



INVEST
MOLDOVA

invest.gov.md



RAPORT
ANUAL
2020

Conținut

- INTRODUCERE 1
- CUVÂNT ÎNAINTE / DIRECTOR GENERAL -
RODICA VERBENIUC 2
- ATRAGERE INVESTIȚII 4
- PROMOVARE EXPORT 10
- PROMOVARE TURISM 17
- PROMOVAREA IMAGINII ȚĂRII 27
- CONCLUZII GENERALE 33






CINE SUNTEM

Agenția de Investiții, în calitate de autoritate administrativă centrală din subordinea Guvernului, este unica instituție mandatată 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.




MISIUNE

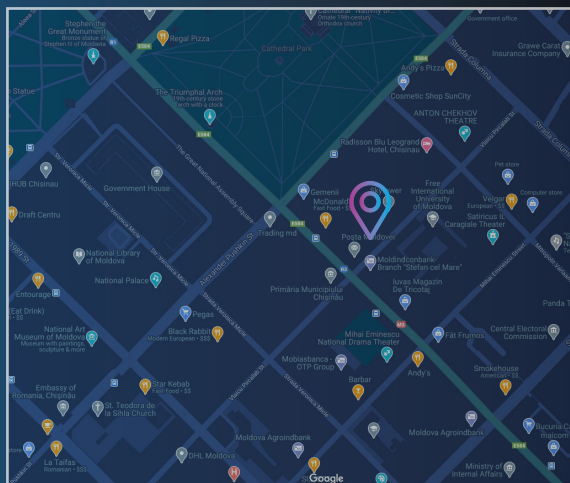
Implementarea politicilor economice de stat în domeniile de activitate mandatate care, prin stabilirea parteneriatelor între sectorul public și privat, contribuie la creșterea economiei naționale.

ARIILE DE ACTIVITATE:

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

CONTACTE

-  Adresa: Bd. Ștefan cel Mare 134., et 3, Chișinău, Republica Moldova, MD-2012
-  Tel: (+373 22) 27 36 54
-  E-mail: office@invest.gov.md



1. CUVÂNT ÎNAINTE / DIRECTOR GENERAL

- RODICA VERBENIUC

Criza sanitară și economică generată de pandemia globală de COVID-19 a avut un impact multidimensional asupra activității Agenției. În pofida tuturor restricțiilor, Agenția de Investiții a reușit să (se) reinventeze, fiind călăuza businessului local spre o nouă realitate economică.

Transpunerea activităților pe platforme digitale, în aplicațiile online precum și transformarea programelor de promovare și susținere a mediului de afaceri în conformitate cu noile realități economice, a avut loc în vederea asigurării sustenabilității și atingerii obiectivelor strategice, cu focus pe activități-cheie:

- ◊ de susținere a producătorilor autohtoni pentru export, digitalizare și reziliență COVID-19,
- ◊ de loializare a investitorilor străini prezenți în Republica Moldova și promovarea acestora prin istorii de succes, participare în webinare cu transfer de bune practici,

- de promovare a imaginii țării, atragerii investițiilor, promovării exportului prin canalele digitale și organizarea evenimentelor online,
- de promovare a turismului prin platforme alternative, și pregătire a campaniei de promovare pentru etapa post pandemică.

În 2020, am investit mult efort în vederea întăririi poziției Republicii Moldova pe dimensiunea economică și investițională, ca în cele din urmă să obținem rezultate pe măsură:

- Am lansat platforme online pentru investitorii străini,
- Am creat un grup de experți (naționali și internaționali), care să acorde suport companiilor locale în vederea promovării exporturilor și investițiilor,
- Am asistat la lansarea a 5 noi proiecte de investiții cu o valoare totală a investiției anunțate de peste 30 de milioane de euro: din Germania în sectoarele auto și IT, Marea Britanie în electronică și Federația Rusă în producția de materiale termoizolante pentru construcții,
- Am oferit suport în participarea la târguri și expoții.

- ◊ Am organizat cel mai important eveniment economic al anului – **MOLDOVA BUSINESS WEEK 2020**, care a fost urmărit de peste 104.000 persoane în regim real pe 4 platforme.
- ◊ Am dezvoltat, împreună cu Ministerul Turismului din România, Ruta cultural-turistică „**Voievodul Ștefan cel Mare și Sfânt**”.

Prezentul raport reflectă bilanțul activității Agenției de Investiții pentru anul 2020 și contribuția instituției la dezvoltarea și creșterea economică a Republicii Moldova prin promovarea, atragerea și localizarea investițiilor, promovarea exportului, a turismului și a imaginii de țară.

PRINCIPALELE REALIZĂRI ALE ANULUI 2020:

Atragere Investiții

5 proiecte
investiționale
atruse

5 webinare
„Exit strategy
in context
of COVID”

Campania
de apreciere
a investitorilor
străini

Promovare Export

7 ediții
„Export Morning”

5 expoziții
în 3 țări

2 programe
de suport
Go Online &
Level UP

Promovare turism

Campania Națională



Ruta turistică



Moldova la TV

Поедем
Поедим &
Звуки Всюду

4 expoziții

De promovare
a turismului

Activități trans-sectoriale

Moldova Business
Week 2020

34
Forumuri și
evenimente online

2. ATRAGERE INVESTIȚII



Impactul negativ al pandemiei asupra fluxului de investiții străine directe s-a resimțit la nivel mondial, ducând la o descreștere a fluxului de ISD de peste 43%, conform rapoartelor UNCTAD. Șocurile au declanșat o recesiune globală cu o perspectivă incertă pe viitor, atât pentru business, hub-uri de producție, cât și pentru investitori.

În contextul unei reconceptualizări economice globale, în fața țărilor cu economii emergente precum este Republica Moldova, care are și o poziționare geostrategică favorabilă, se deschid

noi oportunități, prin oferirea condițiilor competitive pentru afaceri axate pe realocare. Astfel, ne-am propus să transformăm restricțiile în oportunități, focusându-ne, 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 **5 investitori străini din 3 țări, în 3 sectoare cu valoarea totală a ISD investite de 30.000.000 euro și peste 1200 locuri de muncă planificat a fi create.**

Investitori străini care și-au anunțat decizia de a investi

Magnetec Germania	Locuri de muncă create 70
 Magnetec	Investiții (€) 5 mln
	Compania industrială germană a deschis o fabrică în zona economică liberă Bălți (FEZ).

Cornelius Marea Britanie	Locuri de muncă create 200
 CORNELIUS	Investiții (€) 1-5 mln
	Investiție în parcul industrial Edineț, domeniul electronica.

Penoplex Grup Federația Rusă	Locuri de muncă create 120
 ПЕНОПЛАКС	
	Manufactură și construcții de materiale de izolare în scop de export pe piețe UE. Investiție cu localizare în ZEL Ungheni.

Schneider and Gema Automotive Germania	Locuri de muncă create 600
 SCHNEIDER Electric Group Schneider Electric Gema Automotive	
	În august 2020 au deschis o companie locală și au identificat locații brownfield pe care le-au achiziționat.

Videon Power Germania	Locuri de muncă create 200
	Investiții (€) 500 mii
	Producerea generatoarelor electrice de ultimă generație (2000 unități pe an) în or. Comrat, ZEL "Vulkanesti".

Pe parcursul anului 2020, Agenția de Investiții și-a mobilizat resursele pentru a utiliza cât mai eficient oportunitățile generate de criza pandemică, capitalizând activitățile pe 2 direcții:

1. Fortificarea relațiilor prin asistență și comunicare oferite investitorilor prezenți în Republica Moldova.
2. Promovarea Republicii Moldova drept destinație emergentă pentru investiții post-criză, utilizând platformele online.

Astfel, au fost inițiate și implementate o gamă de activități de susținere imediată:

A. Campania de informare a mediului de afaceri în perioada pandemică „Exit strategy în contextul COVID 19”

Titlurile Webinarelor:

1. Reglementările legislative a cadrului muncii
2. Gestionarea crizelor în timpul pandemiei
3. Digitalizarea serviciilor publice
4. Comunicarea și marketingul digital
5. Exit Strategy

Prin organizarea acestor webinare s-a urmărit scopul de a oferi informații relevante și practice investitorilor străini care își derulează activitatea în Republica Moldova, precum și tuturor agenților economici autohtoni, interesați de relansarea activităților economice pe perioada pandemiei COVID-19 și post-pandemie.

