



# **Cartea Albă – Sumar Executiv: Setorul vitivinicol din Republica Moldova, Bulgaria și România**

**WINET BSB-638 Project: Proiectul Comerț și Inovare în  
Sectorul Vinicol**

**Elaborat de:  
Business Intelligent Services**



**Common borders. Common solutions.**

# cuprins

Sumar Executiv .....	5
Istoria Vinului .....	5
Cadrul instituțional privind domeniul vitivinicol.....	6
Zone vitivinicole. Soiuri locale de struguri.....	7
Profilul Cramelor .....	9
Analiza producției de vin. Potențial de producere .....	9
Tendențele vânzărilor .....	13
Turismul vinicol .....	17
Perspective viitoare.....	19
Design-ul și relevanța WINET .....	21

# Abrevieri

---

AI	Agenția de Investiții
AIPA	Agenția de Intervenție și Plăți pentru Agricultură
ANTRIM	Asociația Națională pentru Turism Receptor din Moldova
BNM	Banca Națională a Moldovei
BNS	Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova
cca.	circa
CEFTA	Acordul Central European de Comerț Liber
CSI	Comunitatea Statelor Independente
DCFTA	Zona de Liber Schimb Aprofundat și Cuprinzător
DOP	Denumire de Origine Protejată
FAO	Organizația Națiunilor Unite pentru Agricultură și Alimentație
IGP	Indicație Geografică Protejată
ISD	Investiții Străine Directe
î.e.n.	înaintea erei noastre
MADRM	Ministerul Agriculturii, Dezvoltării Rurale și Mediului
OIV	Organizația Internațională a Viei și Vinului
OMC	Organizația Mondială a Comerțului
ONVV	Oficiul Național al Viei și Vinului
p.p.	puncte procentuale
PIB	Produs Intern Brut
RACC	Rată Anuală Compusă de Creștere
SIA RVV	Sistemul Informațional Automatizat ”Registrul vitivinicol”
UE	Uniunea Europeană
USD	dolar american
WINET BSB-638	Proiectul Comerț și Inovare în Sectorul Vinicol

Common borders. Common solutions.



Project funded by  
EUROPEAN UNION



WINET

Trade and Innovation in Wine Industry



# Unități de măsură

---

dal	decalitri
ha	hectare
hl	hectolitri
mil.	milioane
p.p.	puncte procentuale
t	ton

Common borders. Common solutions.

# Sumar Executiv

---

Republica Moldova, Bulgaria și România ar putea fi, fără îndoială, atribuite drept poduri de legătură între Est și Vest. Moldova este o țară mică din Europa de Est. Solul său bogat și clima continentală temperată, cu veri calde și ierni blânde au făcut din țară un furnizor major de produse agricole din sud-estul Europei. Poziția Bulgariei în ceea ce privește transportul de schimb este deosebit de favorabilă. Ca parte a Europei de Est, Bulgaria este o răscruce și un teritoriu de tranzit între Europa de Vest, Orientul Mijlociu și Mediterana. În virtutea poziției sale în sud-estul Europei Centrale, pe Dunărea de jos, cu acces la Marea Neagră, România este unul dintre podurile care leagă estul și vestul Europei. Țara este un actor geopolitic important în Balcani; fiind, de asemenea, una dintre țările de frontieră ale Uniunii Europene.

## Istoria Vinului

Viticultura din Moldova, Bulgaria și România datează din timpuri străvechi, iar tradițiile în producția de vin și cultura vinului de pe aceste teritorii sunt mai vechi decât țările în sine.

În **Moldova** vinurile și viile au reînviat după arderea lor de Burebista, au renăscut după invaziile hoardelor nomade, au rămas după ce otomanii le-au limitat producerea, au subzistat defrișărilor lui Gorbaciov și s-au îndârjit prin noi exporturi și noi piețe după multiplele embargouri impuse de Federația Rusă din anul 2006 înapoi. Embargourile rusești, dar și condițiile de globalizare, deschidere către restul lumii și competitivitatea piețelor externe, a impulsionat sectorul vitivinicol moldovenesc de a trece la un alt nivel de relație cu clienții, cu gusturi tot mai rafinate și pretenții tehnice de calitate.

Cea mai impunătoare dezvoltare a sectorului vitivinicol **bulgar** a fost observată în anii 1920 și 1930, odată cu introducerea cooperativelor de viță-de-vie și vin. După căderea regimului socialist în 1989, viticultura și producția de vin din Bulgaria au fost eliberate de monopolul guvernamental care a provocat mari confuzii. Cu toate acestea, situația s-a îmbunătățit în anii 2000, odată cu apartenența Bulgariei la fonduri și programe agricole, precum SAPARD și PHARE, mulți investitori străini reușind să își pună în aplicare proiectele pentru vinării și beciuri moderne. Acest lucru a început treptat să schimbe imaginea de ansamblu a industriei vinicole bulgărești, iar vinăriile mici, mijlocii și mari, perfect construite și bine dotate, au apărut în fiecare regiune viticulturală a țării doar de câțiva ani.

Liberalizarea economiei după 1989 a dus la o serie de schimbări profunde în industria vinului **românesc**. Un prim aspect important este caracterizat de retrocedări, restituirea cooperativelor proprietarilor de drept. Astfel, a avut loc procesul de privatizare și în cazul vinărilor de stat și a podgoriilor. În 2015, România avea aproximativ 180.000 hectare de podgorii (peste 5% din terenurile agricole românești), grupate în 8 regiuni viticole mari. Pe harta viticolă a României, regiunea Sud-Est ocupă un loc aparte, reprezentând o rădăcină istorică fundamentală pentru sectorul vitivinicol al țării. Una dintre particularitățile ei este faptul că „aproape jumătate din suprafața cultivată cu viță de vie, respectiv 41,5%, se află pe teritoriul ei”. Județul Vrancea are cel mai mare bazin viticol al țării. Podgoriile Murfatlar, Sarica Niculițel, Odobești, Panciu, Cotești, Dealu Mare prin partea sa din județul Buzău, Nicorești, Dealurile Bujorului, Pietroasele produc vinuri renumite atât pe plan național, cât și pe plan internațional.

## Cadrul instituțional privind domeniul vitivinicol

După ce România și Bulgaria au aderat la UE în 2007, mecanismele de intervenție la nivel comunitar în conformitate cu politica agricolă comună (PAC) a Uniunii Europene au fost incluse în politica agricolă a statelor membre. În același timp, în ultimii ani Moldova a reformat și îmbunătățit continuu cadrul său de reglementare în sectorul viticol, în conformitate cu cele mai bune practici ale UE.

În **Moldova** obiectivul general al statului pentru sectorul vitivinicol este modernizarea acestuia în scopul sporirii competitivității ramurii și creșterii exporturilor de produse vitivinicole. Implementarea politicilor pentru sector este realizată prin intermediul Oficiului Național a Viei și Vinului (ONVV) – o structură funcțională creată în anul 2013 în baza celor mai bune practici internaționale, care administrează Brandul Național Wine of Moldova și întreprinde acțiuni utile pentru interesele vinificatorilor. Agenția Națională pentru Siguranța Alimentelor (ANSA) are mandatul supravegherii și controlului de stat asupra executării cerințelor în conformitate cu legile și cu reglementările tehnice în vigoare asupra produselor vitivinicole. Unitățile viticole și vinicole din țară sunt încurajate să activeze și să investească în sector prin intermediul Fondului Național de Dezvoltare a Agriculturii și Mediului Rural, cu măsuri de sprijin care vizează defrișarea plantațiilor viticole vechi, înființarea plantațiilor cu soiuri de struguri pentru vin productive, instalarea sistemelor moderne de suporturi în plantațiile viticole tinere, dar și prin stimularea vinărilor să investească în utilaj și echipament tehnologic utilizat pentru procesarea și prelucrarea strugurilor de soiuri pentru vin.

