



OFICIUL NAȚIONAL AL
VIEI ȘI VINULUI

RAPORT ANUAL



2020

CUPRINS

EDITORIAL	5
1. BILANȚUL ANULUI 2020	6
2. EVOLUȚIA EXPORTURILOR ÎN 2020	10
3. CAMPANII DIGITALE DE PROMOVARE	12
4. SUCCESUL VINULUI MOLDOVEI LA CONCURSURI INTERNAȚIONALE	24
5. WINE OF MOLDOVA ACADEMY ȘI PROGRAME DE SUPORT PENTRU SECTORUL VITIVINICOL	25
6. PROGRAME DE ASIGURARE A CALITĂȚII. TRANSFER DE CUNOȘTINȚE ȘI INOVAȚII	27
7. AXELE STRATEGICE DE DEZVOLTARE	30
8. ANEXE. DATE STATISTICE ALE SECTORULUI VITIVINICOL	34



CRISTINA FROLOV
Directoarea ONVV

Dragi colegi reprezentanți ai sectorului public,
Dragi colegi din sectorul vitivinicol,
Dragi parteneri,

Anul 2020 a venit cu un șir de provocări pentru sectorul vitivinicol din Republica Moldova. Declanșarea pandemiei la nivel internațional, dar și seceta care a fost înregistrată au afectat una dintre cele mai importante industrii care contribuie la dezvoltarea economică a țării. De-a lungul timpului, sectorul vitivinicol național a trecut prin mai multe crize majore, iar în rezultat, au fost reduse drastic exporturile, înregistrându-se o recesiune a ramurii. De fiecare dată, însă, viticultura a reușit să-și revină și să treacă cu succes peste efectele devastatoare, inclusiv datorită vinificatorilor iscusiți care au dat dovadă de mult curaj, solidaritate și răbdare. În pofida prognozelor pesimiste, în anul 2020 exporturile de producție vitivinicolă s-au menținut pe un trend pozitiv, iar valoarea produsului mândriei naționale a fost confirmată la 32 de concursuri internaționale. Astfel, Vinul Moldovei a obținut un număr record de peste 950 de medalii, depășind reușitele anului 2019. Succesele dobândite reprezintă o confirmare în plus că Oficiul Național al Viei și Vinului (ONVV) depune eforturi considerabile pentru a asigura, pe termen lung, ascensiunea sectorului vitivinicol.

În 2020, din cauza restricțiilor impuse pe plan mondial, vinificatorii din întreaga lume, inclusiv cei din țara noastră, s-au pomenit în fața unui viitor incert. Cu toate acestea, întreaga echipă a Oficiului Național al Viei și Vinului (ONVV) și-a mobilizat forțele pentru intensificarea activităților de promovare a Vinului Moldovei pe piețele de export cu valoare adăugată, adaptându-și acțiunile și ajustându-și formatul evenimentelor de promovare din mediul offline în cel online. De asemenea, am reușit să valorificăm oportunitățile oferite de digitalizare, motiv

pentru care am înregistrat o prezență tot mai activă pe platformele online, atât la nivel local, cât și internațional, în special în România și Polonia. În condiții de secetă și pandemie, sustenabilitatea sectorului a fost asigurată datorită vectorului de dezvoltare ales, și anume diversitatea piețelor de export și a produselor vitivinicole. Fiind conștienți de provocările industriei, Oficiul Național al Viei și Vinului se va concentra în continuare pe identificarea noilor oportunități de export, de dezvoltare durabilă și de creștere a notorietății brandului de țară „Wine of Moldova”.

Din cauza măsurilor de siguranță impuse în perioada pandemiei, cel mai afectat domeniu din sfera serviciilor a fost turismul, iar planurile de vacanță au fost anulate din cauza fricii și a restricțiilor impuse de autorități. Astfel, mai mult de jumătate din activitatea turistică la nivel mondial a fost redusă. În condițiile noilor realități, Oficiul Național al Viei și Vinului a continuat să promoveze Republica Moldova ca o destinație turistică importantă pe harta oenoturistică mondială, ca un producător important de vinuri de calitate, alături de cultura locală, tradițiile și gastronomia națională.

Printre prioritățile echipei Oficiului Național al Viei și Vinului și Consiliului de Coordonare continuă să fie dezvoltarea sectorului vitivinicol din țară, dar și promovarea și extinderea parteneriatelor strategice. Pentru a facilita accesul vinificatorilor spre noi piețe de desfacere și pentru a mări exporturile, vor continua investiții în promovarea industriei la nivel internațional.

Mizăm în continuare pe susținerea tuturor reprezentanților sectorului vitivinicol în angajamentul Oficiului Național al Viei și Vinului de a propulsa împreună industria și de a promova valoarea produsului mândriei naționale – Vinul Moldovei.

1. BILANȚUL ANULUI 2020

Suprafața totală ocupată de viță-de-vie în toate gospodăriile, inclusiv soiurile de masă Vitis Labrusca constituie 122.000 ha. În anul 2020, suprafețele plantate cu soiuri tehnice în gospodăriile de producție-marfă pe rod au ajuns până la **68200 de hectare**, iar soiurile autohtone ocupă **1.732 ha**, în creștere cu 23% față de anul 2019. Totodată, anul 2020 a înregistrat cea mai mare creștere a suprafețelor de noi podgorii plantate cu soiuri tehnice, din ultimii cinci ani. Astfel, au fost plantate **443 ha cu viță-de-vie**, cu următoarele soiuri:

Feteasca Neagră	Chardonnay	Saperavi	Pinot Gris
Sauvignon	Viorica	Bianca	

Statisticile arată că pentru **un hectar cu noi puieți** au fost defrișate 6,5 hectare. În pofida descreșterii suprafețelor plantate cu soiuri tehnice, se înregistrează **creșterea +2%** comparativ cu anul 2019 a **suprafețelor podgoriilor** revendicate la producerea vinurilor cu **Indicație Geografică Protejată (IGP)**. Astfel, **suprafața totală a podgoriilor IGP a atins cifra de 9.698,08 ha**, dintre care:

2507,0 ha	2.688,44 ha	1.234,0 ha	3.268,64 ha
 Indicație Geografică Protejată	 Indicație Geografică Protejată	 ȘTEFAN VODĂ INDICAȚIE GEOGRAFICĂ PROTEJATĂ	 VALUL LUI TRAIAN INDICAȚIE GEOGRAFICĂ PROTEJATĂ

În 2020, suprafața podgoriilor incluse în Registrul Vitivinicol a marcat o creștere de 6% față de anul 2019 și a ajuns la 36000 ha. Potrivit datelor introduse în Registrul Vitivinicol, cele mai cultivate soiuri tehnice sunt: Cabernet Sauvignon (4999 ha), Merlot (4794 ha), Pinot Noir (1340 ha), Aligote (5099 ha), Sauvignon (4467 ha), Chardonnay (2585 ha).