Rezultatele totalizatoare ale webinarurilor:



B. Campania de promovare și apreciere a investitorilor străini

Reticența de plecare din Republica Moldova a investitorilor străini, conjugat cu un simț înalt de responsabilitate socială corporatistă (RSC) prin implicări în activități de caritate și susținere a sistemului medical, a îndemnat Agenția de Investiții să deruleze un program dedicat aprecierii investitorilor străini din Republica Moldova, denumit Investitori străini versus COVID. Programul prevede realizarea interviurilor cu **12 investitori străini** cu activități sporite de RSC și promovarea acestor investitori prin diverse instrumente pe online. Astfel, interviurile au fost susținute cu investitori din **10 sectoare economice**:

INVESTITORI STRĂINI vs. COVID-19 #12

“Ce soluții și remedii au găsit investitorii străini pe timp de criză pandemică?”

Mobiasbanca-OTP Group
– sectorul bancar

Campanie de apreciere pentru investitorii străini, lansată de Agenția de Investiții

INVEST MOLDOVA
GOVERNUL MOLDOVEI
giz
ANI

Sectorul energetic
Premier Energy

Industria automotive
Confezione Andrea,
ConTeyor

Electronică
Steinel Electronics

Vitivinicol
Chateau Cristi

Industria manufacturieră
Excel Manufacturing

Industria bancară
Mobiasbanca

ICT
Arobs

Sectorul asigurațiilor
Grawe CARAT

Telecom
Moldcell

Retail
Metro, Kaufland

C. Forumuri de afaceri bilaterale

Agenția de Investiții a răspuns cu promptitudine la invitațiile lansate de asociațiile de promovare a afacerilor și identificare a noilor destinații de investiții prin organizarea forumurilor bilaterale pe platformele online ale Agenției. În cadrul acestora s-a prezentat oferta investițională, de export și turistică a țării.

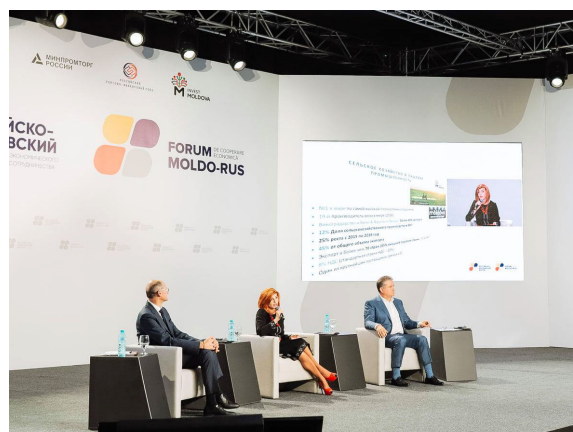
Chiar dacă pandemia a blocat desfășurarea fizică a evenimentelor, Agenția de Investiții a reușit totuși să organizeze și câteva evenimente în format offline sau hybrid, cu respectarea tuturor măsurilor de protecție.




- **Forumul de afaceri moldo-ungar**, organizat în cadrul vizitei Prim Ministrului Ungariei dl. Viktor Orbán, cu participarea a aproximativ 900 de delegați. La sesiunile B2B organizate dintre companiile locale și cele ungare, au luat parte 34 companii și asociații ungare, interacționând pe platformă directă în vederea stabilirii de parteneriate în funcție de domeniile de interes. Evenimentul a avut peste 40 000 de vizualizări online.


– **Forumul moldo-rus de cooperare economică.**


Agenția de Investiții a organizat în octombrie 2020 Forumul Moldo – Rus, în cadrul căruia au participat 17 companii și asociații locale care și-au prezentat oferta investițională și de export a țării. În cadrul Forumului au fost evaluate rezultatele principalelor acorduri de colaborare pe care cele două țări le au semnate, dar și necesitatea de a identifica soluții comune pentru dezvoltarea cooperării în sectoarele strategice, precum cele economic, agroindustrial, turistic, energetic, în condițiile în care Federația Rusă este printre primele zece state în care țara noastră exportă produse.




Câteva dintre Forumurile organizate inclusiv în scopul promovării ofertei investiționale a Republicii Moldova și atragerii investițiilor sunt:

 **TAFL Opportunities Moldova – Italia, sesiune B2B**
15 potențiali investitori participanți

 **TAFL Opportunities Moldova – Spania, sesiune G2B**
15 potențiali investitori participanți

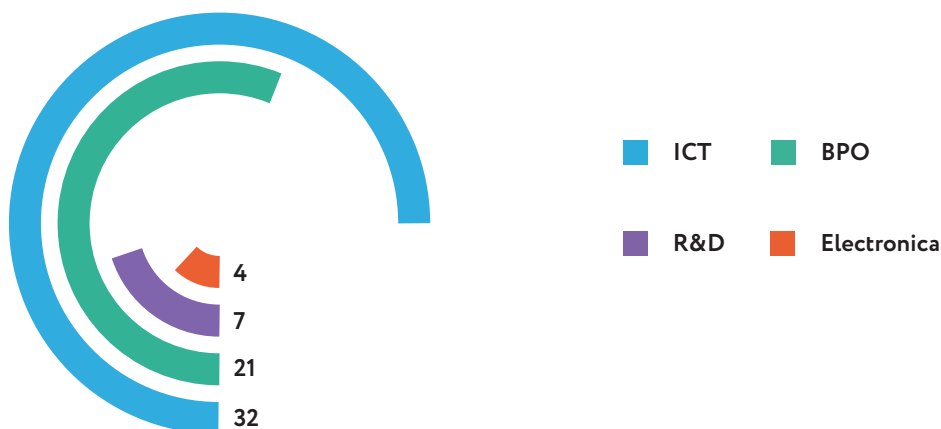
 **Business Bridges Moldova – Japonia, sesiune B2B**
35 de participanți potențiali investitori

 **Business Bridges Moldova – Belgia, sesiune B2B**
67 potențiali investitori



D. Profilele investiționale ale companiilor autohtone

Unul din cele mai eficiente și practice instrumente în atragerea investitorilor străini, utilizate în toate activitățile de promovare ale Agenției de Investiții sunt cataloagele cu profilele investiționale și Fișele investiționale care se prezintă companiilor – potențialilor investitori, în scopul familiarizării cu climatul investițional al țării și multiplele oportunități de creștere și dezvoltare a businessului în Republica Moldova. Până la momentul de față, au fost realizate și publicate în format digital, pe pagina web a instituției – www.invest.gov.md, o serie de cataloage ce cuprind profilele investiționale a **64 companii locale din sectoarele:**



E. CRM – instrument de tracking a procesului investițional și de gestionare a relațiilor cu investitorii

Ce va oferi:

- Automatizarea și monitorizarea sarcinilor de zi cu zi
- Păstrarea datelor într-un mod simplu și bine organizat
- Tracking investitori, stabilirea impedimentelor în procesul de atragere ISD
- Interacțiune a părților implicate în proces
- Raportare pe: perioade de timp / sectoare economice / țări de origine
- Integrarea cu aplicații terțe

Pe parcursul anului 2020, Agenția de Investiții a continuat elaborarea unui sistem de administrare a relațiilor cu investitorii – Customers Relations Management System (CRM) - platformă care va permite stocarea memoriei instituționale ce ține de procesul investițional și baza de date cu investitorii.

Pe parcursul trimestrului III și IV 2020, Agenția a organizat 4 sesiuni de training cu aproape 40 de reprezentanți ai MEI și MAEIE în vederea utilizării CRM.



CONCLUZII VIS A VIS DE ACTIVITATEA INVESTIȚIONALĂ

Componenta investițională este una extrem de importantă în cadrul Agenției de Investiții, ori Investițiile Străine Directe sunt unul dintre principalele componente ale motorului generator de creștere economică. Ne orientăm, prin urmare, în permanență, spre susținerea investitorilor, atragerea noilor investiții și acordarea suportului prin crearea Ghidului Investitorului, organizarea vizitelor de studio, elaborarea profilurilor investiționale, ș.a.

Drept rezultat al webinarilor de prezentare, forumurilor bilaterale organizate de Agenție pe platformele on-line și a informației oferite de angajați la solicitările parvenite prin intermediul site-ului instituțional www.invest.gov.md și prin platforma de socializare LinkedIn.