Reglementările europene și normele privind plantarea viilor și a producției de vin în **Bulgaria** sunt înscrise în Legea privind vinul și băuturile alcoolice (în vigoare de la 16.09.2012 cu modificări ulterioare) care impune anumite standarde privind producția și comercializarea vinurilor, precum și controale privind conformitatea lor. Principalele instituții care reglementează relațiile din sector sunt Ministerul

Agriculturii, Alimentației și Pădurilor (MAFF), Agenția Executivă a Viilor și Vinului (EAVW), Camera Națională și Regională a Viei și Vinului, Comitetul de Calitate al Vinului, Arbitrajul Central a Comisiei de degustare și comisiile regionale de degustare. Gestionarea sectorului viticulturii și producției de vin în Bulgaria este realizată de **Consiliul Miniștrilor**, iar guvernarea operațională a acestui sector este delegată ministrului agriculturii, alimentației și pădurilor. Noul program național de sprijin din sectorul vinicol pentru perioada 2019-2023 are un buget total de aproape 134 milioane EUR. Pe baza analizei, sunt identificate mai multe domenii de intervenție: Promovarea piețelor din țări terțe, Restructurarea și transformarea viilor, Asigurarea recoltei, Investiții în întreprinderi.

Legislația **românească** privind sectorul vitivinicol este aliniată la normativele europene din domeniu, integrând și particularitățile naționale. Sectorul vitivinicol este gestionat de Ministerul Agriculturii și Dezvoltării Rurale (MADR), iar reglementările privind calitatea viței-de-vie și a vinurilor de către Oficiul Național al Viei și Produselor Vitivinicole, instituție în subordinea MADR. Alte instituții cheie cu implicații asupra sectorului vitivinicol sunt: Laboratorul Central pentru Controlul Calității și Igienei Vinului Valea Călugărească, Autoritatea Națională Sanitară Veterinară și pentru Siguranța Alimentelor (A.N.S.V.S.A.), Agenția de Plăți și Intervenție pentru Agricultură (APIA), Institutul de Stat pentru Testarea și Înregistrarea Soiurilor (I.S.T.I.S.). *Programul Național de sprijin în sectorul vitivinicol 2019-2023* de sprijin financiar are în vedere următoarele măsuri pentru producătorilor din sectorul vitivinicol: Promovarea vinurilor, Restructurarea și reconversia plantațiilor viticole, Asigurarea recoltei, Investițiile, Distilarea subproduselor vinicole

## **Zone vitivinicole. Soiuri locale de struguri**

Chiar dacă structura plantațiilor de viță de vie din cele 3 țări este dominată de soiuri internaționale, acestea au și elemente de unicatate. Acestea posedă atât zone cu IGP și DOP, cât și soiuri locale care le fac speciale pe piețele internaționale.

În prezent, **Legea Republicii Moldova** Nr. 57 "Viei și vinului" din 10.03.2006, determină regiunile (zonele), centrele (raioanele) și plaiurile (microraiioanele) vitivinicole în calitate de arealuri pentru cultivarea strugurilor de soiuri tehnice și producerea de vinuri. Decizia privind crearea a patru zone viti-vinicole, care includ următoarele indicații geografice: Valul Traian, Ștefan-Vodă, Codru și Bălți a fost luată la 7 aprilie 2011. Pe parcursul anilor 2011 și 2012 au fost create 4 Asociații ale producătorilor de produse cu IGP (Codru, Ștefan-Vodă, Valul lui Traian și Divin), de către producătorii din domeniul viticulturii și vinificației, care își desfășoară activitatea economică în aria geografică delimitată. La 18 octombrie 2016, indicațiile geografice care desemnează trei zone vitivinicole ale Republicii Moldova: Valul lui Traian, Codru, Ștefan Vodă dar și indicația geografică Divin, utilizată pentru produsul "rachieu de vin învechit", fabricat pe întreg teritoriul al Republicii Moldova, au obținut protecție și pe teritoriul Uniunii Europene.

Autenticitatea și caracterul unic al vinului moldovenesc sunt asigurate prin soiurile autohtone, precum Feteasca Albă, Feteasca Regala, Feteasca Neagră, Rara Neagră, Viorica etc., care reprezintă 5% din suprafețe, acestea fiind în continuă extindere, bazată pe interesul în creștere al consumatorilor internaționali, dar și susținerea din partea diverselor programe sectoriale.

Conform strategiei naționale de dezvoltare a viticulturii și a producției de vin în **Republica Bulgaria** pentru perioada 2005-2025, Bulgaria este împărțită condiționat în cinci regiuni viticole.

- Bulgaria de Nord - Regiunea Câmpiei Dunării
- Bulgaria de Est - regiunea Mării Negre
- Bulgaria de Sud - regiunea Thracian Lowlands
- Bulgaria de sud-vest - regiunea Valea Struma
- Valea Trandafirilor - Sub-Balcanice

Conform Monitorului de Stat nr. 67 / 16.08.2005, în Bulgaria se disting 2 regiuni pentru producția de vinuri regionale: Câmpia Dunării și Câmpia Tracică. Numărul total al denumirilor de origine protejate (**DOP**) din Bulgaria este de **52**.

Pe lângă principalele soiuri internaționale, Bulgaria are o serie de soiuri indigene puternice. Aceste soiuri sunt cultivate în regiunile nord-est și în sud-est în diferite volume:

- **Soiuri de vinuri albe** - soiul Dimiat, Muscat Vrachanski, Tamianka, Kokorko
- **Soiuri de vinuri roșii** - Pamid, soiul Evmolpia, Gamza, Soiul hibrid Kailushki Rubin, Shevka, Melnik, Mavrud

Regiunile viticole din **România** nu corespund cu regiunile administrative ale țării. Regiunile viticole, conform Ordinului M.A.D.R. 1205/2018 sunt:

Regiunea viticolă a dealurilor Moldovei; Regiunea viticolă a podișului Transilvaniei; Regiunea viticolă a dealurilor Munteniei și Olteniei; Regiunea viticolă a Banatului; Regiunea viticolă a Crișanei și Maramureșului; Regiunea viticolă a teraselor Dunării; Regiunea viticolă Colinele Dobrogei; Nisipurile și alte terenuri favorabile din sudul țării.

Fiecare regiune viticolă cuprinde un număr de podgorii, cu specificul lor, potrivit Ordinului nr. 1205 din 22 iunie 2018 pentru aprobarea Nominalizării arealelor viticole și încadrării localităților pe regiuni viticole, podgorii și centre viticole. Pe teritoriul Regiunii Sud-Est se află 12 podgorii, care reprezintă aproape o treime din numărul total de podgorii.

Soiurile de struguri locale reprezentative pentru România sunt apreciate în țară și peste hotare, participând an de an la numeroase competiții de acest gen. Cele mai importante soiuri locale de struguri sunt Feteasca regală (12661 ha), Feteasca Albă (12383 ha), Tămâioasa românească (1667 ha), Crâmpoșie și Crâmpoșie selecționată



(19 + 451 ha), Șarbă (282 ha), Grasa de cotnari (562 ha), Feteasca Neagră (1949 ha), Plăvaie, Băbeasca Neagră (2614 ha), Busuioaca de Bohotin (448 ha).

## Profilul Cramelor

Jumătate din vinăriile **moldovenești** (51%) sunt situate în regiunea vitivinicolă Centru. Cca. 30% sunt concentrate în regiunea vitivinicolă Sud, iar în regiunea vitivinicolă Sud-Est sunt amplasate alte 19% din vinării. Cele mai multe vinării (cca. 75%) sunt deținute de investitori privați locali. Investițiile străine sunt notabile în sectorul vitivinicol. Cca. 25 de vinării (22% din total) sunt deținute 100% de investitori străini sau în co-proprietate cu investitori locali.

Sectorul vitivinicol moldovenesc este dominat de vinăriile micro, mici și mijlocii. Cele mai multe vinării (51 sau 46%) au procesat, fiecare, până la 1,000 tone de struguri tehnici. Cca. 6% din vinării pot fi catalogate ca întreprinderi mari vinicole.

În **Bulgaria**, pe teritoriul Regiunii de Nord sunt înregistrați 29 de producători de vin, conform registrului producătorilor de vin din cadrul EAVW. În același timp, în regiunea de sud-est sunt înregistrați 65 de producători de vin.