POTENȚIALUL DE PRODUCERE. DATE GENERALE

122 000 ha	68 200 ha	122 000 ha	122 000 ha
Suprafața totală*	Suprafața soiuri tehnice**	Suprafața soiuri autohtone	Suprafața înregistrată în RVV soiuri tehnice

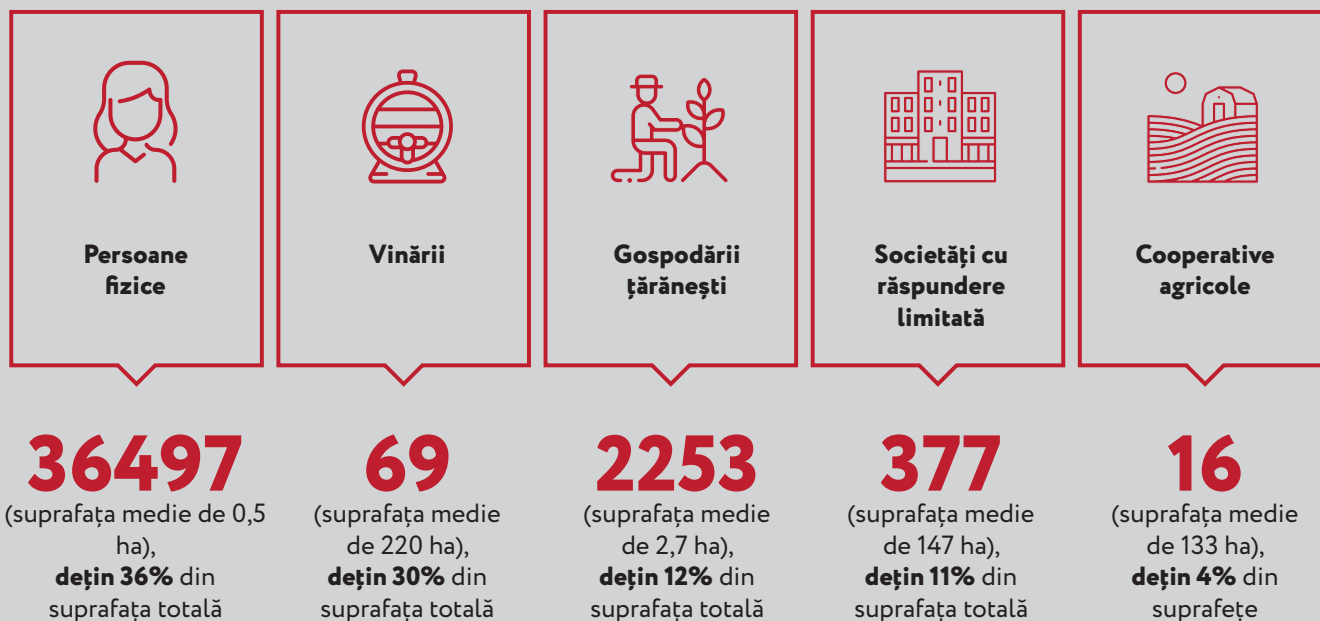
*Suprafața viilor în toate gospodăriile (inclusiv sectoarele pe lângă casă), inclusiv și soiurile de masă și Vitis Labrusca

**Suprafața viilor în gospodăriile de producție-marfă, pe rod

În 2020, suprafețele comerciale de viță-de-vie au scăzut cu 3%, iar cele din gospodării au ajuns la 68,2 mii ha, dintre care 58,5 mii ha - fără IGP și 9,7 mii ha - cu IGP.

Structura filierei vitivinicole

Sectorul vitivinicol din țară rămâne a fi primul creator de locuri de muncă în mediul rural. Numărul agenților economici care activează în acest domeniu și care sunt înscrși în Registrul vitivinicol a ajuns la 45100, în creștere cu aproximativ 6.000 față de anul 2019 și include persoane fizice, gospodării țărănești, societăți cu răspundere limitată, societăți pe acțiuni, cooperative agricole.



În anul 2020, în Registrul Vitivinicol erau înregistrate 222 de vinării, în creștere cu 10%, dintre care 75 sunt proprietari de podgorii. **Declarațiile de recoltă** au ajuns la un număr de **400**, o majorare de 160%, iar **declarațiile de producere** au înregistrat o creștere de 14%, constituind un număr de **158**, în timp ce numărul declarațiilor pe stocuri au ajuns la **219**.

În același timp, **numărul vinăriilor** luate în evidență ca producători de **produse vitivinicole cu IGP** a crescut cu **8%** față de 2019 și a ajuns la numărul de **84**, dintre care 34 sunt producători de struguri, 43 sunt producători de produse vitivinicole, iar 7 sunt producători de vin. Din cifra totală, 26 sunt din IGP Codru, 42 – IGP Valul lui Traian, 11 – IGP Ștefan Vodă și 5 – Divin.

Prin urmare, volumul vinurilor IGP este mai mic cu 30% decât volumul de vinuri IGP declarat în anul 2019, din cauza condițiilor climaterice nefavorabile.

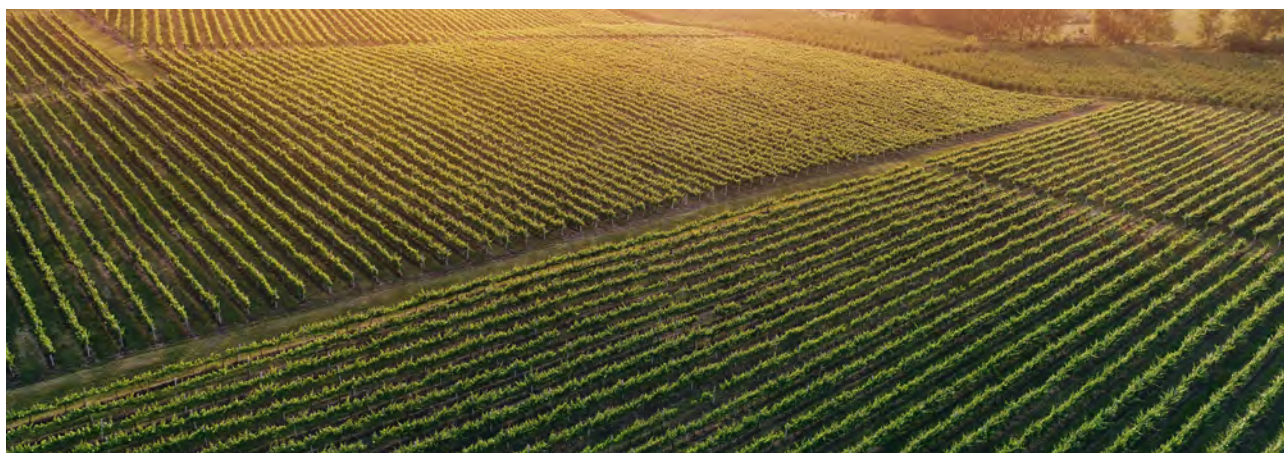
Recolta și potențialul de transformare a strugurilor

Condițiile meteo din ultimii 2-3 ani au avut un impact major asupra recoltei de struguri. Factorii care au cauzat pierderea a aproape jumătate din cantitatea de struguri sunt: seceta severă, înghețul de primăvară, temperaturile joase din luna mai și grindina.

În campania vitivinicolă a anului 2020 a fost înregistrat un volum mai mic de produse vitivinicole cu IGP declarate de către producători, în comparație cu anul precedent.

Astfel, au fost procesate 160 de mii de tone de struguri, în descreștere cu 40% față de anul trecut, dintre care au fost obținute 10,4 mil. dal de vin materie primă. Din această cantitate, 882495 dal sunt vinuri cu IGP, 10000 dal – vinuri pentru spumante cu IGP și 620000 dal - vin pentru distilate de vin cu IGP.

În 2020, au fost produse 9,1 mln. dal de vinuri sau cu 40% mai puțin comparativ cu media anilor 2001-2019. Din volum total, 4,2 mld. dal sunt vinurile roșii liniștite, 3,6 mld. dal sunt vinurile albe liniștite, 1 mil. dal - vinuri efervescente și 0,25 mil. dal – vinuri licoroase.



Investițiile în filiera vitivinicolă

În anul 2020, investițiile făcute în domeniu au constituit 404 milioane de lei, iar 16% din această sumă au fost acoperite din fonduri de subvenționare. Din această sumă, 90 mil. lei au fost alocați pentru plantarea viței-de-vie, 292 mil. lei – pentru modernizarea vinăriilor, 19 mil. lei – pentru dezvoltarea piețelor și alte 2 mil. lei - investiți în diverse programe de dezvoltare a viticulturii.

Stocurile la vinării

Stocurile vinăriilor sunt de aproximativ 18 mil.dal sau cu 35% mai mari comparativ cu media stocurilor multianuale. Astfel, tendința de evoluție a stocurilor de vin arată că vinurile roșii sunt în cantitate de 10 mil.dal, vinurile albe constituie – 7,5 mil. dal, iar vinurile rose – 0,5 mil. dal.