Agenția are actualmente în lucru peste 70 de leaduri din sectoarele:



Leadurile provin din **22 țări** de origine a investitorilor cu care se poartă discuții active:



Agenția de Investiții a înregistrat rezultate remarcabile

5
proiecte
investiționale

30
de milioane
de euro

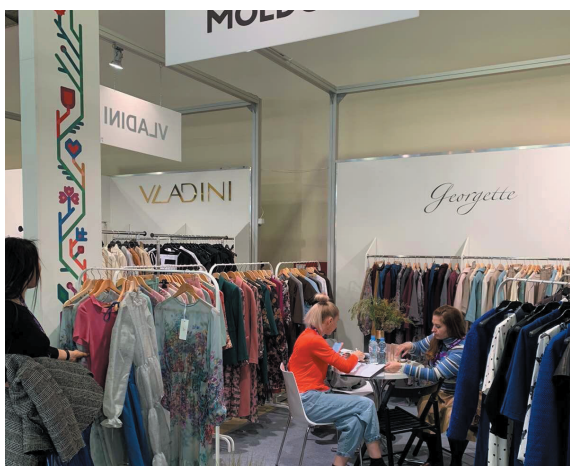
1200
de locuri
de muncă create

2. PROMOVARE EXPORT

Mutațiile care au loc astăzi la nivel mondial creează o serie de provocări pentru exportatorii din toată lumea, inclusiv pentru cei din Republica Moldova. Pentru a-i ajuta să se adapteze cât mai repede la cerințele crescânde ale pieței globale, dar și pentru a deveni cât mai competitivi, Agenția de Investiții a (re)conceptualizat o serie de programe și proiecte în vederea susținerii și motivării exportatorilor. Pentru Agenția de Investiții, pandemia s-a transformat într-un catalizator al oportunităților, care ne-a motivat să facem mai mult. Astfel, principalele activități ale Direcției Promovarea Exporturilor țin de:

A. Activitatea Expozițională

În pofida pandemiei de COVID-19, pe parcursul anului 2020, Agenția de Investiții a acordat suport în participarea companiilor locale la **5** expoziții internaționale:



Fashion

CPM Moscova 2020
Federația Rusă
Toamnă / Primăvară

9

participanți -
companii autohtone

75

contracte noi
de colaborare

1,350,600

euro volumul
de export



Agrifood

„Fruit Logistica Berlin 2020”
Germania

17

participanți -
companii autohtone

>200

contacte noi

2 mii

tone de prune exportate

Expoziția „BioFach 2020”
Germania

5

participanți -
companii autohtone

15

contracte noi
de colaborare

18

locurie
de muncă

3,157,500

euro volumul
de export

„World Food Moscow 2020”
Federația Rusă

10

participanți -
companii autohtone

125

contacte noi

29

acorduri preliminare
de livrare a fructelor

Per total la cele **5** expoziții au participat **41** companii autohtone care au generat exporturi de peste **33 milioane €**

B. Programe și evenimente

I. Export morning - Program de creștere a capacităților exportatorilor autohtoni și strategii post-pandemie.

Pe parcursul anului 2020 au fost realizate 7 sesiuni Export-Morning, destinate următoarelor țări: Germania, Italia, Cehia, China, Federația Rusă, Ucraina și Emiratele Arabe Unite; În cadrul acestora, au fost elaborate 7 rapoarte de analiză a piețelor țărilor vizate.

Programul are ca scop creșterea competențelor și competitivității companiilor autohtone în vederea unui export eficient cu orientare spre extinderea accesului pe noi piețe și diversificarea produselor și serviciilor exportate, identificând noi oportunități pentru produse cu valoare adăugată înaltă.



EXPORT MORNING

Panel de discuții:
EXPERIENȚA EXPORTATORILOR DE PRODUSE AUTOHTONE PE PIAȚA CHINEZĂ

Gheorghe Arpentin
Director, ONVV

Vitali Crupenencov
Manager, "Orhei-Vit" S.A.

Radu Plămădeală
Administrator, Centrul Chinez La Chișinău

Igor Ganea
Fondator "Ganea Group",
Ganea Kitchen
Fairy Tales - Michelin Restaurant
și Land Of Basarabia

Principalele realizări ale programului:




II. Export missions

Agencia de Investiții, cu suportul financiar al Băncii Mondiale (Proiectul Ameliorarea Competitivității PAC II) a elaborat programul “Export Missions” (Misiuni de afaceri pentru export), în vederea sporirii și diversificării exporturilor din sectoarele-cheie ale Republicii Moldova.

Programul 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.

Astfel, Programul prevede **60 companii beneficiare** din cinci sectoare selectate: fructe proaspete; electronică; mobilă; fabricare vinuri îmbuteliate; produse alimentare și băuturi nealcoolice, iar misiunile de afaceri în scopul identificării liienților se vor organiza în piețele-țintă, după cum urmează:




 Fructe proaspete – Germania, Țările Baltice;

 Electronică – Germania;

 Mobilă – România;

 Vinuri – Țările Scandinave (Suedia, Norvegia, Finlanda);

 Produse alimentare și băuturi nealcoolice (cu posibilitatea de a selecta o singură țară România sau Țările Baltice)

Program Nou
EXPORT MISSION

Vor fi selectate
30
de companii

Misiunile de afaceri se vor organiza în:

- **Germania**
- **România**
- **Țările Baltice**

Sectoare

-  **Mobilă**
-  **Electronică**
-  **Fructe proaspete și procesate**

Rezulate:

5 ateliere de lucru

cu mediul asociativ sectorial realizate

6 rapoarte sectoriale

elaborate

1 raport general

pe Misiuni de Export

5 sectoare

economice identificate

III. GO ONLINE - Program de transformare digitală a întreprinderilor autohtone pentru conectarea la economia globală

Programul are drept scop facilitarea trecerii întreprinderilor mici și mijlocii din Moldova la comerțul electronic și presupune conectarea acestora la furnizorii de servicii digitale, inclusiv firme creative specializate în branding, marketing digital, plăți online, logistică, suport IT și alte servicii care găzduiesc e-commerce.

La finele proiectului, se prevede digitalizarea a **150 IMM locale**, prin crearea instrumentelor utile care vor asigura continuitatea activității afacerilor pe timp de criză (prin intermediul comerțului online).

Rezultate:



educaționale cu privire la e-comerț și digitizare organizate



de 4 zile pe Digital Marketing organizat



colaborare

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

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.



Rezultate:

2

traininguri de utilizare a platformei www.winet.wine organizate

26

companii vinicole beneficiare de training

4

acorduri de colaborare semnate cu companiile de vin din Moldova

1

raport interimar elaborat

23

ședințe organizatorice conduse

Administrarea și generarea conținutului pentru pagina www.winet.wine

V. Eco raft Moldova

Raftul ECO este un instrument de promovare adițională a sectoarelor de nișă din Republica Moldova, suplinit cu produse bio autohtone și distribuit celor 34 misiuni diplomatice ale Republicii Moldova (dar și în sediile partenerilor și organizațiilor internaționale). Raftul vizează crearea pentru producătorii autohtoni a unei platforme prestigioase de promovare a imaginii Republicii Moldova sub aspectul ralierei la tendințele ecologice europene și globale.



Raftul expozițional va completa oferta țării pentru exporturile cu valoare adăugată și va servi drept rampă de extindere/acces pe piețe străine prin intermediul diplomației economice.

17

companii autohtone producătoare de produse bio prezente la Raft

34

misiuni diplomatice ale Republicii Moldova beneficiare în scop de promovare a produselor

6

rafturi expuse în sediile partenerilor de dezvoltare și instituțiilor de stat ca instrument de promovare adițională a sectoarelor de nișă din Republica Moldova

VI. Program de transformare digitală a întreprinderilor din industria Fashion pentru comerț electronic – ZipHouse Ecommerce LEVEL UP

Programul presupune transformarea întreprinderilor din Industria Fashion din Moldova prin implicarea lor într-un program de coaching intensiv de 9 luni cu consilieri/mentori locali și internaționali, lideri din industrie, dar și suport financiar în achiziția de instrumente tehnice digitale pentru crearea magazinelor online. Programul este structurat pe etape și presupune obținerea mai multor competențe, printre care filosofia brandului, marketing și comunicare pentru E-commerce, prezenta juridică internațională și logistică, impozitare, proceduri vamale, etc.