În clasamentul primelor 25 de branduri de vin după vânzări între cei 144 de producători de vinuri din Bulgaria, în funcție de vânzările pe piața locală și exporturi, o singură companie din clasament este din regiunea de nord-est pe poziția a 5-a. Regiunea Sud-Est ocupă primele 4 poziții ale producătorilor de vin din Bulgaria. Numărul total al companiilor din regiunea de sud-est din clasament este de 11, reprezentând cele 4 districte din regiune - Burgas, Sliven și Stara Zagora și Yambol.

În **România**, Regiunea Sud-Est are mai multe crame tradiționale reprezentative pentru România. Din cele 59 de crame, majoritatea sunt situate în județul Vrancea, urmate de județul Constanța cu 15 vinării. În 2018, potrivit unei analize Ziarul Financiar, Recaș Wineries și-a crescut cifra de afaceri cu 22%, până la 181 de milioane de lei și a ajuns pe primul loc în ceea ce privește volumul vânzărilor de vin, urmat de Jidvei și Cotnari. Printre marii producători de vin din România în ceea ce privește cifra de afaceri, doar doi se regăsesc în Regiunea Sud-Est, în special în județul Vrancea.

## Analiza producției de vin. Potențial de producere

Disponând de condiții favorabile, Moldova, România și Bulgaria sunt **jucători tradiționali** pe harta mondială a vinului. Această expresie este susținută și de cifre, care arată că aceste 3 țări luate împreună dețin o pondere de 5,2% din suprafețele viticole mondiale și contribuie la formarea a 2,73% din producția mondială de vin.

**Moldova** este o "putere" vitivinicolă mondială, iar poziția ei este validată de un șir de indicatori:

- locul 1 în lume, cu cea mai mare densitate a podgoriilor per capita în lume. La 100 de locuitori ai Republicii Moldova le revine cca. 3.44 ha de viță de vie;
- locul al 14-lea în lume, cu cca. 133 mii ha de viță de vie deținute, sau 1.8% din suprafața mondială;
- poziția 21 în lume, cu o producție de cca. 720 mii tone în 2018 (654 mii în 2017);
- locul al 19 în lume și 11 în Europa, cu cca. 1.9 mil hl de vin produs în 2018.

Suprafața plantațiilor de viță de vie din Moldova a constituit aproximativ 133 mii ha în anul 2018 (95.5% pe rod). Din 2008 încoace suprafața acestora s-a micșorat în medie cu aproximativ 1.2% pe an. În ultimii ani ritmul de defrișare a viilor bătrâne, cu o stare nesatisfăcătoare, l-a depășit pe cel al înființării suprafețelor viticole noi.

Din 2010 până în prezent structura plantațiilor, în funcție de destinația soiurilor, a rămas practic aceeași. Astfel, în 2018 cca. 85.5% (113.7 mii ha) din suprafața podgoriilor o constituiau plantațiile de viță de vie cu soiuri tehnice, iar 14.5% (sau cca. 19.3 mii ha) plantațiile cu soiuri de masă. Pe parcursul anului vitivinicol 2018, suprafața podgoriilor plantate cu soiuri tehnice cu Indicație Geografică Protejată a crescut cu 22%, ajungând la 9,200 ha (35% în regiunea IGP Valul lui Traian, 28% în regiunea IGP Divin, 35% în regiunea IGP Codru și 12% în regiunea IGP Ștefan Vodă).

Roada medie înregistrată a fost de 5.48 t/ha, pentru soiurile tehnice (pentru vin). Productivitatea medie pentru struguri dispersată pe categorii de gospodării arată că întreprinderile agricole obțin roade medii la ha cu 58 la sută mai mari comparativ cu gospodăriile populației și de 2.2 ori mai mari față de gospodăriile țărănești.

După ce producția de vin s-a redus ușor în anii 2015-2016, aceasta a înregistrat o creștere importantă în anul 2017 (+22% f-a-p), atingând volumul de 17,234 mii dal. Această creștere importantă a fost posibilă datorită conjuncturii internaționale, anul 2017 marcând un minim istoric în ceea ce privește producția globală de vin, cauzată de condițiile climaterice nefavorabile în cele mai multe țări de top producătoare de vin. În aceste condiții producătorii moldoveni au suplinit o parte din deficitul creat la nivel global, "profitând" și de condițiile climaterice prielnice, respectiv roada bună atestată. Trendul ascendent a continuat și în anul 2018. Volumul producției de vin a crescut ușor cu 3.6% f-a-p, atingând nivelul de 17,849 mii dal, maxim atestat din 2007 încoace.

În general, co-raportul dintre producția de vinuri albe și vinuri roșii și roze este apropiat valoric, iar predominarea unuia din tipurile de vinuri poate să difere de la an la an, evoluția fiind extrem de volatilă. În 2014 raportul dintre producția de vinuri albe și vinuri roșii și roze a constituit 52% vs. 47%, pentru ca în următorii 4 ani deja vinurile roșii să predomine. În 2016 vinurile roșii și roze au avut cea mai mare pondere în producția de vinuri naturale din struguri, cu 58%, comparativ cu 40%, cât a fost

cota vinurilor albe. În 2017 și 2018 co-raportul s-a mai echilibrat un pic, fiind de 54% vs. 44%.

Suprafețele viticole din exploatațiile agricole din **Bulgaria** sunt de 50 727 ha, din care 31 320 ha au fost recoltate. Strugurii produși au scăzut cu 3% față de anul precedent (2017). Tendința descendentă a scăderii suprafețelor ocupate cu viță de vie a continuat cu o rată medie anuală de 4-7% față de anul precedent până în 2013, până la aproape 64 de mii de hectare în 2018. Suprafețele viticole neînregistrate din afara exploatațiilor, care sunt aproximativ 12 mii ha, rămân relativ la fel în ultimii ani, ceea ce reprezintă ceva mai puțin de 20% din totalul suprafețelor din podgorii. Motivele suprafețelor neadministrare pot fi găsite în structura îmbătrânirii viilor și a factorilor naturali.

Suprafața totală a viței de vie în **regiunea de sud-est** este de 21 366 ha, ceea ce reprezintă 33% din suprafața totală din Bulgaria, respectiv **regiunea de nord-est** este ocupată de 7 341 ha de viță de vie, care este de 3 ori mai mică față de regiunea de sud-est, cuprinzând 11% din totalul suprafețelor viticole din Bulgaria.

În ceea ce privește ponderea suprafețelor recoltate cu soiurile de struguri de vin și soiurile de struguri pentru desert, în ultimii ani, observațiile arată o scădere a suprafețelor recoltate atât pentru soiurile de struguri de vin, cât și pentru strugurii deșert. În 2018, **soiurile de struguri vin ajung la 95,4% din totalul suprafețelor viticole din regiunea Sud-Est și 97,8% din regiunea Nord-Est.**

Ponderea relativă a suprafețelor recoltate din **regiunea de nord-est** cu soiuri de vin roșu este de 29% din suprafețele recoltate cu soiuri de struguri de vin, iar dintre cele albe este mai mare - 71%.

Ponderea relativă a suprafețelor recoltate din **regiunea de sud-est** cu soiuri de vin roșu este de 42% din suprafețele recoltate cu soiuri de struguri de vin, iar dintre cele albe este mai mare - 58%.

Distribuția suprafeței pentru producerea vinului în scopul prevăzut al strugurilor de vin, producția de vinuri cu DOP, IGP, vinuri fără soiuri și vinuri fără DOP și IGP este proporțional cu strugurii prelucrați pe tipuri din regiuni.

Analiza comparativă dintre cele două regiuni în ceea ce privește vinurile produse arată că regiunea de sud-est a produs vin de 10 ori mai mult decât regiunea de nord-est.

Concentrația potențialului de producție, disponibilitatea capacităților de procesare, precum și oportunitățile de comercializare, au fost principalii factori care determină dezvoltarea producției de vin în Regiunea Sud-Est, care a avut o poziție de lider, oferind **cea mai mare contribuție a cantității totale de vin produs** în țară în 2018.

În ultimii 3 ani înainte de 2018, datele indică o scădere a producției de vin cu DOP, poziții stabile ale vinurilor cu IGP, creșterea vinurilor de soi și tendința de scădere a

vinului fără soi pentru ambele regiuni (nord-est și sud-est) în 2018 comparativ cu 2017 și 2016.