În 2020, în RVV, au fost colectate 172 declarații de stoc, cu 15% mai puțin decât în anul precedent. Din numărul total, 136 sunt vinării, iar 36 sunt depozite. În același timp, în RVV, stocurile de vin în vrac sunt de 17 mil. dal, în cel vinurile îmbuteliate – 1 mil. dal.

Potrivit mediei din ultimii 4 ani, analiza evoluției stocurilor arată că volumul a scăzut cu 9%, în timp ce stocurile de produse pe bază de vin sunt practic duble în comparație cu anul 2019.

Anul vitivinicol și condițiile climaterice ale anului 2020

Condițiile meteo din anul 2020 au fost relativ normale pentru creșterea, dezvoltarea, maturarea și recoltarea strugurilor, cu excepția regiunii de sud a țării (raioanele Cahul, Vulcănești, Comrat, Cantemir, Ciadâr-Lunga, Leova etc.), unde a fost înregistrat un deficit sever al umidității în sol, care a dus la diminuarea considerabilă a recoltei de struguri.

Anul viticol 2019-2020 a fost un an **cald și secetos**, marcat de condiții climaterice care pot fi caracterizate astfel:

Iarna 2019-2020 (lunile decembrie – februarie)

a fost înregistrat un deficit mare de apă în sol, din cauza lipsei zăpezii, care a generat apariția stresului hidric moderat în anumite zone (Leova și Nisporeni – stres hidric sever; Alexandru Ioan Cuza, Bugeac, Purcari, Speia și Mircești).

Primăvara anului 2020 (lunile martie – mai)

a fost una mai rece. Înghețurile de la începutul primăverii au afectat multe plantații viticole, iar seceta de lungă durată a încetinit procesul de dezvoltare a lăstarilor și a inflorescențelor. În majoritatea regiunilor viticole a fost înregistrat un stres hidric sever.

Vara anului 2020 (lunile iunie – august)

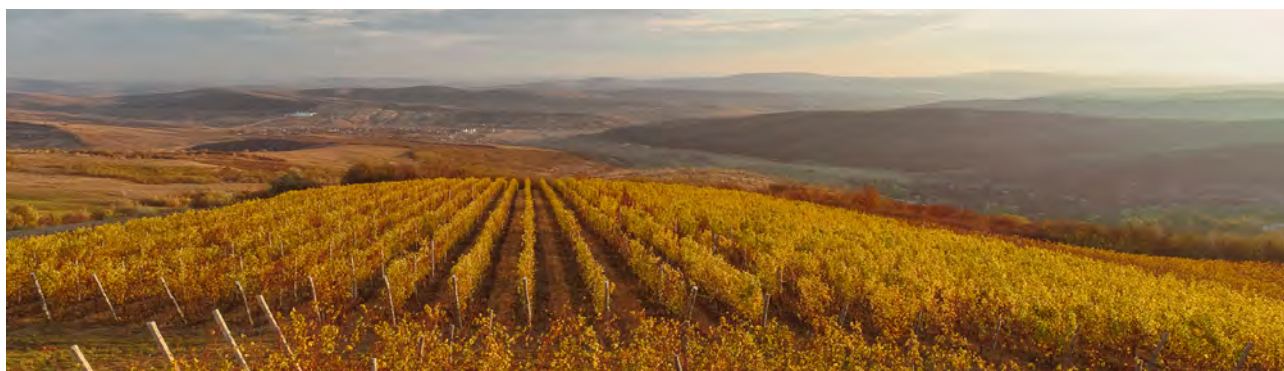
a fost una mai caldă și cu precipitații mai puține. În prima parte a lunii iunie, din cauza temperaturilor joase și a secetei, a fost înregistrată o stagnare considerabilă în creșterea și dezvoltarea lăstarilor și inflorescențelor. Ulterior, pe majoritatea plantațiilor viticole, în sol a fost înregistrat stres hidric sever pentru vița-de-vie.

Toamna anului 2019 (lunile septembrie – noiembrie)

a fost una mai caldă, caracterizată prin condiții relativ normale pentru recoltarea strugurilor. Din cauza condițiilor meteo nefavorabile, recolta de struguri s-a diminuat cu 20 - 80%, comparativ cu media anilor precedenți de 30-50%.

Starea fitosanitară a plantațiilor viticole și a strugurilor în anul 2020

În anul 2020, în plantațiile viticole din Republica Moldova, au fost înregistrate mai multe boli¹ și dăunători², care s-au răspândit din cauza temperaturilor ridicate și a precipitațiilor puține. Pe unele plantații viticole, din cauza temperaturilor înalte și a deficitului de umiditate, au fost mai mulți struguri deshidratați, fapt care a dus la diminuarea considerabilă a productivității plantațiilor, calității strugurilor/produselor vitivinicole și a randamentului de suc din boabe. Anul 2020 a fost unul bun pentru menținerea fitosanitară a strugurilor (au fost executate cca 4-6 tratări cu pesticide). Cheltuielile pentru prevenirea bolilor și răspândirea vătămătorilor a 1,0 ha de vie au constituit aproximativ 7-12 mii lei/ha.



¹ Lemnul negru, Făinarea, Mana, Putregaiul cenușiu, Cancerul bacterian, Esca, maladii virotice

² Molia strugurilor, Eupoecilia ambiguella, Cotarul cenușiu, Acarienii eriofizi și tetranichizi, Păduchii țestoși, cicada Hyalesthes absoletus, Păianjenul roșu comun, Filoxera, Drosophila suzukii

2. EVOLUȚIA EXPORTURILOR ÎN 2020

La nivel mondial, anul 2020 a fost marcat de secetă și pandemia de COVID-19. Măsurile restrictive impuse au generat prognoze economice negative, inclusiv pentru Moldova, care este dependentă de exporturi în proporție de 85%.

La nivel național, primele două luni ale anului 2020 au marcat o creștere de peste 20% a exporturilor de vinuri. Statisticile finale ale anului au arătat că **exporturile de vinuri moldovenești** au suferit o **ușoară descreștere pentru toate categoriile de produse, care nu a depășit 12% în volum și 8% în încasări**. Astfel, în 2020, **volumul total al exporturilor** a fost de **136,7 milioane de litri**, în scădere cu 19,0 mil. litri (sau echivalentul a 12,2%), în comparație cu anul 2019. Cifrele anului sunt aproape de **media ultimilor 5 ani: 143,1 milioane de litri și respectiv 2727,9 milioane de lei moldovenești**.

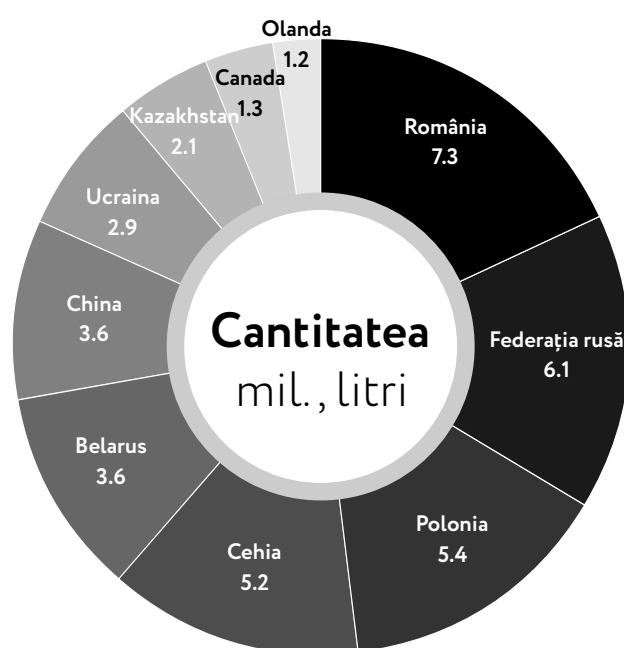
VOLUMUL TOTAL EXPORTAT ÎN 2020



Din totalul volumului exportat, vinurile liniștite dețin o cotă de 93,2%, divinurile și distilatele – 2,5%, vinurile fortificate – 2,2%, iar spumantele – 2%.