20

de afaceri din industria ușoară susținute, membre a brandului DININIMA

20

magazine on-line funcționale

20

rapoarte individuale cu recomandări de îmbunătățire a magazinelor în vederea funcționării tehnice

20

rapoarte individuale cu recomandări de îmbunătățire a promovării digitale

VII. Conferința Națională: Businessul Fructelor în R. Moldova

Conferința a avut drept scop familiarizarea producătorilor de fructe din Republica Moldova cu inovațiile, noile tendințe tehnologice și soluții comerciale pentru toate elementele lanțului valoric al fructelor în stare proaspătă și procesată.

Participanți: reprezentanți comerciali, agronomi și experți din mai multe state europene: Spania,

Franța, Italia, Germania, Belgia, Olanda, Polonia, Ungaria, Romania dar și din Israel, Ucraina și Rusia

Pagina evenimentului (fbc.md) a înregistrat în cele trei zile ale evenimentului mai mult de 1000 de participanți;



CONCLUZII VIS A VIS DE EXPORTURI ȘI PROMOVAREA ACESTORA

În scopul Promovării exporturilor și susținerii producătorilor autohtoni, Agenția de Investiție acordă constant, prin intermediul unor instrumente specifice, suport financiar reprezentanților mediului asociativ care sunt direct implicați în operațiunile de export. Contribuția financiară a Agenției, care provine de la bugetul de stat, reprezintă finanțări parțiale sau totale pentru activitățile ce țin de participare la expoziții internaționale și târguri tematice; participarea la forumuri; organizarea de întâlniri B2B și de evenimente menite să promoveze exporturile, ș.a.m.d.

În 2020, Agenția de Investiții a lansat /a acordat suport în lansarea a 4 programe

EXPORT MORNING

EXPORT MISSIONS

GO ONLINE

LEVEL UP

a finanțat participarea companiilor locale la 5 expoziții

CPM Moscova 2020/ Primavara"

Federația Rusă

CPM Moscova 2020/ Toamna"

Federația Rusă

„World Food Moscow 2020"

Federația Rusă

„Fruit Logistica Berlin 2020"

Germania

Expoziția „BioFach 2020"

Germania

Per total la cele

5
expoziții
au participat

41
companii
autohtone

care au generat exporturi de peste

33 milioane €

3. PROMOVARE TURISM

Sectorul turistic a fost primul și printre cele mai grav afectate sectoare de pandemie COVID-19. Cu toate acestea, Agenția de Investiții a acordat suport și s-a implicat în diverse activități de promovarea a turismului, fiind catalizatorul unor noi experiențe în domeniul turismului. Printre acestea menționăm:

A. Activitatea expozițională de promovare a Republicii Moldova drept destinație turistică

În anul 2020, până la pandemie, Agenția de Investiții a reușit să asigure participarea delegațiilor Republicii Moldova la expozițiile internaționale de turism, cu stand de țară și materiale promoționale la care au participat 28 de agenții și prestatori de servicii turistice. Pentru prima dată a fost asigurată participarea la expoziția dedicată pieței din țările Nordice și piața Federației Ruse, precum urmează:

- MATKA Nordic Travel Fair (Finlanda), 17-19 ianuarie - 5 companii, buget AI – 46%;
- Bit Milano (Italia), 9-11 februarie, 5 companii, buget AI – 35 %;
- TTR București (România), 20-23 februarie – 7 companii, buget AI – 63%;
- Intourmarket (Federația Rusă), 12-14 martie – 11 companii, buget AI – 71%.

Participarea cu un stand propriu la cel mai mare târg de specialitate din peninsula scandinavă la „MATKA Nordic Travel Fair” de la începutul acestui a fost premieră pentru Republica Moldova. Evenimentul atrage anual peste 50 de mii de vizitatori, care sunt în căutare de produse și servicii turistice de clasă premium, cu accent pe turism experiențial, cultural, gastronomic, de



aventură ușoară, dar și pe sustenabilitate. Iar pentru a-i convinge pe potențialii turiști că oferta turistică a Moldovei răspunde cerințelor turistului modern, vizitatorii târgului au fost invitați să ia parte la sesiuni de proiecții video și tururi virtuale 360°. Pentru Republica Moldova participarea la „MATKA Nordic Travel Fair” înseamnă încă o ușă către turismul extern, dar și valorificarea celor mai prețioase active deținute de țara noastră.”

Impact media:

6

articole în presa online expoziția
MATKA Nordic Travel Fair

3

articole vis a vis de Târgul de Turism
al României

Pagină dedicată expoziției Intourmarket <https://www.facebook.com/moldovaintourmaket2020/>

B. Campania #NeamPornit #Protejați

Odată cu anunțarea relaxării unor restricții de călătorie turiștii din țară au început să își redescopere ținutul natal, drept răspuns la campania națională de relansare a turismului intern “#NeamPornit #Protejați” lansată de Agenția de Investiții în aprilie, 2020 drept măsură imediată anti-criză.

Având scopul de a promova și susține relansarea graduală a turismului autohton prin respectarea măsurilor de siguranță necesare împotriva COVID-19, campania națională #NeamPornit a fost inițiată în luna aprilie 2020, de către Agenția de Investiții. Prin mandatul său, AI creează platforme și instrumente de susținere a turismului intern, promovând experiențele turistice autentice: de aventură, gastronomice, vitivinicole, apicole, meșteșugărești etc.



harta bilingvă RO/RU cu 17 locații din 12 categorii



sondaj privind percepția turismului autohton



pagini web dedicate: **neampornit.md** +
pagina de Facebook NeamPornit cu
peste **13 000** urmăritori



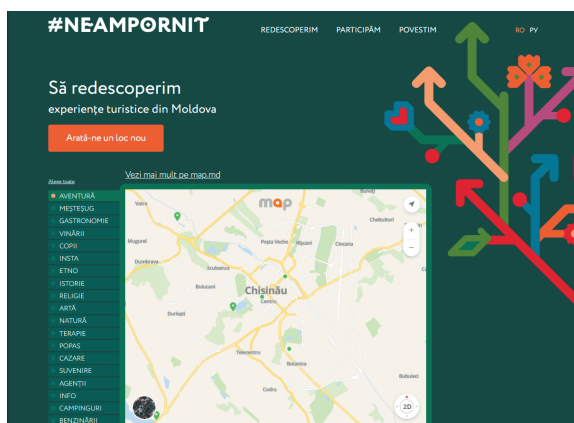
maraton **#NeamPornit #protejați** – 300
participanți cu **7200** mențiuni



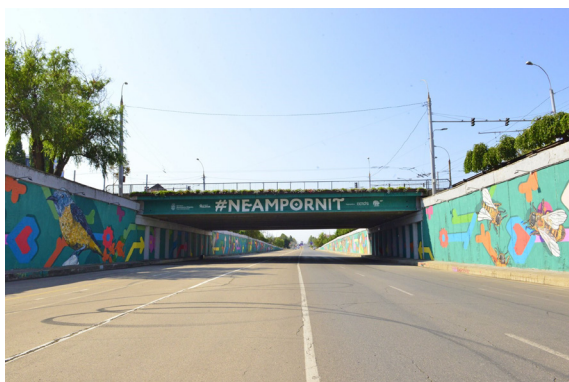
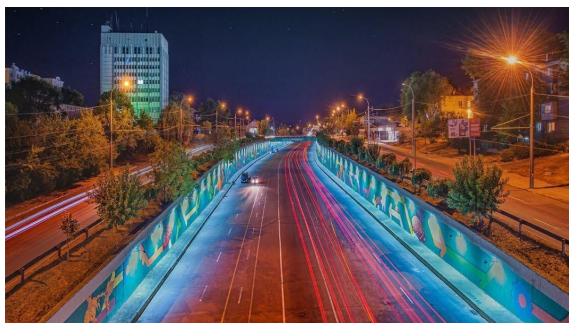
spoturi de promovare: 1 spot general și 8
spoturi regionale



campanie de vizibilitate



Pe lângă campanie s-au desfășurat și evenimente complementare. Una dintre aceste inițiative a fost realizarea unei picturi murale sub podul de la Telecentru, la intersecția străzilor Miorița și Șoseaua Hâncești. Pictura murală **#NeamPornit** este o simbioză între identitatea Pomul Vieții în formatul **#NeamPornit** și flora și fauna inclusă în Cartea Roșie a Moldovei, ca și reprezentare a naturii care necesită a fi protejată. Pe pictura murală sunt desenate insecte cu efecte 3D pe ramurile „Pomului Vieții”, cu mesajul: „Sunt lucruri care nu le observăm, dar care trebuie să învățăm să le prețuim”.



