

DOI: <https://doi.org/10.53486/sstc2024.v2.68>
CZU: [659.1:338.1]:[339.564+330.322](478)

MARQUE DE PAYS - OUTIL POUR PROMOUVOIR LES EXPORTATIONS ET L'ATTRACTIVITÉ DES INVESTISSEMENTS DE LA RÉPUBLIQUE DE MOLDAVIE

CEAGLEI Valeria, studentă, specialitatea: EMREI
Academia de Studii Economice din Moldova,
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61,
www.ase.md
e-mail: ceaglei.valeria@ase.md

***Abstract:** Obiectivul prezentei comunicări este de a analiza rolul brandului de țară în dezvoltarea și prosperarea economiei și imaginii de țară din perspectiva promovării exportului și activității investiționale ale Republicii Moldova. Totodată am analizat aceste aspecte prin prisma unor exemple concrete și cum contribuie acesta cu adevărat în dezvoltarea economiei. Am studiat care sunt motivele pentru care investitorii ar trebui să se orienteze către Republica Moldova.*

***Cuvinte cheie:** dezvoltare, export, pomul vieții, investiții.*

JEL CLASSIFICATION: F21, M31, O57

INTRODUCTION

La marque pays, c'est une identité nationale rendue tangible, solide, transmissible et utile. Aussi, une marque-pays forte favorise la promotion des exportations et du tourisme national. Elle permet également l'attraction d'investissements directs étrangers et de travailleurs qualifiés. Puisque dans le contexte de la mondialisation nous courons le risque de perdre notre authenticité et nos valeurs en tant que nation, la marque du pays nous vient en aide dans le contexte dans lequel nous pouvons promouvoir notre culture et nos produits locaux, l'attitude et le savoir-faire dès la population à travers son prisme.

DÉVELOPPEMENT DU CONTENU

Pour la République de Moldavie, une marque nationale forte pourrait être un outil essentiel pour promouvoir ses produits, sa culture et ses ressources, ainsi que pour renforcer son identité et sa reconnaissance à l'échelle mondiale. Dans le contexte des exportations, une marque nationale bien définie peut accroître la confiance des partenaires commerciaux, attirer l'attention sur la qualité et l'originalité des produits moldaves et faciliter leur accès aux marchés internationaux. En outre, une marque forte peut susciter l'intérêt des investisseurs étrangers, qui pourraient considérer la République de Moldavie comme une destination commerciale attractive.

Au fil du temps, la République de Moldavie a créé une marque de pays assez vaste et reconnue dans le monde entier, cela est dû non seulement à l'amélioration des infrastructures, de la politique et de la croissance économique, mais aussi aux valeurs de la population, qui se sont manifestées dans le contexte de la guerre en Ukraine en soutenant et en accueillant des réfugiés. Cette situation de crise a démontré l'amour et l'humanité du peuple moldave.

L'IMAGE DE LA RÉPUBLIQUE DE MOLDOVA

L'Agence d'investissement est la seule institution mandatée pour promouvoir l'image de la République de Moldavie dans la dimension économique et d'investissement, étant l'administrateur de la marque du pays pour un bon positionnement sur le radar économique international.

La marque du pays ne peut être utilisée qu'après une demande approuvée par l'Agence d'investissement.

L'Arbre de Vie a été la pièce maîtresse de plus de 30 foires et expositions internationales dans plus de 20 pays



Figure 1 Le logo de la marque du pays: "Pomul vieții"

Source: <https://pomulvietii.md/>

Le logo du pays est activement utilisé par les entreprises et les autorités moldaves afin de promouvoir le pays tant au niveau national qu'international. Un très bel exemple est le restaurant Moldavie situé à Boston, aux États-Unis, ouvert par une véritable patriote du pays, Sandra Andronic. Elle mentionne qu'elle a incorporé le logo Tree of Life et toutes ses significations dans la décoration du restaurant MOLDOVA. Elle a également déclaré que les visiteurs du lieu sont ravis et fascinés par l'histoire de la Moldavie. Ce logo nous aide à nous différencier des restaurants typiques d'Europe de l'Est, par son caractère unique, sa complexité et sa couleur. Il existe de nombreux et beaux exemples qui prouvent une fois de plus l'unité du peuple moldave.

La marque nationale n'est pas seulement constituée de produits nationaux, mais également de personnalités éminentes.

Dans ce contexte, nous pouvons citer le grand **Eugen Doga**, le compositeur des âmes roumaines. Le nom du compositeur est inclus dans la liste des 200 personnalités du monde, et les chansons "Gramofon" et "Gingașa si tandra mea fiara" sont incluses dans la liste internationale, réalisée par le site History Rundown, avec les 200 meilleures œuvres musicales. La musique d'Eugen Doga résonnait dans d'importantes salles de concert du monde entier, constituait la bande originale de certains films à succès ou pouvait être entendue dans des représentations théâtrales. La valse qui a rendu célèbre Eugen Doga a été choisie par les Russes, à l'hiver 2015, lors de la cérémonie d'ouverture des Jeux olympiques de Sochi. Le talent incontestable d'Eugen Doga est désormais également reconnu par l'UNESCO, pour laquelle la valse incluse dans la bande originale du film "Gingasa si tandra mea fieră" est qualifiée de quatrième chef-d'œuvre musical du XXe siècle.

L'exportation est un segment extrêmement important et vaste d'importance nationale, une priorité dans le sens de la marque du pays.

Nous sommes une nation profondément enracinée dans la tradition viticole et ce n'est pas seulement notre héritage - c'est aussi un facteur qui contribue à un avenir prospère.