Valoarea exporturilor de vinuri îmbuteliate a fost de 2,720.7 mil. lei, cu 7,6% (sau cu 223,5 mil.) mai puțin decât în anul 2019. Vinurile liniștite au generat 77,9% din totalul veniturilor, divinurile – 15,1%, spumantele – 4,1% și vinurile fortificate – 2,7%.

În 2020, a fost înregistrată o creștere de 9% și respectiv 9,4% a volumului și a valorii totale a vinurilor îmbuteliate și o cerere mai mare pe piețele din Olanda, Belarus, Cehia și România. Astfel, în 2020, au fost exportate produse vinicole în 63 de țări ale lumii. În 2020, România a continuat să se afle în fruntea clasamentului țărilor care importă Vinul Moldovei.



Principalele „centre de creștere” pentru exportul vinurilor îmbuteliate au fost:

După volum: Olanda (+159,6%), Belarus (+58,2%), Kazakhstan (+26,1%)

După valoare: Olanda (+92,3%), Belarus (+26,1%), Kazakhstan (+23%)

Volumul vinului în vrac exportat a ajuns în anul 2020 la 22 milioane litri, valoarea acestuia fiind de 237 milioane de lei. Astfel, vinurile în vrac au fost exportate în 30 de țări, printre care Belarus, Georgia, România, Marea Britanie, Federația Rusă, Cehia, Germania, Polonia ș.a.

În 2020, **volumul distilatelor de vin exportat a constituit 3,43 mil. litri**, cu o valoare de 412 mil. lei. După volumul exportat al divinurilor, a fost atestată o creștere de 1,277 litri a.a., în creștere cu 0,1 % față de 2019.

Divinurile au fost exportate în **35 de țări ale lumii**, care au absorbit 92 % din volumul total al exporturilor. După valoarea divinurilor exportate pe parcursul anului 2020, comparativ cu 2019, a fost înregistrată o descreștere de 31,615,745 MDL sau echivalentul a 12,6 %.

Principalele „centre de creștere” pentru exportul divinurilor au fost:

După volum: Belarus (+54,4%), România (+202,4%), Israel (+31,7%), Germania (+ 43,6%)

După valoare: Belarus (+24,5%), România (+161,4%), Israel (+ 22,2%), Germania (+ 59,2%)



3. CAMPANII DIGITALE DE PROMOVARE

Ajustarea activităților de promovare la noile realități ale pandemiei

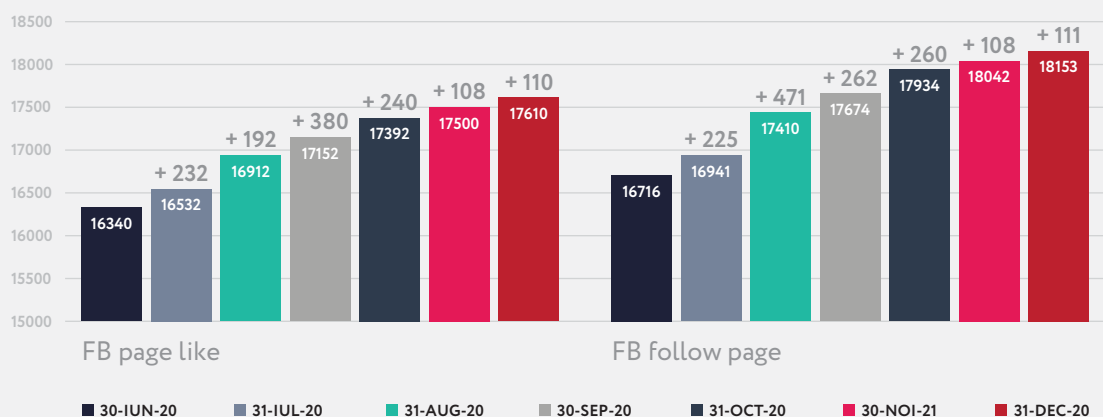
În ciuda restricțiilor impuse pe plan mondial, întreaga echipă a Oficiului Național al Viei și Vinului (ONVV) a depus eforturi maxime pentru adaptarea activităților de promovare a Vinului Moldovei pe piețele de export cu valoare adăugată. La fel, au fost valorificate oportunitățile oferite de mediul online, iar pe platformele digitale a fost înregistrată o prezență tot mai activă.

Vinul Moldovei în mediul digital

Pe plan local, ONVV a generat conținut de calitate pentru paginile oficiale de Instagram, Facebook, LinkedIn și YouTube, iar acest fapt a crescut organic publicul și a contribuit la elaborarea strategiei digitale pentru întreaga industrie vitivinicolă.

Pagina oficială de facebook a Wine of Moldova a continuat să fie cea mai importantă platformă de comunicare, care generează cel mai mult conținut, interacțiuni sociale, pe plan local și internațional, dar și cea mai mare comunitate a celor interesați de produsul mândriei naționale. Totodată, a fost creată pagina Wine of Moldova pe Wikipedia, disponibilă acum în 7 limbi și activate pe motoarele de căutare campanii web, prin Display Google Network și Facebook&Instagram Ads.

Indicatorii: Page Like & Follow, Facebook

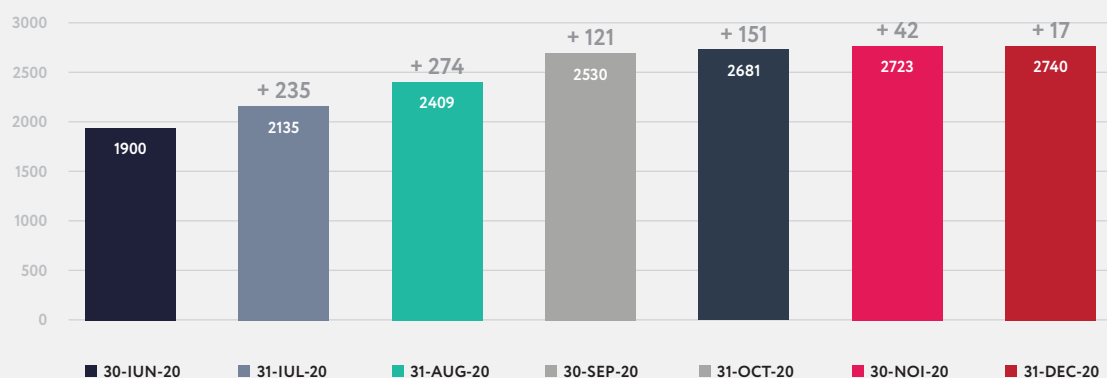


Creșterea în luna decembrie este asemănătoare cu luna noiembrie, în decembrie Facebook era suprasaturată cu promo. Totuși, **trendul de creștere pozitiv** a paginii de Facebook WOM a fost păstrat.

Wine of Moldova FB Page

Activități și impact:

- În 2020 pagina de facebook a ajuns la 18.845 de urmăritori, în creștere cu 8,2% față de anul precedent;
- Platforma Wine of Moldova România a crescut până la 3.564 de fani;
- Versiunea poloneză a paginii de facebook Wina Moldawii a ajuns la cifra de 2.391;
- Pagina Instagram a „Wine of Moldova” are un număr de 2.782 de urmăritori, de două ori mai mult decât în anul trecut;
- Hashtag-ul #WineofMoldova este unul dintre cele mai utilizate de către internauți pentru comunicare și promovare a valorii produsului mândriei naționale – Vinul Moldovei.



În 9 luni de activitate pagina de Instagram a acumulat 990 Followeri. Luna decembrie a avut o creștere nesemnificativă pentru că Instagram era suprasaturat cu publicitate.

An aerial photograph showing a wide river flowing through a valley. On the right bank, a village with numerous small houses and trees is visible. The background features rolling hills and fields under a clear sky. A red banner is overlaid at the bottom left.