O altă inițiativă susținută de Agenția de Investiții în contextul campaniei **#NeamPornit** a fost concursul „Cel mai bun ghid al verii 2020”, alături de Teleportravel și Votemeapp. Câștigătorii au fost selectați prin aplicația Votemeapp, în care fiecare participant se poate înregistra pentru a participa la concurs și pentru a vota ghidul preferat. În baza votării au fost selectați cinci - cei mai buni ghizi: Elisei Smiridov, Fiodor Estigneev, Cătălina Plinschi, Radomir Barbov, Alfredo Ferarri.

Un rezultat al campaniei ține de ralierea companiilor locale, care s-au implicat în promovarea campaniei, asigurându-i vizibilitatea. Una dintre ele - ITaxi, a promovat, prin intermediul aplicației, locațiile campaniei NeamPornit. „Intră în aplicația noastră și adaugă la căutări **#neampornit**, unde vei descoperi cele peste **140** de destinații care-s doar la o aruncătură de băț și care te așteaptă să le admiri cât încă vremea e prietenoasă cu noi.”



Megacampania **#NeamPornit** inițiată de către Agenția de Investiții, a fost încheiată cu mari succese, iar ca impact și răsunet a impulsionat inițiative locale susținute de ANTRIM, așa ca **#RedescoperăMoldova**, **#LetMeWalkMoldova** și **#CurajTurismMoldova**.

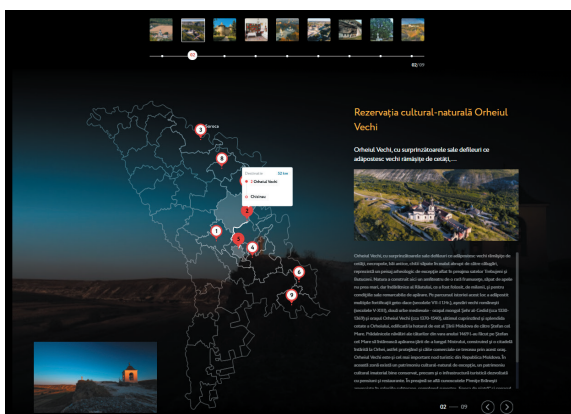
Toate aceste campanii ne-au transformat în campioni ai turismului domestic – aventurieri, mânați de dragostea față de frumos, mândri de autenticul nostru tradițional!



Campanii susținute de **INVEST MOLDOVA**, **USAID**, **Sverige**, **UKaid**, **ANTRIM**

C. Ruta „VOIEVOD ȘTEFAN CEL MARE ȘI SFÂNT”

Agencia de Investiții a reușit să asigure mentenanța rutei transfrontaliere Moldova – România “Voievodul Ștefan cel Mare și Sfânt” care are drept scop conectarea Republicii Moldova la circuitul turistic internațional. Traseul străbate 18 localități din România, 9 localități din Republica Moldova și 13 domenii viticole, oferind, astfel, turiștilor o lecție de istorie și de spiritualitate prin intermediul obiectivelor turistice reprezentate de mănăstirile ctitorite, cetățile fortificate, hrubele (beciurile domnești) vechi de peste 500 de ani, a căror continuitate s-a păstrat până în zilele noastre și, nu în ultimul rând, a muzeelor în cadrul cărora sunt organizate expoziții cu artefacte din timpul domniei Voievodului Ștefan cel Mare și Sfânt.



a) Organizarea Forumului internațional Ruta “Voievodul Ștefan cel Mare și Sfânt”

la data de 17 decembrie 2020.

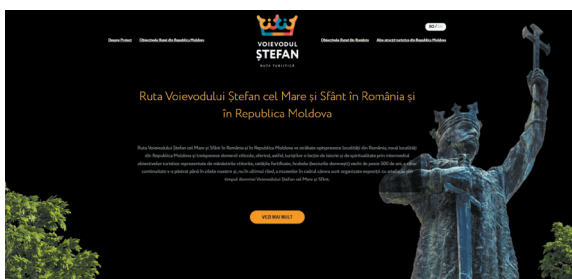
Prezentul eveniment a avut loc în format hibrid (fizic și online), întrunind 18 speakeri - 7 din Republica Moldova, 7 din România, 3 din Ucraina și Secretarul Executiv al Acordului Parțial Extins privind Rutele Culturale ale Consiliului Europei care a prezentat oportunitățile de aderare și rolul unei rute cultural-europene. În cadrul forumului drept teme de discuții au fost posibilitățile de promovare și internaționalizare a rutelor. Urmare al acestui eveniment, au fost generate 20 articole

în presa din Republica Moldova și România, transmisiuni TV la 4 posturi de televiziune, cu emisiuni și știri de ultimă oră. Toate acestea au adus peste 32 000 de vizualizări în mediul online care au marcat vizibilitatea acestei rutei cultural-turistice la nivel regional cât și european.



b) Lansarea paginii web

<http://stephenthegreat.travel/>, care reprezintă un instrument atât pentru Agenție, în contextul promovării prezentei rute, dar și pentru turiști care pot crea unui itinerar. Turiștii pot selecta locurile pe care își doresc să le viziteze, în funcție de preferințe și să-și creeze propriul traseu pe platforma oficială. Tot aici, doritorii pot afla mai multe informații despre fiecare obiectiv în parte, platforma fiind disponibilă atât în limba română, cât și în engleză.



c) Instalarea 9 panouri, ce au scopul de a prezenta descrierea generală în limbile Română și Engleză a obiectivului turistic, de a planifica vizitarea obiectivelor apropiate dar și de a beneficia de un moment foto în care orice turist se poate simți Voievod.



d) Realizarea materialelor promoționale pentru obiectivele adiționale ale rutei: suporturi de masă și stikere cu QR code care redirecționează către site-ul oficial al Rutei www.stephenthegreat.travel, promovând astfel Ruta turistică sub o identitate unică.



e) Organizarea și asistarea vizitelor de blogeri și vloggeri pe ruta cultural-turistică "Voievodul Ștefan cel Mare și Sfânt".



D. Susținerea industriei turistice prin activități de promovare și mese rotunde

Ca rezultat a acestui tur, au fost realizate – un video de promovare a rutei realizat de Agenție, produse media ale bloggerilor:

2

emisiuni online

- Călătorii cu gust de la postul Eco Fm,
- Zurgalabel, și alte postări de la ghizii

de turism care au participat în limbile: română, engleză, spaniolă și rusă sub formă de video sau fotografii, astfel împreună generând **10 produse** online de promovare a rutei cu peste **1700** de reacții la postările pe rețelele sociale.

a) Aniversarea a 8-a a comunității Winelower

Agenția de Investiții a susținut prin co-finanțare organizarea evenimentului internațional a comunității din turismului vitivinicol – Winelovers („iubitorii de vinuri”) - aniversarea a **8-a** care s-a desfășurat în perioada 13-16 februarie. Fiecare participant a devenit ulterior un ambasador al vinurilor RM și a turismului vitivinicol;

23

participanți din 13 țări

9

Vinării din Republica Moldova

Impact media:

30

articole publicate de comunitatea Winelowers dar și de presa din Social Media.

b) 14 februarie 2020 - Masa rotundă: "Republica Moldova – Rusia" în Moldova

La solicitarea Asociației Patronatelor Industriei Turistice din Moldova, APIT și atașatul comercial al Federației Ruse în Republica Moldova, Agenția de Investiții a asigurat la eveniment prezentarea ofertei și produsului turistic de țară, participarea a 3 speakeri - prestatori de servicii MICE (produs de conferințe și evenimente), mediatizarea evenimentului. La eveniment s-au lansat în discuții privind posibilitățile de colaborare între operatorii turistici din ambele țări - **15** prestatori de servicii turistice din Republica Moldova și **2** operatori turistici mari din Federația Rusă care au venit în țara noastră cu o delegație de **40** persoane pentru eveniment corporativ.

c) 11 martie 2020 – Masa rotundă: "Republica Moldova – Rusia" în Federația Rusă

Evenimentul a fost susținut prin oferirea materialelor de promovare – prezentări, spoturi video și materiale print pentru a asigura participarea a **3** asociații de profil din Republica Moldova și regiunea Gagauzia la o masă rotundă de discuții, realizată prin susținerea Ambasadei Republicii Moldova în Federația Rusă. La discuții și sesiuni de B2B au participat **2** asociații din Regiunea Iaroslavl și prestatori de servicii turistice din ambele țări.