Ainsi, une partie importante de la marque nationale est le vin moldave indigène et plein de saveurs. Les exportations de vin à partir de 2023 ont rapporté 111 millions de dollars au pays et l'UE est devenue la principale destination des vins moldaves. Parmi les pays qui apprécient les vins moldaves figurent la Roumanie, la Pologne, la République tchèque, la Géorgie, le Royaume-Uni, les États-Unis, le Canada, la Chine et bien d'autres pays.

Purcari Wineries Group est leader sur le segment des vins haut de gamme en Roumanie, avec une part de marché d'environ 30 % et est le plus grand exportateur de vin de Moldavie, livrant dans plus de 40 pays en Europe (Pologne, République tchèque, Slovaquie, Ukraine, pays scandinaves, Grande-Bretagne), en Asie (Chine, Japon, Corée du Sud) et en Amérique (Canada et USA).

Le groupe possède 6 plateformes de marques de vins dans les catégories des vins tranquilles et des vins effervescents, avec une large gamme de prix (Purcari, Crama Ceptura, Bostavan, Domeniile Cuza et Angel's Estate), ainsi qu'une marque dans la catégorie des eaux-de-vie premium (Bardar).

En ce qui concerne les investissements, la marque du pays est leur principal attracteur et promoteur.

Lors des expositions mondiales, les représentants de la marque du pays présentent le catalogue avec des informations pertinentes sur le pays en général, ses avantages, opportunités et raisons d'investir en République de Moldavie, parmi lesquelles des plateformes d'investissement qui comprennent 7 zones économiques franches, 8 Parcs industriels, 16 plates-formes industrielles multifonctionnelles, parc informatique de Moldavie. En outre, la République de Moldavie dispose d'une infrastructure TIC avancée, se classe au 6ème rang pour les coûts de haut débit fixe les plus bas, a une pénétration mobile de 100%, un réseau fédérateur en fibre optique de 98,2% et une 6ème place pour l'Internet Gigabit.

Coûts de fonctionnement, la République de Moldavie dispose d'une main-d'œuvre multilingue hautement qualifiée, de coûts de services publics abordables et de prix de location avantageux (2 à 4 EUR/m³ et 0,8 EUR/m³ en ZEL).

La position stratégique est extrêmement favorable, car l'est rencontre l'ouest et l'expédition est très rapide (2 jours de transport vers l'UE et la CEI), un avantage est également la compatibilité avec le fuseau horaire, la proximité et la culture.

Le système fiscal est favorable, l'impôt sur les bénéfices étant de - 12% (7% d'agriculteurs, 6% de ZEL, 3% de Port Franc) TVA - 20% (6% - gaz naturel, 8% - agroalimentaire, pharmaceutique, 0% transports internationaux). Les cotisations d'assurance sociale constituent - 23%, Impôt unique de 7% pour Moldavie IT Park.

La République de Moldavie a conclu 44 accords de libre-échange : UE, CEI, CEFTA, GUAM, Turquie, Grande-Bretagne, membre de l'OMC.

Excellence en e-gouvernance, guichet unique - 131 documents disponibles, e-services publics : déclaration fiscale, passeport biométrique, carte numérique, signature numérique.

Dans le même temps, il existe encore une certaine réticence de la part des investisseurs à s'implanter sur le marché national, ce fait étant dû à l'instabilité politique du pays et à la guerre étrangère entre l'Ukraine et la Russie, petit marché de consommation.

CONCLUSION

Nous trouvons une tangente directe entre la promotion de la marque du pays et le développement économique et culturel de la République de Moldavie à travers le prisme des exportations et des investissements.

Une équipe bien spécialisée dans ce domaine facilite le dialogue interinstitutionnel pour les investisseurs étrangers en établissant des partenariats de collaboration avec tous les groupes d'intérêt.

Et grâce à l'Agence d'Investissement de la République de Moldavie, cette mission est très réussie, car ces dernières années, la marque de la République de Moldavie est devenue de plus en plus populaire et le monde extérieur s'intéresse de plus en plus aux gens du pays et leurs produits nationaux, ce qui augmente notre trajectoire économique. Les résultats de 2021 démontrent leur efficacité, le 5ème meilleur IPA représente la performance de l'Agence d'Investissement de Moldavie, qui grimpe de 14 positions, depuis la 19ème place en 2020, pour figurer parmi les cinq premiers. 1ère place pour le site officiel pour la validité des informations présentées, sur la base du rapport Emerging Europe, 12 investisseurs, la valeur totale des investissements attirés était supérieure à 30 millions d'euros, et 80 millions d'euros ont été générés par les exportations.

BIBLIOGRAPHY:

1. Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova, Comerțul internațional cu mărfuri al Republicii Moldova în luna mai 2023 și în ianuarie-mai 2023 [Actualizat la: 17.07.2023] Disponibil: <https://statistica.gov.md/> ;
Agence d'investissement de la République de Moldavie <https://invest.gov.md/ro/about-investmoldova/>
3. Marque de pays <https://pomulvietii.md/>
4. <https://old.mei.gov.md/ro/content/agentia-de-investitii-din-moldova>
5. <https://trade.gov.md/ro>
6. Hîncu R., Bunu M., Dascaluc D. (2010). Bazele activității investiționale : (sinteze și aplicații) Academia de Studii Economice din Moldova, Chișinău ASEM, 14- 18. <https://invest.gov.md/ro/country-brand>
7. UNCTAD/WIR/2022, World Investment Report 2022 - International tax reforms and sustainable investment 09.06.2022, https://unctad.org/system/files/officialdocument/wir2022_en.pdf

Coordonator științific: DODU-GUGEA Larisa, dr., conf.univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova,
61 Mitropolit Gavriil Bănulescu-Bodoni Str., Chișinău, Republica Moldova
e-mail: dodu-gugea.larisa@ase.md