pentru a ajuta la edificarea acțiunilor strategice de atragere a investițiilor în Moldova, amplificând în același timp notorietatea țării noastre, ca destinație turistică. Rezultatele studiului arată că Republica Moldova trebuie să-și orienteze campaniile de

promovare în țări ca: România, Ucraina, Germania, Federația Rusă și Polonia, rezultatele integrale au fost publicate pe site-ul oficial al Agenției.