E. Organizarea filmărilor emisiunii de turism gastronomic din Federația Rusă „POEDEM, POEDIM”, ediția a doua

Agenția de Investiții a acordat suportul necesar în vederea filmărilor emisiunii поедем, поедим / poedem, poedim, ediția a doua, pentru postul de televiziune „NTV/HTB” din Federația Rusă, în perioada 12-16 octombrie 2020. Membrii echipei din cadrul show-ului televizat de la postul rus de televiziune s-au aflat în calitate de turiști în luna octombrie 2020 în Moldova, timp de o săptămână, perioadă în care au filmat mai multe produse turistice: meșteșugărit, apicultură, kaiakyng pe râul Nistru și un beci tradițional din Bălăbănești, raionul Nisporeni. Cele mai importante locații turistice filmate sunt: Soroca, Găgăuzia, renumite vinării și nu în ultimul rând experiențele gastronomice. Este de menționat că producătorii emisiunii nu se află pentru prima dată în Republica Moldova, iar prima ediție deja a atins peste jumătate de milion de vizualizări. Turul jurnaliștilor străini s-a desfășurat cu suportul Agenției de

Investiții, care are ca obiectiv promovarea Republicii Moldova drept destinație turistică atractivă și autentică. Transmisiunea TV și online a emisiunii (pe 5 decembrie 2020) a atins cifra de 41 200 vizualizări.



F. Elaborarea rutei cultural-turistice „RUTA MEȘTEȘUGURILOR”

La inițiativa Agenției de Investiții, în colaborare cu Centrul Național de Conservare și Promovare a Patrimoniului Cultural Imaterial, în luna noiembrie 2020 a fost lansat proiectul de elaborare a rutei naționale „Ruta Meșteșugarilor”. Obiectivele turistice care urmează a fi conectate urmează să ofere vizitatorilor o incluziune în arta meșteșugurilor și complementar, servicii turistice: alimentare, cazare și agrement.

Ruta Meșteșugarilor este un proiect de primă necesitate. Ce își propune să centralizeze într-o rută cultural-turistică meșterii din Republica Moldova care iau parte în procesul promovării meșteșugurilor tradiționale prin diverse forme. Astfel putem vorbi despre patrimoniul cultural al țării mai întâi în date și fapte și apoi gășind căi de valorificare și integrare a lor în circuitul turistic.

G. Creșterea competențelor prestatorilor de servicii turistice

Promovarea Republicii Moldova ca destinație turistică necesită eforturi susținute oferite pe întregul lanț al domeniului ospitalității. În acest sens, ghizii constituie adevărați ambasadori ai produselor turistice promovate, cu impact direct

asupra experienței turiștilor străini care ne vizitează țara. Pentru a spori competențele ghizilor și a ridica calitatea serviciilor prestate conform standardelor internaționale, Agenția de Investiții a realizat 2 ateliere de lucru la Bălți și

Comrat, cu focus țargetat pe ghizii regionali și locali. Atelierele au fost realizate de către ghizii certificați internațional de către Federația Mondială a Ghizilor Turistici care au împărtășit bunele practici celor 24 participanți. Printre subiectele

abordate în cadrul atelierului a fost acordat instruirii și aspectelor de promovare a rutei transfrontaliere Moldova-România „Voievodul Ștefan cel Mare și Sfânt” pentru pregătirea acestora de sezonul de primăvară.

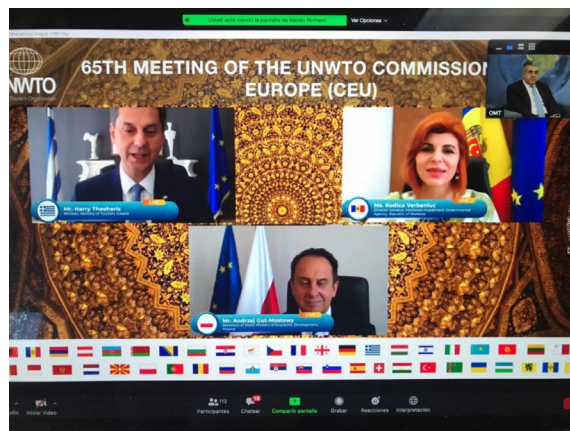
H. Colaborarea cu OMT

- Campania globală „Healing Solutions Tourism Challenge” (soluții remediere în turism), lansând parteneriat cu ATIC și Tekwill. Astfel Republica Moldova a fost printre cele 100 țări participante, aplicând cu 4 soluții din șirul celor peste 1000 de soluții digitale de remediere înscrise la concurs. S-au listat doar 9 soluții din 7 țări în calitate de câștigători.



Directorul general al Agenției de Investiții a participat în calitate de vice-președinte a reuniunii 65 a Comisiei pentru Europa a OMT, moderând sesiunile dedicate impactului pandemiei asupra turismului și soluțiile statelor membre în depășirea acestora. Reuniunea a fost găzduită online de Uzbekistan, prezidată de Ministrul Turismului din Grecia, iar prezentările a 27 de state, privind acțiunile întreprinse au fost raportate de 27 miniștri și secretari de stat ai țărilor membre. În concluzia reuniunii s-au menționat că printre direcțiile strategice la care Guvernele trebuie să susțină sectorul prin măsuri sistemice în procesul de recuperare a turismului se regăsesc: protejarea locurilor de muncă, recuperarea încrederii prin siguranță și securitate, colaborarea sectorului public-privat și deschiderea frontierelor în condiții de maximă responsabilitate.

- Campania Globală de promovare a țărilor prin produsul gastronomic “Tourism & Gastronomy”, Moldova raliindu-se la 53 de state ale lumii cu spotul video realizat de bucătarul șef de la Vinăria Poiana cu rețeta „Fântâna Partizanilor”. Moldova a realizat și expedit 4 rețete-video.



Agencia a furnizat cu regularitate informație privind măsurile economice, fiscale și sociale luate de autorități în contextul pandemiei, pentru completarea tabloului global de comunicare pe site-ul UNWTO.

I. Alte activități

– Semnalizarea rutelor cu indicatoare turistice, runda 2

În cadrul proiectului au fost create indicatoare rutiere, care au drept scop ghidarea turiștilor la destinațiile dorite, cu creșterea vizibilității obiectivelor turistice și în general a patrimoniului național. În total au fost produse și instalate 31 de indicatoare rutiere de orientare turistică.



– STORIE DELL'EST: LA MOLDAVIA

O altă activitate a Agenției de Investiții, ce vine să sprijine componenta cultural – turistică a țării, ține de suportul acordat în cadrul organizării expoziției de excepție "Storie dell'est: la Moldavia" deschisă la Palatul Toaldi Capra, din Schio, în perioada 5-6 septembrie.



CONCLUZII VIS A VIS DE ACTIVITATEA TURISTICĂ

Industria Turismului a avut cel mai mult de suferit din cauza pandemiei de COVID-19. Noi însă, ne-am redescoperit Țara, atracțiile turistice, potențialul nostru și bineînțeles – pe noi înșine. #Neam Pornit împreună în cea mai frumoasă aventură, descoperind cele mai frumoase locuri și oameni.

Am organizat, în ciuda pandemiei, o serie de evenimente menite să promoveze oferta turistică a Republicii Moldova atât pe intern, cât și la nivel internațional. În acest sens, am susținut industria turistică prin activități de promovare și mese rotunde, ateliere de lucru pentru Ghizii turistici – unul la Bălți și altul la Comrat la care au participat 24 participanți, evenimente online și hibrid, colaborări, și alte activități menite să poziționeze Republica Moldova pe radarul turistic internațional.