PIAȚA REPUBLICII MOLDOVA

„REVIN CU DRAG”

Prima campania națională digitală „ReVin cu drag”, lansată în luna mai, și-a propus să informeze constant, dar și să mențină curiozitatea vie despre toate cele 32 de crame și vinării de pe teritoriul Moldovei care oferă servicii turistice în condiții sigure.



Activități și impact:

- „Ghidul Oenoturistic al Moldovei” completat cu 10 destinații vinicole noi
- Lansarea „Ghidului Practic cu protocoalele de siguranță” - îndrumar destinat vinărilor, ce conține reguli de primire a oaspeților în condiții de maximă securitate

Rezultate și vizibilitate media:

- 12 comunicate de presă
- 76 de apariții în media națională
- 12 apariții TV (reportaje, știri)
- 64 de publicații online (portaluri generale și de specialitate)
- 32 de vinării implicate în proiect
- Reach: +500 000
- Impact: + 2 milioane
- Frecvența medie a ads-urilor a fost de cca 4 per people reach, ceea ce înseamnă că postările au fost vizualizate de aproape 4 ori timp de o lună
- Impactul postărilor a crescut cu 56% pe pagina Wine of Moldova pe Facebook

„DONEAZĂ SÂNGE”

În luna noiembrie, Oficiul Național al Viei și Vinului s-a implicat în lupta contra noului tip de coronavirus și a lansat campania socială – „Donează sânge”. Desfășurată în parteneriat cu Publika TV, inițiativa a avut ca scop sensibilizarea populației pentru a dona plasmă convalescentă pentru bolnavii de COVID-19, care se aflau în stare gravă. Campania a avut loc în condițiile în care rezervele de plasmă erau pe sfârșite.



Activități și impact:

- Timp de o lună, ONVV și vinăriile din țară au oferit pentru fiecare donator câte o sticlă de vin roșu
- ONVV a primit trofeul și diploma de onoare din partea Centrului Național de Transfuzie a Sângelui

Rezultate și vizibilitate media:

- 1 comunicat de presă
- 15 apariții în media (portaluri generale și de specialitate)
- 5 apariții la TV (interviuri, reportaje și știri)
- îndemnuri de susținere din partea vinărilor din țară pe rețelele sociale



ZIUA NAȚIONALĂ A VINULUI

Cea de-a XIX-a ediție s-a desfășurat în zilele de 3 și 4 octombrie 2020, cu sloganul „Eu deVIN sărbătoare”. Cu respectarea tuturor măsurilor de siguranță și desfășurat mai mult în mediul virtual, evenimentul a făcut o trecere în revistă a succeselor înregistrate în cei 19 ani și care au propulsat-o de la sărbătoare națională la una celebrată la nivel mondial. Sloganul a fost un îndemn pentru toți amicii vinului de a continua celebrarea ZNV, în siguranță, alături de familie și prieteni. Evenimentul a fost un apel la solidaritate cu filiera vitivinicolă care s-a implicat de-a lungul vremii și a contribuit la dezvoltarea acestui domeniu.

În 2020, în Scuarul Catedralei Mitropolitane „Nașterea Domnului” a fost amplastă o expoziție de etichete pentru sticlele de vin produse în anii 1950-1990 în Republica Moldova, dar și o zonă foto „Eu deVin sărbătoare”, unde au fost surprinse cele mai frumoase amintiri de la prima ediție și până în prezent.

Ziua Națională a Vinului a fost celebrată și peste hotarele țării, iar mai mulți jurnaliști notorii, specializați pe domeniul vitivinicol au participat la un webinar online de excepție a Vinului Moldovei, înlocuind astfel vizitele tradiționale de presă, specifice sărbătorii. Experții și jurnaliștii străini au făcut o degustare transcontinentală online a 4 vinuri emblematice din Republica Moldova, iar astfel participanții au avut ocazia să „călătorească” prin Moldova și să afle despre specificul vitivinicol al țării.



Acțiuni de impact:

- Conferință de presă înainte de ZNV
- Ceremonia oficială care a inclus și tradiționala decernare a Medaliei de Recunoștință și a premiilor dedicate reprezentanților sectorului vitivinicol
- „My Wine Day” Webinar cu jurnaliști internaționali
- Expoziția – retrospectivă ce a surprins cele mai importante momente ale sărbătorii din ultimii 19 ani, cu instalarea a 4 standuri în Scurul Catedralei
- Expoziția de etichete pentru vin din perioada 1950-1990 – montarea a două standuri în Scurul Catedralei
- Zona foto – instalarea unui banner cu vizualul ZNV în Scurul Catedralei
- Elaborarea materialelor promoționale (150 de tricouri, 100 de geți eco, 1000 de măști)
- Oferirea prețurilor speciale la vinuri timp de o săptămână în 6 rețele de supermarketuri

Impactul și principalele rezultate:

- Ceremonia oficială urmărită online de peste 5 mii de persoane
- La ceremonia de decernare a premiilor pentru merite deosebite au fost oferite 12 diplome și 12 medalii
- Postările elaborate în zilele sărbătorii au adus un Reach de 889 048
- Materialele video promovate au acumulat peste 547 mii de vizualizări online
- Spotul TV dedicat ZNV a fost văzut de 1 342 303 de persoane cu vârsta de peste 18 ani, iar în valoare procentuală cifra este de 52,56%
- Posturile radio care au avut programe dedicate ZNV sunt ascultate de 389 706 de oameni, ceea ce constituie aproximativ 43,7% din populația urbană cu vârste de peste 12 ani
- Webinarul My Wine Day a avut un Reach de peste 250 000 de oameni
- La Webinar au participat peste 186 de oameni din 25 țări ale lumii
- 26 vinării au primit oaspeți de Ziua Națională a Vinului, ediția 2020

Vizibilitatea media:

- 14 posturi TV au avut programe speciale sau reportaje dedicate
- 74 știri TV
- 64 publicații online și 114 știri online
- 3 posturi radio și 7 știri radio
- 2 bloguri
- 3 live-uri

ANIVERSAREA COMUNITĂȚII #WINELOVERS

În perioada 13-16 februarie 2020, agenția specializată pe tururi vinicole „Winetours Moldova”, cu suportul Oficiului Național al Viei și Vinului, al Agenției de Investiții din Moldova și al Proiectului de Competitivitate din Moldova, finanțat de USAID și Guvernul Suediei, a organizat cea de-a opta aniversare a #WineLover. Comunitatea internațională are peste 25.000 de membri și are ca scop promovarea culturii de consum a vinului, iar la evenimentul de la Chișinău au participat membri din 11 țări ale lumii.



Activități și impact:

- Degustarea ghidată cu Vinul Moldovei, unde au fost prezentate regiunile cu Indicație Geografică Protejată (IGP) și soiurile de struguri din care se produc vinurile autohtone
- Degustarea de vinuri caracteristice fiecărei regiuni

Impactul și principalele rezultate:

- 25 de vinării participante
- 10 vizite la vinării
- 107 SKU propuse spre degustare;
- 50 de iubitori de vinuri și membrii comunității #WineLovers prezenți la cina oficială
- Oaspeți din 11 țări ale lumii

Vizibilitatea media:

- 3 emisiuni pre-eveniment
- 1 emisiune post-eveniment
- 14 apariții în presă
- 2 apariții la posturile TV (Prime/Publika TV)
- 12 postări și clipuri video pe Facebook

TRADE TRIP COREEA DE SUD

În perioada 24-27 februarie 2020, țara noastră a fost vizitată de un grup de influenceri și reprezentanți ai Asociației Internaționale de Somelieri din Coreea de Sud.