Există fluctuații semnificative în structura strugurilor prelucrați, dar aproximativ 80-85% din aceasta se referă la vinificație în condiții industriale, iar în ultimii ani există o tendință de creștere a acestei cote. Acest lucru se datorează, în principal, tendinței descendente a strugurilor de casă din ultimii ani și extinderii activității de investiții din exploatarea viticole, care și-au sporit activitatea în crearea de noi podgorii.

La nivelul sectorului vitivinicol european, în ceea ce privește suprafața cultivată cu viță de vie **România** se află pe locul 5, ea înregistrând 6% din suprafața totală cultivată cu viță de vie din Europa, potrivit datelor Eurostat. Aceleași date arată că România deține cel mai mare număr de podgorii din Uniunea Europeană. Această cifră reprezintă nu mai puțin de 36% din totalul acestora, la nivel European. Totuși, cea mai mare suprafață medie a unei podgorii este înregistrată în Franța, unde o astfel de unitate ocupă 10,5 hectare. La polul opus se află România, unde suprafața medie a unei podgorii este de doar 0,2 hectare. Un alt aspect reliefat de datele analizate evidențiază faptul că doar 27,7% din suprafața totală ocupată de podgoriile din România este dedicată producerii de vinuri de calitate superioară.

Potrivit datelor furnizate de Institutul Național de Statistică, România avea în 2018, 177497 ha de suprafață de vie pe rod, din care cea mai mare parte 37% se află în Regiunea Sud-Est, mai precis 65855 ha.

Între anii 2010-2018, la nivelul României suprafața viei pe rod a avut o tendință de creștere în timp ce în Regiunea Sud-Est, tendința a fost descrescătoare.

Trebuie precizat că suprafețele cultivate cu vie pe rod sunt în cea mai mare parte private, mai precis exploatarea agricole individuale. În ceea ce privește producția de struguri, 77% din suprafața de producție pentru strugurii de masă se află în Regiunea Sud-Est, iar 36% din cea pentru strugurii de vin. Referitor la împărțirea pe județe la nivelul Regiunii, 71% din suprafața pentru strugurii de masă și 33% pentru strugurii de vin se află în Vrancea.

Stocul de vinuri din România este foarte divers. Acest lucru se datorează faptului că suma suprafețelor ocupate de primele 10 soiuri din România se ridică la aproximativ o treime din suprafața totală a viței de vie. Mai mult, niciunul dintre aceste soiuri de vârf nu reprezintă mai mult de 7% din suprafața totală.

Producția totală de struguri a crescut în perioada 2010-2018, în Regiunea Sud-Est existând 42% din producția totală de struguri a României, mai precis 82% din strugurii de masă și 40% din strugurii de vin.

Producția medie de struguri la hectar atât în ceea ce privește strugurii de masă, dar și cei de vin este mai mare în Regiunea Sud-Est decât cea la nivelul țării, Vrancea fiind județul cu cea mai mare producție medie din Regiune.

România este unul dintre cei mai mari producători de vin din lume (locul 13) și al șaselea din Europa, după Italia, Franța, Spania Germania și Portugalia. În 2018, producția de vin a României este estimată la aproximativ 5.100.000 hectolitri de vin.

În ultimii ani, România a atras mulți oameni de afaceri și cumpărători de vin, unul dintre motive fiind accesibilitatea prețurilor podgoriilor și vinurilor în comparație cu alte țări producătoare de vin, precum Franța, Germania sau Italia.

În ceea ce privește producția de vin nobil, de calitate superioară, cea mai mare producție la nivelul României și fiecărei regiuni viticole în parte este cea de vin alb, apoi de vin roșu și roze. Vinul alb și roșu se produce în cea mai mare proporție în regiunea viticolă Dealurile Moldovei, iar cel roze în regiunea Dealurile Munteniei și Olteniei. În Colinele Dobrogei se produce 5% din vinul nobil, mai mult de jumătate fiind vin alb. De asemenea, 11% din vinul roze se produce în Dobrogea.

Potrivit datelor INS, consumul mediu de vin în 2017 a fost de 21,8 litri, iar pentru populația peste 15 ani a fost de 25,8 litri. **Consumul mediu de vin pe locuitor din 2017 a crescut cu 21% față de anul 2016.**

## Tendințele vânzărilor

Fiind țări vinicole de tradiție, Moldova, România și Bulgaria **acoperă în mare parte consumul intern din propria producție.** În același timp, dacă industria viticolă din Moldova este predominant orientată către export, România, cu cea mai mare piață de consum din cele 3 state, este un netto importator, iar unul dintre principalii furnizori de pe piața dată este chiar Republica Moldova.

În **Moldova** volumul vânzărilor de vin din perioada 2014-2018 au urmat trendul exporturilor, având o evoluție ascendentă. În medie acestea au crescut cu o RACC de 8%. Vânzările de vinuri au scăzut notabil în anul 2014 (-18.6%), ca urmare a embargoului rusesc din 2013. Sectorul și-a revenit ușor în 2015 și doar în 2016 volumul vânzărilor a atins valori de înainte de embargou (14,928 mii dal). Anul 2017 a fost unul foarte bun pentru producătorii de vin, cu vânzări de 17,265 mii dal, record pentru ultimii 10 ani. Vânzările s-au redus ușor în anul 2018, constituind 16,699 mii dal (-3.3% f-a-p). În perioada 2014-2018 vinurile roșii și roze au manifestat o stabilitate și un randament mai bun în vânzări. În toți acești ani vinurile roșii și roze au avut o cotă în vânzări de peste 50%. Astfel, în anul 2018 vinurile date dețineau circa 53.8% din volumul vânzărilor. Totuși, în ultimii 3 ani se conturează o ușoară creștere a cotei vinurilor albe. Dinamica cantităților livrate de vinuri albe și a celor roșii și roze s-a plasat pe un trend ascendent în ultimii 5 ani. Astfel, în perioada 2014-2018 vânzările de vinuri albe au crescut cu o RACC de 8.9%, iar cele de vinuri roșii și roze cu 8.3%.

Vinul reprezintă unul din **principalele produse de export ale Republicii Moldova**, clasându-se pe locul 3 în topul celor mai exportate produse, iar dintre toate statele recunoscute ca exportatori consacrați de vinuri (Top 20) Moldova se plasează pe locul 2 după dependența acestui produs în structura exporturilor (5.1%), în timp ce încasările de 137.9 mil. USD obținute din exportul vinului în anul 2018 a cuprins o diversitate geografică de peste 50 de țări, performanță cu care nici un alt produs autohton nu se poate lăuda.

Embargoul instituit de Federația Rusă în septembrie 2013 a dus la o contracție a valorii exporturilor cu 25.2% în anul următor, trendul dat continuând și în anul 2015 cu o reducere a încasărilor în dolari cu încă 12.6% condiționată de scăderea prețurilor pe plan internațional. Ulterior, în ultimii 3 ani exporturile de vinuri moldovenești au **creșcut constant** astfel încât suma exporturilor din anul 2018 de 137.9 mil. USD este apropiată de cele mai bune rezultate ale perioadei înregistrate în anii 2012 și 2013 înainte de embargo.

Structura exporturilor pe grupe de țări denotă o **reorientare clară către Uniunea Europeană**. Dacă în anul 2011 peste ¾ din încasările din export proveneau din CSI, în 2018 pentru prima dată încasările din livrarea vinurilor către UE – 54.7 mil. USD sau 39.6% din total au depășit exporturile către țările CSI, care au înregistrat o valoare de 50.6 mil. USD sau 36.7% din total. Tendințele date au avut loc atât în context de embargo, dar mai ales a eforturilor conjugate ale industriei, autorităților și partenerilor de dezvoltare de a crea ONVV, cât și a brandului de țară **Wine of Moldova**, care au oferit o nouă imagine și identitate vinurilor moldovenești pe o piață mondială extrem de competitivă.

Cu o pondere de 27.6% din volumul exportat, vinurile îmbuteliate generează **peste jumătate din încasările din export** (52%), în timp ce vinurile în vrac care dețin 69.9% din volumul exportat au un impact de 43.3% asupra încasărilor din exporturi. În același timp, cu o pondere de 1.8% din cantitatea exportată, vinurile spumante dețin o cotă valorică de 4.2%.