4. PROMOVAREA IMAGINII ȚĂRII

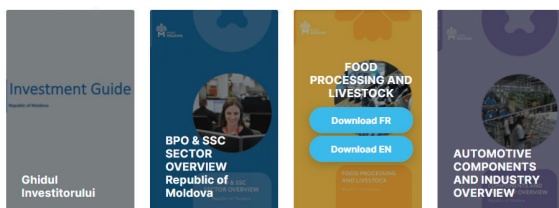
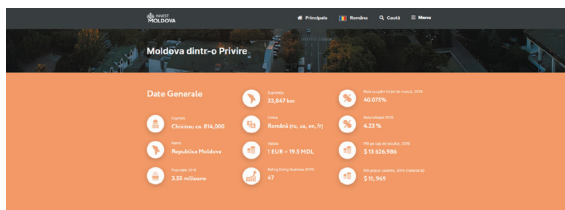
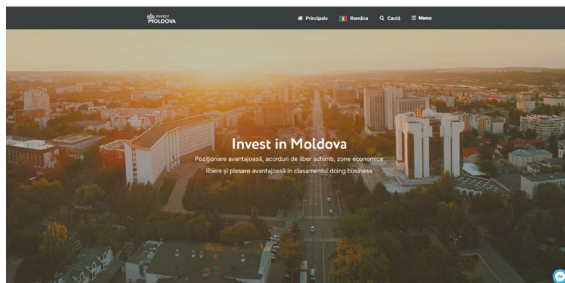
Exercițiul de reconceptualizare a activității Agenției de Investiții prin prisma crizei pandemice de Covid-19, a început cu reevaluarea instrumentelor și canalelor de promovare, în vederea identificării celor mai eficiente formule de comunicare. Transpunerea evenimentelor și programelor pe platforme digitale și migrarea comunicării în spațiu online a determinat schimbarea cardinală a strategiei de comunicare și promovare a Agenției de Investiții, schimbând focusul pe o audiență internațională și utilizarea instrumentelor moderne de business -comunicare pentru a înregistra audiențe maxime.

Toate evenimentele realizate de Agenția de investiții pe parcursul anului 2020 au fost urmărite de jumătate de milion de internați, iar costurile economisite de Agenție pentru promovarea doar a evenimentului **MBW - 2020 constituie – 96. 000 euro! (earned media)**

A. Site-ul instituțional INVEST.GOV.MD

Urmare a procesului de constituire a Agenției de Investiții în iulie 2018 prin reorganizare, Agenția a preluat pagina web instituțională dezvoltată de instituția anterioară MIEPO, site care nu corespundea la nivel de conținut, design și funcționalități cu rigorile moderne de promovare a dimensiunii economice și investiționale a Republicii Moldova. Odată cu consolidarea instituțională și operațională, Agenția de Investiții și-a propus elaborarea unei pagini web noi, în conformitate cu standardele de comunicare și online internaționale. Astfel, după un volum de muncă de evaluare, colectare, sortare, branding, traducere a informației, din luna octombrie 2020, Agenția a lansat pagina web nouă - modernă, cu noi instrumente, date actualizate și o multitudine de informații utile investitorilor străini, dar și altor utilizatori. Dat fiind că activitatea Agenției este catalizată de 4 domenii de bază – investiții, export, turism și promovarea imaginii de țară, pagina a fost concepută astfel încât utilizatorii să găsească, în funcție de domeniile de interes, informația de care au nevoie, de la prezentarea economică a țării, poziționarea Moldovei în

rapoartele economice mondiale, până la prezentarea succintă a specificului de lucru al Agenției.



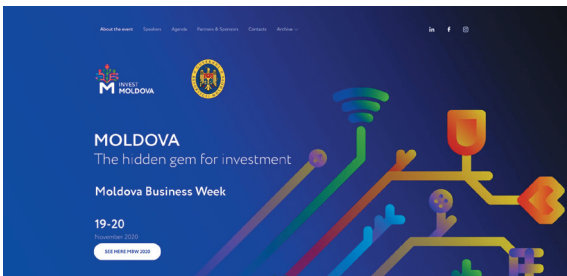
B. MOLDOVA BUSINESS WEEK – 2020



Agenția de Investiții și-a propus să transforme constrângerile legate de circulația internațională în oportunitatea de a ieși la scară largă în spațiul economic și mediatic global, cu asigurarea vizibilității maxime pentru Republica Moldova. Astfel, Moldova Business Week – 2020, desfășurat pe 19-20 noiembrie a fost total reconceptualizat pe platformă digitală și cu transmisiune live, înregistrând un număr record de participanți străini – **840 din 70 țări**, ceea ce reprezintă o creștere de 4 ori comparativ cu anul trecut și de 35 ori mai mare ca cea din 2018.



Totodată, Agenția de Investiții a oferit platforma digitală My Connector/MBW ce a permis celor peste **1500** participanți înregistrați la eveniment din **70** de țări și **6** continente să interacționeze la direct, să identifice parteneri strategici și să creeze parteneriate directe înainte de eveniment, pe parcurs și după.



mbw.md

În Topul țărilor participante – conectate de pe **6** continente, s-au clasat



România



Turcia



Belarus



Ucraina



Polonia



Ungaria



Azerbaidjan



Croația



Indonesia



Portugalia

iar în topul industriilor prezente la eveniment menționăm ICT, Agricultură, Manufactură, Finanțe & Bănci, Educație, Alimentație, Construcții & Proprietate Imobiliară, Turism, Media, ș.a.

Trebuie să menționăm că MBW 2020 a fost o ediție istorică, care s-a desfășurat în pofida tuturor obstacolelor legate de COVID-19.

Republica Moldova a avut, în premieră, la un eveniment de business, 2 invitați de talie mondială. Invitatul special al evenimentului, fizicianul, scriitorul, futurologul și vizionarul prof. Michio Kaku – urmărit pe rețelele de socializare de peste 5 milioane urmăritori, a prezentat participanților tendințele globale din economie și finanțe, în baza celor mai recente cercetări științifice.

Un alt invitat de renume a fost investitorul și filantropul nepalez Binod Chaudhary, care conduce un conglomerat de 160 de companii și 123 de branduri, a vorbit despre experiența sa de investitor internațional, cu investiții lansate în Republica Moldova în martie 2020.

Keynote speakers



Michio KAKU

Influencer, motivator, visionary, futurist, bestselling author of 4 New York Times Best-Sellers, New York, USA.



Binod CHAUDHARY

Chairman of Chaudhary Group, Nepal and CG Corp Global.



Massimo MELONI

Economic Affairs Officer, Investment Policies Expert, United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD).




Stefan KRATZSCH

Industrial Development Officer, United Nations Industrial Development Organization (UNIDO).

Oferta investițională a republicii Moldova a ajuns la un public

de peste

104 mii vizualizări unice
pe durata live a evenimentului

 **11** ore transmisiune

În scopul promovării și atingerii unui target mai mare de audiență de business, în premieră au fost folosite două instrumente de comunicare internaționale: PR Wire și Google Ads. Prin intermediul acestor tools-uri, am oferit o acoperire internațională a MBW2020, precum urmează

PR Wire

Noutatea MBW a fost preluată de

**172 de platforme
media internaționale**

dintre care cele mai renumite: TASS, Market Watch, Market Insider, Europa Press. Aceste platforme au un număr cumulativ de 110 milioane cititori

15,018 persoane

au accesat noutatea la momentul publicării

Google ads

A fost selectat un areal geografic din

10 țări:

Turcia, Rusia, Italia, Polonia, România, Franța Olanda, Marea Britanie, Germania, Suedia și re-targeting în Moldova, pentru a disemina apelul de participare la MBW

4100 afișări bannere

Participanți MBW 2020

1500

persoane înregistrate
pe platforma digitală
pentru B2B

840

de companii
străine înregistrate

din
70
de țări

de pe
6
continente

Prezență digitală

4

platforme:
mbw.md/myconnector
privesc.eu
facebook.com
youtube.com

7

ore sesiuni pitching
(LIVE accesibile
exclusiv conform
înregistrării)

9:30

ore de transmisiuni
LIVE

Impact media:

>104,000

vizualizări unice
pe durata 11 ore live

96,000

euro earned media
(costuri economisite
de Agenția la promovare)



INVEST MOLDOVA

MBW2020
TESTIMONIALS

Particip pentru prima oară la acest eveniment și mi se pare o idee foarte bună, mai ales că organizatorii au avut curajul să îl transfere în mediul online, asigurându-i o vizibilitate mai mare decât ar fi avut în condiții offline. Noi, ca startup, suntem deschiși pentru orice platformă care ne-ar crea vizibilitate, de aceea mulțumim Agenției de Investiții pentru oportunitatea de a ieși în vizor și a prezenta proiectul nostru investitorilor străini. Am avut feedback foarte bun de la cei prezenți în sesiune și sperăm că în timp vom avea și parteneri.