Acțiuni realizate:

- Au fost întreprinse vizite la diferite vinării din Republica Moldova, degustări de vinuri
- Întrevedere cu membrii conducerii ONVV, în cadrul căreia a fost prezentat sectorul vitivinicol și discutate perspectivele de promovare și dezvoltare ale acestuia

Impactul și principalele rezultate:

- Articole publicate despre Vinul Moldovei în presa din Coreea de Sud
- 4 pagini dedicate Vinului Moldovei, în cartea „Wine Communication” de Prof. Jae Youn Ko
- În premieră, a fost publicată o carte dedicată Vinului Moldovei, scrisă de Chan Jun Park



WINE OF
MOLDOVA

A LEGEND ALIVE

CODRU



VALUL
TRAIAN

Divin

CHAMPAGNE HAS BEEN CHAMPED
BY GENERATIONS OF WINEMAKING

IN THE LARGEST WINE CELLARS OF THE WORLD

APPRECIATED BY PEOPLE IN THE EAST AND THE WEST

SUPPORTED BY LEGENDS EVERYONE CAN EMBRACE

PIEȚE
EXTERNE



România

Campania „WINE OF MOLDOVA STORIES BY DIANA PAVELESCU”: o campanie inovativă care a apropiat consumatorii de peste Prut de vinurile moldovenești

„Wine of Moldova Stories by Diana Pavelescu” este o campanie inovativă, adaptată noii normalități de promovare a vinurilor moldovenești pe cea mai strategică piață de desfacere – România.

În fiecare sâmbătă, începând cu ora 18:00, pe pagina de facebook [Wine of Moldova](#), [Wine of Moldova](#)



România și a Dianei Pavelescu, gazda evenimentului, care deține funcția de Secretar General al Asociației Degustărilor Autorizați din România, a povestit despre istoria celor 20 de vinării care au participat în campanie, cu ce bucate pot fi asortate vinurile degustate. În același timp, participanții și urmăritorii sesiunilor live au aflat despre magazinele online și offline de unde pot procura vinurile preferate, produse în Republica Moldova.

Acțiuni realizate:

- 10 degustări ghidate desfășurate într-un format nou
- 100 de participanți, inclusiv persoane publice de pe ambele maluri ale Prutului
- 30 de vinuri selecte produse de vinificatori reuniți sub umbrela brandului vinicol de țară „Wine of Moldova. A legend alive”

Rezultate și vizibilitate media:

- 26 de apariții în media (portaluri generale și de specialitate)
- 2 apariții la TV
- Peste 42 de mii de vizualizări ale edițiilor online
- 400 de aprecieri

CAMPANIA „VIN ÎN MOLDOVA” ÎN PARTENERIAT CU CARREFOUR

Campania „Vin în Moldova” lansată de ONVV, în parteneriat cu Carrefour România, a avut ca scop promovarea vinurilor moldovenești, dar și a destinațiilor eonoturistice din țară.

Acțiuni realizate:

- 200 de persoane au câștigat câte o excursie gratuită în cramele din Republica Moldova;
- Campanie specială de distribuție a produselor în 39 de hypermarketuri;
- Participarea a 15 vinării din RM, total SKU 84;
- Creare Landing Page www.vininmoldova.ro;
- 100 de premii sub forma unui voucher ce acoperă excursia în Republica Moldova pentru 2 persoane;
- Campanie de Comunicare pe piața locală;
- Micro Campanie de promovare cu influenceri locali;
- Google & Facebook Display Ads.

Impactul și principalele rezultate:

- Plasare secundară/Insulă 4 paleți X 2 insule în total/ Hypermarket;
- Promovare în Social Media (Facebook&Instagram);
- Campanie de PR (comunicat de presă la presa de specialitate și generalistă);
- 5 influenceri au promovat campania Wine of Moldova prin intermediul a 5 instastory și 5 postări pe Instagram;
- >25300 + de click-uri;
- >1.7+ milioane de afișări;
- >430.000+ de români (reach, la o frecvență de afișare de cel puțin 4 x per cookie);
- >688.000+ de români (reach, la o frecvență de afișare de cel puțin 2.5 x per cookie)



ACȚIUNI DE PROMOVARE A VINULUI MOLDOVEI ÎN PERIOADA SĂRBĂTORILOR DE IARNĂ

Acțiuni realizate:

- Identificarea a 12 influenceri pentru realizarea postărilor gratuite pe rețelele de socializare
- Expedierea a 12 pachete pentru give away-uri către fiecare influencer (3 sticle de vin, 1 pahar WoM, 1 Catalog al vinurilor de aur 2019, 1 ghid oenoturistic, 1 Hartă Drumul Vinului, 1 cozonac, 1 pungă din material textil, 1 scrisoare personalizată, 1 termometru pentru sticle)
- Promovarea campaniei cu TopDrinks cu specificarea linkului
- Campanie de promovare Google Ads și Facebook Ads

Rezultate și vizibilitate media:

- Promovarea pe Social Media
- impact persoane – 15,1k, interacțiuni – 1,4k
- Comunicatul de presă a fost preluat de 10 surse media
- Apariția a 3 articole pe bloguri/site-urile influencerilor



ACȚIUNI DE PROMOVARE E-COMMERCE

ONVV a implementat o amplă campanie de promovare a Vinului Moldovei pe piața e-commerce din România, iar pe site-ul TopDrinks.ro a apărut o **categorie specială**, dedicată vinurilor moldovenești, în care se regăsesc 115 vinuri de la 14 vinării din țara noastră.

Acțiuni realizate:

- Selectarea vinărilor, suport listare etc.
- 14 Vinării participante (Asconi, DAC, KAZAYAK, Crama Mircești, Radacini, Timbrus, Milestii Mici, Ch. Vartely, Poiana, Purcari, Gitana, Chateau Christi, Fautor, Cricova)
- Total SKU – 115
- Campania de promovare lansată de 23 decembrie a inclus: prețuri promoționale, mecanism de promovare, distribuirea unui newsletter tematic, promovare și publicitate plătită FB & Google Ads

Studii de piață în România

Studiu de piață 1

Realizarea unui studiu de piață cu tematica „Consumul și comercializarea producției vitivinicole, măsurarea vânzărilor cu amănuntul a vinurilor liniștite și a vinurilor spumante îmbuteliate, precum și dinamica lunară a acestora pe piața din România” de către compania „ACNielsen Romania” SRL.

Rezultate:

- Studiul cuprinde date colectate în perioada ianuarie 2019 – octombrie 2020
- Webinar de prezentare a studiului către sector, organizat la data de 23 decembrie 2020
- În cadrul webinarului au participat 40 de reprezentanți ai companiilor vitivinicole

Studiu de piață 2

Realizarea unui studiu de piață privind percepția consumatorului din România față de produsele și mărcile vitivinicole din Republica Moldova, percepția față de produsele lor și de competitori. Categoriile de interes pentru studiu sunt: vinul, vinul spumant și vinars (divin) de de către compania „IPSOS” SRL, în perioada 23 octombrie – 8 decembrie 2020.

Rezultate:

- În cadrul studiului au fost intervievați 1825 de respondenți din diverse regiuni ale României
- Rezultatele studiului au fost prezentate sectorului vitivinicol din țară



Coreea de Sud

„MOLDOVA WINE CLUB IN KOREA”, JEONJU, COREA DE SUD

Brandul vinicol de țară „Wine of Moldova. A legend alive” a fost promovat și pe piețele netradiționale de export.

Acțiuni realizate:

- Lansarea „MOLDOVA WINE CLUB IN KOREA”, la inițiativa Chan Jun Park, vicepreședinte al Asociației de Somelieri din Coreea de Sud, directorul concursului Asia Wine Trophy
- Clubul are ca scop promovarea vinului de calitate din Moldova în Coreea de Sud
- ONVV a susținut acest eveniment cu materiale promoționale și informaționale, iar Ambasadorul Republicii Moldova în Coreea de Sud, prin cumul, a venit cu un mesaj de felicitare în format video



Suedia

PREZENTAREA VINURILOR MOLDOVENEȘTI LA SYSTEMBOLAGET

La începutul anului, la inițiativa ONVV și a importatorului de vinuri din Suedia „High Cost Wine”, a fost organizată o întrevvedere cu managerul principal de achiziții pe Europa de Est al „Systembolaget” – un lanț de magazine guvernamentale de alcool din Suedia și singurul magazin care vinde cu amănuntul, autorizat să comercializeze băuturi alcoolice care conțin peste 3,5% alcool în volum.