În anul 2018 exporturile de vinuri îmbuteliate au atins nivelul maxim din ultimii 5 ani, atât cantitativ, cât și valoric, constituind 39.6 mil. litri (2.6% f-a-p), în valoare totală de 72.8 mil USD (6.7% f-a-p). În 2018 vinurile îmbuteliate moldovenești au ajuns în **56 de state ale lumii**. Primele 10 țări de export concentrează 84.3% din tot volumul de export și 82.8% din valoare. România, China, Polonia, Republica Cehă și Rusia au importat cele mai multe sticle de vin moldovenesc. În medie **2 din 3 sticle de vin exportate sunt roșii și roze** (64.6% din cantitate și 67.2% din valoare). În anul 2018, Moldova a exportat 25.6 mil. litri de vin roșu și roze în valoare de 48.7 mil. USD. Pe de altă parte, volumul de vin alb exportat de 14.0 mil. litri a generat încasări în sumă de 23.8 mil. USD. Vinurile roșii și roze au fost exportate în 2018 cu un preț mediu cu 12% mai mare comparativ cu cele albe.

Clasificarea după soi arată că **Vinurile de soi dețin ponderea dominantă** (58.5% din volum și 57.8% din valoare) cu încasări din exporturi de 42.1 mil. USD în anul 2018. Acestea sunt urmate de vinurile fără soi (de cupaj) cu o cifră a exporturilor de 21.6 mil. USD (31.9% din volum și 29.6% din valoare). În ultimii ani se observă și o reducere a diferenței de preț dintre vinurile cu soi și cele fără soi, care în anul 2018 erau livrate la export cu un preț mediu de 1.82, respectiv 1.72 USD per litru

Elementul de noutate cel mai pozitiv al anului 2018 în cazul vinurilor îmbuteliate este **creșterea de 1.8 ori a volumului de vin cu IGP exportat** (peste 1.7 mil. litri) și de 2.5 ori a încasărilor aferente, care au atins valoarea de 4.9 mil. USD. Circa 72% din vinurile cu IGP exportate sunt roșii și roze. De asemenea, cel mai mare preț de export este obținut în cazul vinurilor cu IGP cu 2.86 USD/l și o creștere de preț de 37.4% raportat la anul precedent. Fenomenul de creștere a livrărilor și prețului vinurilor cu IGP din Moldova poate fi explicat inclusiv prin recunoașterea în anul 2016 de către UE a celor 4 zone vitivinicole cu indicație geografică protejată.

În perioada 2014-2018 volumul exportat al vinurilor în vrac a crescut în fiecare an, rata medie anuală de creștere compusă (RACC) constituind 9.4% (96.7 mil litri în 2018). Din punct de vedere valoric, maximul ultimilor 5 ani a fost atins în anul 2018 cu o valoare a exporturilor de 59.7 mil. USD sau cu 9.8% mai mult față de anul trecut. Piața CSI rămâne de departe dominantă (60% din volum, 54% din valoare). Comparativ cu vinurile îmbuteliate, proporția la export dintre vinurile în vrac roșii și roze vs. vinurile albe este una echilibrată cu o ușoară prevalare pentru vinurile albe (50.6% din volum și 50.8% din valoare). Clasificarea după soi arată că cele mai mari încasări din exportul vinului în vrac sunt generate de vinurile de soi – 35.9 mil. USD, vinurilor fără soi revenindu-le o sumă de 22.2 mil. USD, în timp ce vinurilor licoroase – 1.6 milioane.

În ciuda tendințelor de vânzări negative, în general, vânzările de vin în **Bulgaria** sunt în creștere determinate de piața internă. Astfel, veniturile totale ale sectorului din vânzările interne și externe au crescut în **regiunea de sud-est**. Cea mai mare pondere - aproximativ 93% din totalul vânzărilor din 2018 (vânzări totale de toate tipurile de vinuri - 55,5 milioane EUR), continuă să dețină **vinurile liniștite, fără denumirea de origine protejată (DOP), dar inclusiv cu IGP**. Cu toate acestea, piața în ansamblu rămâne puternic dominată de vinurile de masă ieftine, în timp ce vinurile de calitate rămân o mică parte din aceasta. Cele mai multe dintre ele sunt vinurile cu cele mai mici prețuri, majoritatea în vrac. Suma lor este în creștere, cu un nivel minim - cu 4% în 2018. Tendința pe termen lung este de creștere a valorii nete a vânzărilor. Această tendință de asemenea arată o creștere a consumului de vinuri mai scumpe și de calitate.

Pentru **regiunea de nord-est**, datele furnizate sunt destinate numai vinurilor albe cu DOP și vinurilor liniștite, incl. cu indicație geografică protejată (IGP) și vinurilor de soi.

Cea mai mare pondere - aproximativ 94% din vânzările din 2018, în valoare totală de 6,3 milioane EUR, sunt destinate vinurilor fără DOP, scăzând cu 6% în 2018 față de 2017. Vinurile de calitate reprezintă doar 6% din vânzările totale din regiunea nord-est, cu o ușoară creștere a valorii nete a vânzărilor cu 3% în 2018.

Analiza vânzărilor din regiunile nord-est și sud-est arată diferențe enorme în vânzările din cele două regiuni. Pentru anul 2018 în regiunea Sud-Est s-au vândut 54 316 793 litri, care reprezintă 92% din vânzările ambelor regiuni, în timp ce în regiunea Nord-Est 4 433 821 litri - 8% din vânzările totale.

Bulgaria este un **netto exportator** de vin, deși exporturile sale au scăzut în termeni absoluți și relativi. Exporturile au scăzut brusc în intervalul 2013-2016, deși această tendință a fost mai moderată în 2017. În 2017, exporturile în volum au crescut cu 27,8% și au scăzut din nou în 2018 cu 19,2%. În pofida scăderii volumului, exportul a crescut cu 23% ca valoare datorită creșterii prețurilor medii la export.

Conform datelor Eurostat, 303 686 hl de vin au fost exportate din țară în 2018. Valoric exporturile au crescut cu 24%, până la 37,8 milioane EUR, datorită creșterii prețului mediu de export la 1,24 EUR / litru (sub 1 EUR / litru în anii anteriori).

În mod tradițional, cele mai mari cantități sunt destinate **Poloniei** 167 233 hl - 61% din livrările către UE. Cea mai mare piață de export pentru Bulgaria este Polonia. A doua cea mai mare piață de export este **Suedia**, urmată de **Regatul Unit** și **Cehia**.

Exporturile către țările terțe au însumat 31 737 hl - 11% din exportul total al țării.

Tendința creșterii comerțului cu țări terțe din 2017 este modificată în 2018 și se observă o scădere semnificativă a exporturilor către piața din afara UE. Exporturile în **China** au scăzut cu 38% în 2018, după creșterea mare cu 51% din 2017 față de 2016.

Exportul de vinuri roșii deține 73% din exportul total. Majoritatea exporturilor BG (63%) sunt vinuri îmbuteliate, urmate de vinuri spumante în vrac (36%), în timp ce cea mai mică valoare este deținută de exportul de vinuri spumante (1%).

Cea mai mare pondere a exportului este pentru vinurile Liniștite (în recipiente <= 2 l) - **63%**. Al doilea loc din cota totală a vinurilor exportate este preluat de la vinurile în Vrac (în recipiente > 10 l) cu **24%**. Al treilea tip exportat de vinuri sunt vinurile vrac (în recipiente > 2 l, dar <= 10 l) - **12%**. Cea mai mică este ponderea vinurilor spumante exportate - sub 1%.

Importurile de vinuri în Bulgaria au crescut constant în ultimii ani. În 2018, importurile au crescut cu 4% față de 2017, în valoare creșterea constituind 26% de la 22,73 milioane EUR la 30,70 milioane EUR. În 2017, importul a revenit în urma unei scăderi substanțiale în 2016, în creștere cu 27%. Prețul mediu de import a continuat să crească, ajungând la 2,70 EUR / litru în 2018, față de 2,08 EUR / litru în 2017.