ALEXANDRU CEBOTARI CEO "AVO"



INVEST MOLDOVA

MBW2020
TESTIMONIALS

"I attended the Moldova Business Week and was very impressed by the quality of the online event and by the possible investment opportunities notably in the ICT, wines, textile and fashion industries."

YVES ZIEBA Digital Strategist, Switzerland

C. Expoziția mondială Expo Dubai 2020

Agenția de Investiții a fost inclusă în Comitetului Organizatoric pentru organizarea participării Republicii Moldova la Expoziția Mondială "Expo 2020 Dubai" în calitate de partener conceptual de conținut și branding. În contextul pandemiei globale, lansarea expoziției a fost amânată pentru 2021 astfel ea se va desfășura în perioada 20 octombrie 2021 - 10 aprilie 2022, cu participarea a peste 180 de state.

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 a tuturor zonelor. Agenția de Investiții este responsabilă de 2 spații, denumite Invest și Discover. Zona Invest vine să prezinte oportunitățile investiționale ale Republicii Moldova prin prisma a 3 panouri generale dar și prin 9 sectoare

strategice. Fiecare panou prezintă informația generală și actualizată pentru sectorul de referință dar și o istorie de succes din rândul companiilor locale dar și investitorilor străini. Companiile reprezentante au fost selectate de Grupul de lucru creat de Agenția de Investiții, și se bazează pe respectarea unuia sau a mai multor criterii de eligibilitate:

- Reprezentativă la nivel de reputație pentru sectorul în care Republica Moldova are potențial de dezvoltare;
- Reprezintă o investiție de capital străin, parte a unei corporații internaționale
- Istorie de succes la nivel local și/sau internațional

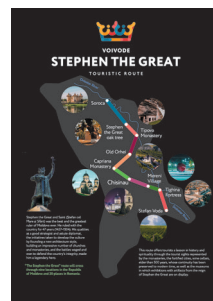
Totodată, în Zona Invest se planifică realizarea unui business corner ce ar permite setarea ședințelor fizice pentru discuții la stand, dar și ședințe virtuale cu Agenția de Investiții prin intermediul calculatorului/e-cranului pus la dispoziția participanților. Zona Discover a fost completată de Agenția de Investiții cu 5 panouri ce descriu oferta turistică locală dar și propun vizitatorilor de a cunoaște prima ruta turistică transfrontalieră a Moldovei – Ruta Voievod Ștefan cel Mare și Sfânt.

În 2020, pentru realizarea materialelor de promovare a pavilionului Republicii Moldova, Agenția de Investiții a acordat către organizator S.A Moldexpo un contract de grant în valoare de 590 mii lei.

Zona Invest



Zona Discover



D. Vizibilitate & impact media

Pe parcursul anului 2020, Agenția de Investiții a asigurat informarea publicului larg prin intermediul unor serii de evenimente publice. Pandemia COVID a supus transformării comunicarea tradițională, astfel Agenția a valorificat instrumentele digitale disponibile în scopul măririi audienței și oferirea unui material digital ce poate fi accesat din orice colț al lumii, iar ulterior revăzut, astfel creându-se o bibliotecă electronică. În perioada de raportare au fost organizate 34 evenimente în format online/hibrid, obținând peste 257.300 mii de vizualizări cumulativ. (nu toate evenimentele online au fost în format public). **Numărul total anual de evenimente online organizate – 47, care au fost urmărite de jumătate de milion de internauți!**

Activitatea Agenției a comunicat despre activitățile mandate pe parcursul perioadei de raportare în următoarele publicații locale și internaționale:

— Business Class – Родика Вербенюк: «Мы превратили ограничения в возможности»

— Гостеприимство Молдовы/ Журнал “Туризм и Спорт”

— Travelers of Development: How modern tourists can help communities rise from poverty/ DevelopmentAid

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ МОЛДОВЫ

MBW
Moldova Business Week 2020

РОДИКА ВЕРБЕНЮК:
«Мы превратили ограничения в возможности»

Бинод ЧАУДХАРИ, глава Chaudhary Group (Nepal) и CG Corp Global

Митко КАКУ, физик, футурист, автор бестселлеров

ЧИТАЙ МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

BusinessClass

Totodată, pentru perioada raportării echipa Agenției a avut **235** din numărul total anual de **453** intervenții în emisiuni online/tv sau radio cu scopul informării publicului larg despre inițiative și campanii din domeniul turism, export și investiții.

Online 334

de apariții în total pentru 2020

TV 72

de apariții

Radio 47

Agenția de Investiții, pe perioada pandemică și-a asumat provocarea de a identifica și lansa platforme și instrumente de promovare și comunicare pentru mediul de afaceri, investitori. Astfel, rezultatele de vizibilitate ale evenimentelor și respectiv de poziționare a imaginii țării, ofertei economice, investiționale a Republicii Moldova se materializează prin cifra internauților - care depășește 0,5 milion de vizualizări!

CONCLUZII GENERALE

Anul 2020 a fost, pentru noi toți, un an al provocărilor. Un an care ne-a determinat să ne redescoperim. Am reconceptualizat, pe această cale, activitățile Agenției, fiind călăuza businessului local spre o nouă realitate economică.

Am reușit, grație dedicării și implicării maxime, să poziționăm Republica Moldova pe radarul economic global. Evenimentul național de talie internațională, **MOLDOVA BUSINESS WEEK 2020**, a pus economia țării într-o lumină nouă – cea a unei destinații propice pentru investiții, business și parteneriate, invitând reprezentanții mediului de afaceri internațional să crească în Moldova (#GrowinMoldova).

> Cei cca **1700** de participanți din **70** de țări au descoperit, prin intermediul speakerilor guvernamentali și a sesiunilor de pitching, profilul investițional al principalelor sectoare economice, oferta de export a producătorilor autohtoni dar și istoriile de succes ale brandurilor Made in Moldova, cu prezență internațională.

Am explorat, împreună cu invitații de talie internațională – Michio Kaku și Binod Chaudhary, tendințele economice globale, businessul în perioada de și post COVID, reflectând asupra unei idei de dezvoltare în termeni de schimbare, cooperare internațională, angajament și creștere. La capitolul exporturi – au fost lansate o serie de proiecte și programe menite să aducă la cunoștință producătorilor autohtoni care sunt cerințele pieței internaționale și exigențele consumatorului global. Am organizat, împreună cu partenerii noștri de dezvoltare (**USAID, GIZ, Banca Mondială**, ș.a.), multiple sesiuni de informare și ghidare a businessului local, ori experiența arată ca

produsele moldovești sunt, pe bună dreptate, foarte competitive, atât pe piața UE, cât și pe cea a altor regiuni.

> În pofida situației pandemice, prin intermediul Agenției de Investiții, Republica Moldova a reușit să atragă **5** investitori străini, valoarea investițiilor declarată depășind **30** de milioane de euro – fapt ce a demonstrat încă o dată atractivitatea climatului investițional al țării (în special în ZEL, PI, Moldova IT Park, ș.a.).

Nu am ezitat să mulțumim investitorilor prin intermediul Gratitude Campaign, organizând și pentru ei o serie de webinare Investitori Străini vs COVID. La capitolul turism, la fel ca majoritatea țărilor lumii, care au fost profund afectate de criza pandemică, am încercat să promovăm turismul intern.

> Astfel, am lansat campania #NeamPornit - în cadrul căreia am promovat peste **200** de atracții, am înregistrat peste **13** mii de urmăritori ai paginii NeamPornit și am inclus peste **600** de locuri turistice pe cea mai cuprinzătoare hartă turistică disponibilă la momentul actual.

Deși pentru noi toți a fost un an pandemic, pentru Agenția de Investiții, 2020 a fost mai cu seamă un an al reinventării; Al redescoperirii și reconceptualizării ideilor și activităților, care a poziționat Republica Moldova și imaginea țării pe noi poziții la nivel global, catalizând procesul de integrare pe dimensiunea economică și investițională și în același timp, ghidându-ne spre noua normalitate globală.