Rezultate și impact:

- Degustare a 10 SKU-uri, dintre care 2 spumante din soiuri autohtone, 1 icewine
- 20 de vinuri produse de 7 companii vinicole au fost prezentate
- Un vin din soi autohton (Feteasca Albă) urmează a fi inclus în licitația anuală



SUA

WINE PAIRING WEEKEND MEETS WINES OF MOLDOVA IN SUA

Vinul Moldovei a fost invitatul-surpriză a unei sesiuni de degustări de vinuri desfășurate în SUA. „Wine Pairing Weekend Meets Wines of Moldova” a fost organizat de bloggerul american specializat în tematica vinului, Jeff Burrows de la [Food, Wine, Click](#) și a fost o continuare adaptată contextului pentru prima ediție a Summitului presei specializate „Wine of Moldova”.

Acțiuni realizate:

- La „Wine Pairing Weekend Meets Wines of Moldova” au fost degustate 20 de seturi, a câte 3 vinuri, de la 9 producători autohtoni, care au fost livrate bloggerilor americani specializați pe vinuri și gastronomie
- Participanții au degustat vinurile și le-au asociat cu diferite tipuri de mâncare;
- Opiniile și rezultatul degustărilor au fost publicate online, pe blogurile celor 20 de participanți, pe paginile de facebook, instgram și twitter

Rezultate și vizibilitate media:

- Evenimentul online a fost distribuit și pe twitter [#winepw](#)
- 21 de articole scrise de către blogerii prezenți la eveniment
- Un articol scris de organizatorul @JefBurrows, care conține linkurile celorlalte 20 de articole



Polonia

CONGRESS ALCOHOLS & BEVERAGES, VARȘOVIA

ONVV a făcut pași importanți pentru promovarea vinurilor moldovenești în Polonia. Astfel, a creat în premieră:

Acțiuni realizate:

- O pagină web în care se regăsește oferta turistică și vinicolă destinată turiștilor polonezi
- O strategie de promovare digitală a Vinului Moldovei în Polonia prin pagina Facebook Wina Moldawii
- Campanii de comunicare cu implicarea bloggerilor și a influencerilor polonezi
- Colaborări cu reviste prestigioase de profil, precum „Interia”, „National Geographic” etc.

ACȚIUNI DE PROMOVARE ÎN REȚEAUA POLONEZĂ DE RETAIL: MODERN AND TRADITIONAL TRADE

Acțiuni realizate și Rezultate:

- Promovarea vinărilor din Portofoliul TiM: DK, Cimisla, Bostavan;
- Campanie de promovare valabile în formatele Modern și Traditional Trade (Kaufland, Carrefour, Makro, Selgros, Stokrotka etc);
- Promovarea a inclus: stand cu brandul WoM, prețuri promoționale, menționare în catalog, comunicare;
- SKU Promovate – 22, POS – peste 200 unități.

LANSAREA UNUI LANDING PAGE ÎN LIMBA POLONEZĂ

Campania de comunicare planificată în Polonia pentru 2020 a presupus lansarea în Iulie a web site-ului în format Landing PAGE în limba poloneză: <https://moldawia-zywalegenda.pl/>

Pagina web conține informații despre Moldova, despre destinațiile oenoturistice din țară, descrierea a 30 de vinării care exportă vinuri în Polonia și a 150 de vinuri reprezentative, dar și a magazinelor de comercializare a acestora.

Acțiuni realizate:

- Elaborarea Landing Page: <https://moldawia-zywalegenda.pl/>
- Studiu E-Commerce
- Promovare pe Social Media (Carousel AD, Display RTB, GDN) și prin Google Ads

Rezultate și vizibilitate media:

- Trafic pe landing page 28 000 de utilizatori
- Promovare în Social Media (Facebook&Instagram)
- 3 articole editoriale (National Geographic, Traveler, Interia)
- Promovare în Social Media (Facebook&Instagram)
- Apariția a 5 articole pe bloguri/siteuri

CONGRESS ALCOHOLS AND BEVERAGES

În perioada 12-13 octombrie 2020, 7 vinării au participat la Congress Alcohols and Beverages, cea mai importantă conferință B2B destinată furnizorilor de produse și servicii.

Acțiuni realizate:

- Selectare, amenajare spațiului promoțional (16 m2);
- Colectarea mostrelor de vinuri, expedierea vinurilor și semnarea actelor de colaborare.

Rezultate și impact:

- 7 Vinării participante (Suvorov, Bostavan, DK, Radacini, Vinuri de Comrat, Chateau Vartely, Imperial Vin) au participat în calitate de parteneri strategici ai evenimentului;
- O prezentare de Vinul Moldova în deschiderea evenimentului;
- Fiecare vinărie a avut întâlniri cu 2 potențiali parteneri;
- Prezența brandului de țară WoM pe materialele promoționale ale evenimentului.

Wine of Moldova în presa internațională

În perioada mai-iunie 2020, în presa specializată din Marea Britanie a apărut un articol despre vinurile moldovenești. În articol sunt menționate vinurile companiilor: Sălcuța, Chateau Vartely, Asconi, Bostavan, Purcari, Radacini

Acțiuni realizate și rezultate:

- Coordonarea procesului de selectare și livrare a vinurilor către dl. Giles
- Pe 14 iunie a fost publicat primul articol despre vinurile degustate: <https://www.thearticle.com/the-wines-of-moldova>

4. SUCCESUL VINULUI MOLDOVEI LA CONCURSURI INTERNAȚIONALE

35 companii vinicole reunite sub brandul vinicol de țară au fost prezente la 32 de concursuri internaționale de profil, iar ONVV a oferit suport pentru participarea la 15 dintre acestea: Berliner wine Trophy, Asia wine Trophy, International Wine Challenge, China Wine and Spirits Awards, Concours Mondial de Bruxelles, Decanter World Wine Awards (DWWA), Effervescents du Monde, Eurasia Wine & Spirits Competition (EWSC), Galicja Vitis, International Wine Challenge, IWSC Mondial des Pinots, Mundus Vini Spring Tasting, Mundus Vini Summer Tasting, Selections mondiales des vins Canada, Vinarium, DB&SB.

Suținerea acordată a presupus atât suport financiar, cât și acordarea serviciilor de colectare, selectare, înregistrare și expediere a probelor.

Numărul medaliilor obținute de Vinul Moldovei a crescut cu peste 10% față de anul 2019 și a atins un record de 956 de distincții în 2020.

Concursurile la care Vinul Moldovei a obținut cele mai multe distincții sunt:

- Decanter World Wine Awards – 124 de medalii
- International Wine Challenge – 77 de medalii și
- Galicja Vitis – 73 de medalii

Pentru a promova cele mai premiate vinuri moldovenești, ONVV a elaborat cea de-a doua ediție a Catalogului Vinurilor de Aur 2020, în paginile căruia s-au regăsit 77 de vinuri de la 44 de vinării.

Vizibilitate media:

- 12 știri online, 1 știre TV
- Fb WoM: Reach – 8666, Engagements – 546, Distribuiri – 26, Likes – 123
- Fb WoM Romania: Reach – 3240, Engagements – 125, Likes – 5



5. WINE OF MOLDOVA ACADEMY ȘI PROGRAME DE SUPTOR PENTRU SECTORUL VITIVINICOL

Colaborare cu autoritățile/organizațiile locale și internaționale

CADRUL DE REGLEMENTARE

În anul 2020, experții ONVV au înaintat Ministerului Agriculturii, Dezvoltării Regionale și Mediului mai multe propuneri privind modificarea cadrului de reglementare existent și armonizarea cu legislația UE.