Livrările de vin din **UE** au scăzut cu 13% la 88 499 hl în 2018, reprezentând 78% din totalul importurilor pe parcursul anului. Vinurile **italiene, spaniole și franceze** au susținut poziții de lider în import în 2018 (în volum). Aceste trei state au reprezentat 53% din importul total de vin. România a reușit al doilea cel mai mare salt al importului de vin în Bulgaria, cu o creștere de 136% în 2018, menținând rata crescândă din anul 2017. **Această evoluție poziționează România ca a cincea țară de import în BG.**

Datele din **România** arată că tendințele exporturilor de vin sunt în creștere. Exporturile de vin **s-au dublat** față de 2011 (30,4 milioane de euro în 2018). Totuși, 89% dintre exporturile de vinuri pleacă spre Uniunea Europeană, ceea ce demonstrează necesitatea abordării mai incisive a pieței internaționale. De asemenea, pentru un stat cu o producție mare de vinuri, **nivelul importurilor este foarte ridicat**. Chiar dacă față de 2011 nivelul importurilor de vin în România a scăzut, după 2014, care are nivelul cel mai mic de importuri, importurile au început iar să crească, menținând o diferență de aproape 50% față de exporturi. În acest fel, balanța comercială între importuri și exporturi este negativă, la nivel de valoare în bani, este de -32.5, în 2018.

Potrivit APEV (Asociația Exportatorilor și Producătorilor de Vin) (pe baza datelor INS), majoritatea vinurilor importate de România provin din: Italia - 25%, **Republica Moldova - 23%**, Franța - 17%, Spania - 14% și Germania - 7%.

Pe de altă parte, **85,8%** din totalul exporturilor de vin din România se duc în primele 10 state. România exportă vin în primul rând în Regatul Unit (29%), urmată de Germania (21%), Olanda (13%) și China (10%). Exporturile au crescut pentru majoritatea tipurilor de vinuri. De exemplu, vinurile spumante au înregistrat o creștere de peste 70% în 2018 față de 2017. În ultimii ani, factorii macroeconomici au determinat creșterea prețurilor la producție, vin și struguri.

## Turismul viticol

Turismul viticol este una dintre formele de turism de specialitate cu **cea mai rapidă creștere** și una dintre cele mai răspândite metode de adăugare a valorii și diversificare a producției în podgorii.

Ca destinație turistică, **Moldova** este la început de cale, punând accent pe turismul vitivinicol sustenabil și dezvoltând în paralel ofertele turistice de nișă, pentru a atrage cât mai mulți vizitatori străini. În 2018 Moldova a fost gazda celui mai important eveniment de talie internațională din domeniul turismului vitivinicol, la Chișinău fiind desfășurată cea de-a treia Conferință Globală a Turismului Vitivinicol, organizată de către Agenția de Investiții sub egida Organizației Mondiale a Turismului pe lângă ONU (UNWTO) - o recunoaștere oficială a faptului că țara este o destinație vitivinicolă importantă pe harta mondială a turismului.

Moldova se remarcă prin organizarea de 18 ani a Zilei Naționale a Vinului, fiind unica sărbătoare națională dedicată vinului în lume. În anul 2019 evenimentul a atras peste 70 de mii de oameni, iar din discuțiile cu hotelierii rezultă că nu există o perioadă a anului în care cererea pentru cazare să fie mai mare decât în preajma zilei Vinului.

În Republica Moldova există un **Programul Național în domeniul turismului "Drumul vinului în Moldova"** adoptat încă în anul 2004, iar în anul 2015 a fost inițiată revizuirea acestuia pentru a-l reanima, în contextul integrării rutelor naționale în circuitul internațional. Ultimele repere despre lista vinărilor aflate în circuitul dat este dată de Ministerul Economiei și Infrastructurii, care în anul 2018 a aprobat lista cu 38 de obiective turistice vinicole incluse în rutele turistice aprobate de Agenția de Investiții și recomandate pentru includere în Programul Național în domeniul turismului "Drumul Vinului în Moldova".

La momentul actual, Oficiul Național al Viei și Vinului operează cu o listă de 17 vinării, care întrunesc o serie de criterii și standarde pentru deservirea turiștilor.

Strategia pentru dezvoltarea durabilă a turismului în **Bulgaria** 2014-2030 identifică principalele produse turistice oferite în prezent de țară, precum și perspectiva dezvoltării unor forme alternative de turism. În document, turismul vitivinicol se numără printre produsele turistice identificate drept „prioritate” pentru furnizare și dezvoltare.

Există aproximativ 30 de vinării bulgarești care încearcă să construiască o imagine bună pentru lumea vinului. Turismul vitivinicol în Bulgaria se extinde în principal, deoarece vinificatorii și hotelierii încep să aprecieze potențialul acestei afaceri.

Ca răspuns la problemele actuale din sectorul vitivinicol, Ministerul Turismului și Ministerul Agriculturii, Alimentației și Pădurilor au demarat implementarea proiectului „Share Bulgaria” pentru dezvoltarea și promovarea destinațiilor vitivinicole combinate cu repere istorice și cultural turistice. Proiectul Share Bulgaria este, de asemenea, o platformă pentru o bază bună pentru dezvoltarea și promovarea așa-numitului „turism lent”. **12 destinații culinary-vinicole** sunt digitalizate și disponibile pe site-ul Ministerului Turismului. Acestea au fost dezvoltate în cadrul proiectului **Share Bulgaria**.

**Anual, Ministerul Turismului adoptă un program anual național de promovare a turismului.** Programul a avut în vedere organizarea de tururi, crearea de noi itinerarii turistice, precum și organizarea vizitelor echipelor de filmat și jurnaliștilor specializați de pe piețele de vin și ținte potențiale, pentru a sensibiliza consumatorul pentru Bulgaria ca destinație a vinului.

Practica turismului viticol în **România** a cunoscut o dezvoltare semnificativă, susținută de investițiile realizate de crame și de cererea din partea clienților pentru acest tip de călătorii personalizate și orientate către experiențe.

În anii 2000 Programul „**România – țara vinurilor**”, inițiat de Ministerul Turismului, a vizat organizarea de vizite și degustări pentru turiștii străini la cramele și podgoriile de la Valea Calugarească, Vânju Mare, Murfatlar, Niculițel și Ostrov. Conceptul de „drumul vinului” și pachetele turistice au început să prindă mai mult contur odată cu dezvoltarea unităților de cazare în cadrul cramelor și podgoriilor autohtone.

În România, **drumurile vinurilor** au fost concepute și lansate în preajma anului 2000. Există drumuri ale vinului în 11 județe. În 2011 a fost lansat drumul vinului în Buzău, județ cu enorm potențial viticol și turistic. Drumul are o lungime de 60 de km și pleacă din DN 10 către Pietroasele și Monteoru. Investiția a fost de 24 de milioane de euro .

Cunoscută drept “Țara viei și vinului”, Vrancea este județul cu cea mai mare suprafață cultivată cu viță de vie, având un patrimoniu viticol de 27.639 ha, din care 85% în sectorul privat, reprezentând 11% din totalul terenului agricol al județului și circa 10% din suprafața viticolă a României.

Turismul vitivinicol românesc are multe atuuri, însă nu este suficient dezvoltat sau susținut de o strategie la nivel național, regional sau local și nu are o politică de promovare pe măsura potențialului.

## Perspective viitoare

Piața globală a vinului rămâne extrem de competitivă și toți actorii din sectorul vinicol din bazinul Mării Negre trebuie să ia toate măsurile necesare și să rămână conectați la tendințele internaționale pentru a rezista la concurență. Realizările din ultimii ani pot servi drept o bază solidă pentru evoluțiile viitoare și prin respectarea tendințelor și transformărilor pe care industria viticolă le suferă pe plan internațional. Perspectivele date au potențialul de a fi realizate stabilind obiective precum:

1. **Drive pentru autenticitate.** Obiectivul creșterii aprovizionării globale este impulsul pentru autenticitate în rândul consumatorilor de vin, în special în segmentul premium. Există o conștientizare din ce în ce mai mare a autenticității în rândul consumatorilor mai discernanți, în ceea ce privește producția tradițională de vin și viticultura, utilizarea soiurilor endemice, dar și modul în care este transportat și ambalat vinul. Producătorii din țările în curs de dezvoltare, precum Moldova, trebuie să depășească sentimentele de îndoieli în rândul consumatorilor cu privire la originea, noile soiuri, imaginea exotică și condițiile corecte de muncă la fabricarea produselor. În acest context, orientarea multor producători din ultimii ani din Moldova, România, Bulgaria pentru soiuri locale creează premise favorabile de sporire a unicității vinurilor din țările date.
2. **Livrări / Oferte sustenabile.** Durabilitatea continuă să fie un subiect fierbinte în industria vinului. Producția durabilă de vin nu se limitează numai la producția organică sau biodinamică, ci se poate referi și la conservarea energiei și a apei, la utilizarea resurselor regenerabile (de exemplu, utilizarea energiei eoliene sau solare) sau la reducerea emisiilor de CO<sub>2</sub>. Practicile sustenabile nu pot doar să

economisească costurile în producție sau să ofere taxe favorabile, ci oferă și oportunități de promovare bazate pe practici durabile pentru cumpărători. Aceste tipuri de practici durabile sunt din ce în ce mai necesare pe piețele mainstream<sup>1</sup>. Pentru diverse practici durabile, certificatele pot fi obținute de la terți. Prin aceasta, producătorii de vin își pot demonstra practicile durabile cumpărătorilor potențiali. Acestea se extind în toate aspectele de afaceri, inclusiv cultivarea strugurilor, recoltarea, producerea vinului, îmbutelierea, depozitarea și transportul.

3. **Tendințele demografice.** Un aspect important ce va marca perspectivele viitoare este procesul de îmbătrânire a populației. Datele privind populația arată că Europa se confruntă cu o populație îmbătrânită. Până în 2050, se estimează că aproximativ 28% din populația europeană va avea 65 de ani și mai mult, față de 19% în 2015. Această populație îmbătrânită duce la o nișă în creștere pe piața vinului european. În general, consumatorii din această nișă beau vin mai rar. Industria vinului este în curs de adaptare prin vânzarea vinului în ambalaje mai mici sau în ambalaje care păstrează vinul mai bine și mai mult timp. Pe de altă parte, generațiile tinere de consumatori de vin – Millennials (oameni născuți între 1982 și 2000) sunt adesea percepute ca fiind mai aventuroase pe gusturile lor. Acestea au sete de regiuni noi, prețuri accesibile și în special vinuri care sunt produse cu gândire. Impactul mileniiilor pe piața vinului este în creștere. Potrivit unui studiu britanic, Millennials văd vinul ca pe o băutură socială și, de preferință, cumpără vin în canalul de comerț on-trade, reprezentând 29% din volumul său (Wine Intelligence, 2016). Astfel, industria vitivinicolă va trebui să devină mai receptivă la nevoile lor, necesitând un accent mai puternic pe implicarea experiențială și emoțională cu consumatorii în comunicare.
4. **Inovații de ambalare.** Optarea pentru alte ambalaje decât cele tradiționale de sticlă provine dintr-o multitudine de factori, precum prețul, durabilitatea și conservarea calității. Acceptarea inovațiilor tehnologice în ambalaje, cum ar fi utilizarea capacelor cu șurub sau a cutiei bag-in-box diferă de la o țară la alta. În timp ce țările din Europa de Nord și de Vest par să fi îmbrățișat aceste tehnologii în ambalaje pentru segmentul cu volum mai mare, consumatorii din Europa de Est par să aibă mai multe dificultăți în a accepta aceste inovații. În majoritatea piețelor de import, publicul a ezitat să se convertească de la sticla tradițională, în special în segmentul premium și super-premium. Cu toate acestea, alternative precum soluțiile pentru un singur serviciu PET și Bag-in-box sunt în continuă creștere și vor fi din ce în ce mai acceptate de public.
5. **Vânzările online vor deveni tot mai importante.** Vânzările la nivel mondial de vin online au fost cu aproximativ 600% mai mari în 2015 față de 2006, însumând aproximativ 5.4 miliarde EUR. Cu toate acestea, vânzările online sunt încă mici. În cea mai mare parte a Europei, dezvoltatorii de vinuri existenți cu prezență offline conduc dezvoltarea. Ei folosesc același depozit atât pentru vânzările offline, cât și

<sup>1</sup> <https://www.cbi.eu/node/2419/pdf/>

pentru cele online. Deocamdată, marii retailerii de internet nu au reușit încă să intre pe piața vinului într-un mod semnificativ. Cu toate acestea, vânzările online pot avea potențialul de a deveni un canal de piață semnificativ pe termen lung<sup>2</sup>. Dezvoltarea pieței online poate fi interesantă pentru noii intrați pe piață din țările în curs de dezvoltare, deoarece pot utiliza spațiul online pentru a oferi mai multe informații despre produsele lor. Aceasta servește ca un instrument de convingere a consumatorilor de valoarea produselor lor.

6. **Schimbările climatice vor extinde și harta vinului.** După cum arată o analiză a NY Times<sup>3</sup>, vinul, care este printre cele mai sensibile și nuanțate dintre produsele agricole, demonstrează modul în care schimbările climatice transformă tradițiile și practicile care pot fi vechi de secole. Astfel, se nuanțează tendințe precum ar fi că producătorii vinifică struguri în locuri considerate cândva prea reci pentru vinurile fine sau plantează acum podgorii la altitudini, considerate cândva inoportune pentru cultivarea strugurilor de vin. De asemenea, regiunile au în vedere diferite soiuri de struguri, iar în unele cazuri producători din regiuni de tradiție trebuie să ia în considerare dacă să schimbe esența a ceea ce au făcut, în unele cazuri de secole. Un alt aspect influențat de schimbările climatice este și că vremea nu mai este la fel de previzibilă. Fără îndoială, influențele climatice trebuie luate în considerare și de producătorii din bazinul Mării Negre întrucât acestea pot duce pe termene mai lungi la modificarea competitorilor la export, dar și a piețelor de consum și a preferințelor consumatorilor.

## Design-ul și relevanța WINET

Proiectul „WINET - Comerț și inovație în industria vinului” este finanțat de Uniunea Europeană prin Programul operațional pentru bazinul Mării Negre 2014-2020, iar obiectivul său general este de a spori cooperarea și comerțul cu sectorul viticol din și între cele trei țări partenere, prin crearea unei rețele comune care include peste 175 de reprezentanți a sectorului vitivinicol.

Această rețea va facilita cooperarea între producători, (re) vânzatori, autorități locale / regionale / naționale, ONG-uri și alte agenții de dezvoltare a afacerilor prin implicarea în activități comune în timpul proiectului. Abordarea proiectului combină tehnologii și rețele moderne urmând tendințele și strategiile specifice dezvoltării sectorului viticol în cele trei țări participante (România, Republica Moldova și Bulgaria, respectiv).

**- actori relevanți din sectorul viticol, dintre grupurile țintă selectate: contacte, interese, disponibilitatea de a coopera**

Toate cele 3 studii efectuate în Moldova, Bulgaria și România includ în mod exhaustiv instituțiile și actorii relevanți din sectorul viticol, inclusiv datele de contact ale acestora. Cu două state membre ale comunității europene și Moldova, care a făcut

<sup>2</sup> <https://www.wineintelligence.com/global-trends-in-wine-the-who-what-and-how/>

<sup>3</sup> <https://www.nytimes.com/interactive/2019/10/14/dining/drinks/climate-change-wine.html?fbclid=IwAR0AEdrVa7uRNUsdEGL3cOYZXQHbljCPybKXO647wDUfDR7guvvOACLERE>

pași importanți în punerea în aplicare a legislației UE, la nivelul instituțiilor publice din toate cele 3 state există structuri cu funcții și atribuții apropiate între ele, care ar putea colabora între ele pentru a promova cele mai bune practici comune.

În afară de instituțiile publice centrale, există o mulțime de alte părți interesate importante care ar putea fi implicate în colaborări fructuoase precum:

1. Vinăriile, în special cele care dezvoltă activități turistice
2. Distribuitori, importatori, comercianți cu amănuntul și alți participanți la comerțul lanțului valoric al vinului
3. Asociații profesionale
4. Camera de Comerț și alte organizații de sprijin pentru afaceri;
5. Autoritățile publice regionale și locale;
6. Instituții de învățământ superior și de cercetare etc

#### - Analiza SWOT pentru dezvoltarea rețelei de parteneri în sectorul vitivinicol

În cadrul proiectului unul dintre obiective Crearea unei rețele de actori relevanți în sectorul vinului în țările din bazinul Mării Negre, Rep. Moldova, România, prin regiunea Sud-Est, Bulgaria în vederea creșterii cooperării și colaborării în acest domeniu.

Pentru îndeplinirea acestui obiectiv, trebuie contactați și conectați actorii din cele trei state și invitați să participe în proiect. Analiza SWOT pentru crearea rețelei de actori oferă o imagine punctuală a câtorva dintre punctele forte și potențialele obstacole.

Puncte tari	Puncte slabe
<ul style="list-style-type: none"><li>• Toți partenerii provin din țări producătoare de vin recunoscute la nivel internațional</li><li>• Existența unei liste cuprinzătoare de actori relevanți în sectorul vinicol</li><li>• Facilitarea cooperării între producători, (re) vânzatori, autorități locale / regionale / naționale, ONG-uri și alte agenții de dezvoltare a afacerilor prin implicarea în activități comune în cadrul proiectului.</li><li>• Crearea unei rețele comune care să includă cel puțin 100 de companii din cele trei țări.</li><li>• Acces la platforma TIC pentru facilitarea și dezvoltarea relațiilor comerciale în cadrul rețelei WINET; acces la informații de interes.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Concurență acerbă pe piața vinului</li><li>• Nivel relativ ridicat de fragmentare a sectoarelor viticole din cele 3 țări</li><li>• Interese divergente în înțelegerea cu privire la dezvoltarea sectorului vitivinicol</li><li>• Dificultăți în găsirea rapidă a actorilor interesați datorită lipsei unei baze de date cu contacte coerente</li><li>• Deficitul de date și informații de contact a actorilor deja selectați pentru a fi invitați în proiect</li><li>• Existența dezechilibrelor în comerțul cu vin între cele 3 state</li></ul>
Opportunități	Riscuri

<ul style="list-style-type: none"><li>• Promovarea comerțului și colaborării în sectorul vinului în cadrul bazinului Mării Negre.</li><li>• Schimb de bune practici între actori în vederea adaptării la încălzirea globală și schimbările climatice, migrația populației și alte schimbări macroeconomice..</li><li>• Dezvoltarea turismului vitivinicol prin schimbul de bune practici. și dezvoltarea unor rute turistice comune</li><li>• Schimb de metode pentru combinarea mai multor tipuri de turism (turism vinicol, cicloturism, turism cultural).</li><li>• Cooperarea pentru cercetare, inovare și soluții tehnologice.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dezinteres din partea actorilor din domeniu.</li><li>• Teama de a face schimb de bune practici și soluții cu actori considerați concurenți.</li><li>• Mesajul pentru actori să nu fie suficient de bine prezentat și elaborat.</li><li>• Crizele economice potențiale și cererea în scădere</li></ul>
---	---

#### - **Recomandări privind configurarea rețelei**

Viziunea și abordarea proiectului WINET urmăresc obiective precum:

- să identifice părțile interesate și potențiali susținători de proiect conform grupurilor țintă definite
- identificarea mijloacelor comerciale și a canalelor transfrontaliere existente pentru a le îmbunătăți și încorpora în rețea
- să ofere membrilor rețelei date precise și actualizate despre sectorul vinicol regional, crescând astfel credibilitatea rețelei și a ideii și obiectivelor proiectului.

Pentru configurația relevantă și de succes a rețelei deținătorilor de interese din sectorul vinicol din cadrul programului WINET, se recomandă ca acestea să fie structurate în funcție de scop și impact, și anume:

- Autorități relevante și producători – **preluarea celor mai bune practici;**
- Consumatorii de vin din statele analizate printr-o notorietate mai mare – **creșterea & formarea cererii;**
- Importatori, distribuitori, traderi – **creșterea comerțului cu vin;**
- Familiarizarea mai bună a populației & tur-operatorilor din cele 3 țări cu ofertele turistice existente ale vinăriilor și posibilitatea combinării traseelor – **intensificarea turismului vitivinicol regional.**

#### - **Recomandări privind modalitățile de contactare și conectare a actorilor relevanți și configurarea rețelei de actori relevanți**

Pentru a crea o rețea puternică de actori relevanți din cele 3 regiuni / țări, se pot face mai multe recomandări pentru a fi contactați și abordați:

### *Referitor la mesaj:*

- 1. Globalizarea.** Este important ca mesajul către actori să fie centrat pe faptul că este o tendință mondială de asociere și de cooperare mai ales locală și regional pentru menținerea unor particularități și valori comune. Mesajul către actori în prima etapă este primordial pentru ca aceștia să adere la rețea.
- 2. Digitalizarea.** O parte din mesajul echipe de proiect către actorii locali din sectorul vitivinicol trebuie să corespundă cu cealaltă fațetă a lumii contemporane- alinierea la tehnologie și instrumente digitale. Apartenența la o rețea de actori înseamnă în primul rând pentru fiecare actor acces la informația actualizată și posibilitatea de a fi pus în contact direct cu un alt actor care poate să dețină informații de interes.
- 3. Mesajul** către actori trebuie să fie clar și concis și să pună accent pe beneficiile apartenenței la proiect și la rețea prin posibilitatea de a face schimb de bune practici, dar și de a fi parte dintr-o rețea transfrontalieră de actori din sectorul de interes în vederea promovării schimburilor comerciale, cât și metodelor de a face față provocărilor din regiune (încălzire globală, poziția geografică, migrația).

### **- cel mai bun mijloc de interacțiune între membrii rețelei**

#### **În ceea ce privește procedurile de contact:**

1. Actorii pot lua contact organizând întâlniri locale pentru a promova activitățile proiectului și a le invita direct în rețea, subliniind beneficiile și nevoile acestuia.
2. O altă abordare este de a face apel la organizațiile profesionale și de sprijin pentru întreprinderi pentru a promova activitățile proiectului.
3. Contactarea actorilor trebuie să se facă prin e-mail, prin trimiterea informațiilor despre proiect și revenirea la aceștea pentru a se asigura că avantajele rețelei sunt înțelese corect.
4. Toți actorii publici naționali și regionali trebuie să fie contactați, inclusiv Ministerul Agriculturii și Dezvoltării Rurale, Ministerul Mediului și Ministerul Economiei, care dețin pârghiile decizionale și de alocare a fondurilor.

#### ***Referitor la modalități de conectare:***

1. Conectarea actorilor se va face online și în cadrul evenimentelor prevăzute în cadrul proiectului WINET. În vederea oportunităților care pot apărea pentru conectarea acestora, ele pot fi împărțite pe mai multe categorii:
  - Promovare și publicitate
  - Schimburi comerciale
  - Schimb de bune practici
  - Dezvoltarea unei rețele de rute turistice pentru vinuri în toate cele trei țări



- Dezvoltarea unei rețele specifice de actori interesați de aspectul cercetării-inovării
  - Poziții comune cu privire la diverse decizii globale, europene și regionale privind sectorul vinicol.
2. Actorii vor fi puși în legătură prin funcționalitățile platformei și prin secțiunile dedicate comunicării lor. Studiul elaborat privind sectorul vitivinicol din cele trei state este un punct de start pentru a avea o imagine amplă asupra similarităților statelor din Bazinul Mării Negre.

În concluzie, având în fiecare din cele 3 țări producători activi de ordinul sutelor, dar și tradiții de consum și export bine delimitate, relevanța sectoarelor vitivinicole este una majoră. Platforma WINET este implementată într-un context în care la nivel mondial comerțul online cu vinul denotă premise de creștere, iar în cele 3 state platforma dată ar putea fi un instrument util și eficient de stimulare a tendințelor date. Totodată, proiectul WINET se pliază și sub tendința generală de digitalizare a afacerilor, iar plasarea unor informații de interes poate genera beneficii prin acces în regim facilitat la informații valoroase și îmbunătățirea procesului decizional al deținătorilor de interese implicați în sectorul vitivinicol. Nu în ultimul rând, pandemia de Coronavirus din acest an cu măsurile de caranță aplicate la scară largă arată odată în plus importanța în creștere a platformelor digitale pentru gestionarea eficientă a afacerilor, acest fenomen validând o dată în plus utilitatea lansării WINET.