Unul dintre ele este documentul de politici „Strategia de dezvoltare a sectorului vitivinicol 2020-2030”, pentru care a fost prezentată versiunea finală. La fel, experții ONVV au înaintat propuneri de modificare a legislației, printre care se numără amendamente la Legea Viei și Vinului, Legea subvenționării agriculturii și sectorului rural, Legea asigurării subvenționate în agricultură, ajustarea HG „Cu privire la modul de repartizare a mijloacelor Fondului Național de Dezvoltare a Agriculturii și a Mediului Rural” etc.

ACADEMIA „VINUL MOLDOVEI”

Academia „Vinul Moldovei” susține dezvoltarea sectorială, iar pe parcursul anului 2020 au fost organizate mai multe sesiuni de instruire, la care au fost abordate teme ce țin de implicarea statului în vederea creării unei fabrici de prelucrare a deșeurilor pentru producătorii de produse vitivinicole și promovarea unei economii verzi; de susținere a studiilor în domeniul vitivinicol și promovarea imaginii ramurii vitivinicole la nivel național; de includere a modulelor despre automatizarea proceselor de producere și folosirea tehnologiilor de precizie (drone, GPS, senzori), dar și a modulelor de instruire pentru specializările somelier, turismul vitivinicol și comercializarea produselor vitivinicole.

ACADEMIA „VINUL MOLDOVEI” ONLINE INSTRUIRI ONLINE. DIGITAL MARKETING TURISM VITIVINICOL

În perioada 18 mai – 22 mai, ONVV a organizat un program de instruire de Digital Marketing în Turism Vitivinicol, care a constat din 3 webinarii online cu Thomas Bangert (CEA TripAdvisor) din Marea Britanie și Carmina Nițescu (Antreprenor în Turism) din România. Prin urmare, au fost instruite 30 de persoane, iar post – webinar, participanții au beneficiat de consultanță individuală.

INTRODUCERE ÎN ONLINE MEDIA

ONVV a inițiat cursul „Introducere în online media” pentru a prezenta sectorului posibilitățile de promovare și comunicare pe online, iar trainerii celor două webinare au fost Sergiu Cocieru (introducere în online) și Alexander Stavțev (Analiza pieței Rusia). La curs au fost instruite 30 de persoane.

WEBINARE CU DOUĂ REȚELE MARI DE MAGAZINE DIN ROMÂNIA - CARREFOUR ROMÂNIA ȘI MEGA IMAGE ROMÂNIA

În vara anului 2020, ONVV a organizat două webinare cu participarea reprezentanților a două rețele mari de magazine: „Carrefour România întâlnește Vinul Moldovei”, din data de 15 iulie 2020 și „Mega Image” România întâlnește Vinul Moldovei” organizat pe 17 august 2020. Pe parcursul webinarilor a fost identificate provocările și cerințele actuale pentru creșterea vânzărilor de vinuri, dar și noile oportunități de comunicare și promovare a vinurilor în magazine în 2020. Drept rezultat, peste 40 de vinării au avut posibilitatea să afle despre opțiunile de colaborare cu aceste rețele.

WEBINAR – STUDIU DE PIAȚĂ FEDERAȚIA RUȘĂ

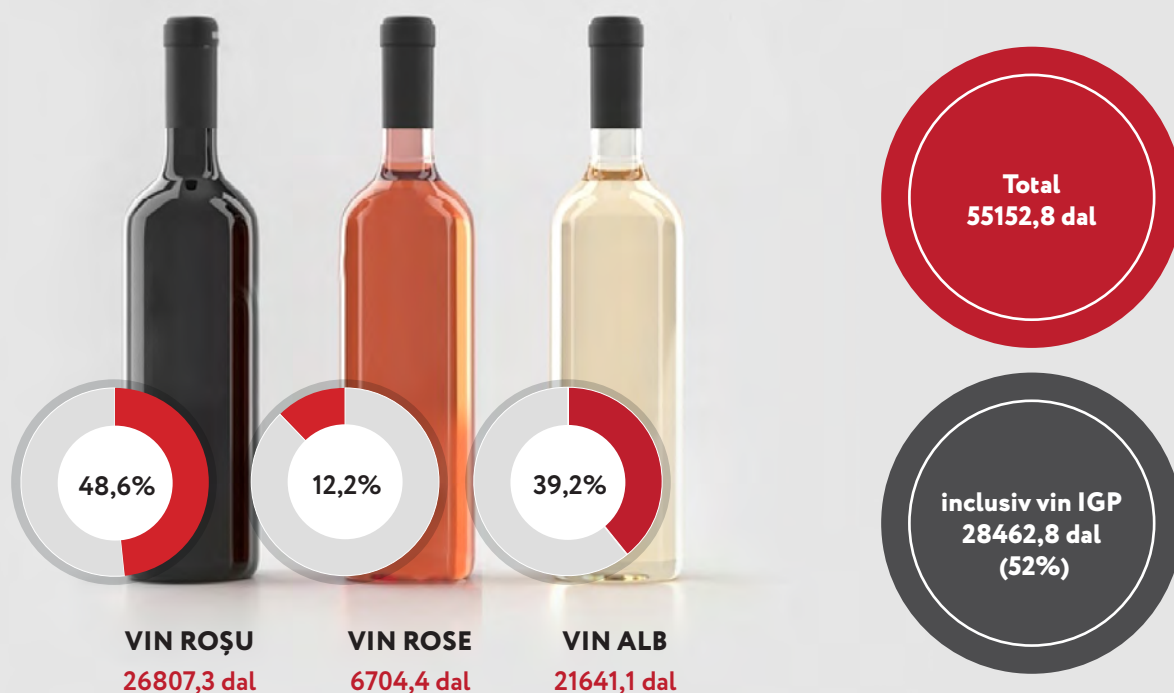
A fost realizat un studiu de piață „Анализ Российского рынка вина в целом и сегмента молдавских вин, объемы цены и дистрибуция. Ключевые выводы и предложения по рынку России”, care cuprinde date din perioada 2004 – 2019. În data de 22 decembrie, studiul a fost prezentat celor 40 de reprezentanți ai sectorului vitivinicol.

SERVICII DE CONSULTANȚĂ ȘI SUPOORT

Pe parcursul anului 2020, ONVV a acordat consultații mai multor reprezentanți ai sectorului vitivinicol referitoare la: evaluarea plantațiilor viticole tinere; la bolile fitoplasmice și virotice; subvenționarea plantațiilor viticole noi și a sistemului de suport în plantațiile viticole; defrișarea plantațiilor viticole și perfectarea documenteleor pentru prezentare la AIPA etc.

Vinificație: Proiectul PQUAP – programul de ameliorare a calității produselor vitivinicole are drept scop susținerea companiilor vitivinicole în tranziție și a micilor producători, pentru producerea vinurilor de calitate înaltă, compatibile cu standardele de calitate specifice vinurilor cu IGP. În anul 2020, numărul beneficiarilor s-a mărit până la 41 de vinării în tranziție, dintre care 34 de mici producători au primit suport la procurarea utilajului și consultanță din partea ONVV pe întreg lanțul tehnologic de producere a vinurilor de calitate.

REZULTATELE OBTINUTE DIN RECOLTA 2020 (PROGRAMUL PQUAP):



6. PROGRAME DE ASIGURARE A CALITĂȚII. TRANSFER DE CUNOȘTINȚE ȘI INOVAȚII

Registrul Vitivinicol 2020

Pe parcursul anului 2020, în Registrul Vitivinicol au fost înregistrate 14318 de cereri a plantațiilor vitivinicole, acestea constituind 8341 ha de viță-de-vie. Astfel, anul trecut, suprafața de soiuri tehnice înregistrate în Registrul Vitivinicol a ajuns la 36000 ha, în creștere cu 6% față de anul 2019.

Obiecte ale înregistrării în Registrul plantațiilor viticole sunt parcelele viticole de producție-marfă (mai mari de 0,15 ha) cu soiuri de struguri pentru vin, cu soiuri de struguri pentru masă, destinate pentru producerea coardelor altoi (plantații altoi) și producerea coardelor portaltoi (plantații portaltoi).

Implementarea sistemului de management al calității ISO 9001:2015

În perioada 27-28 iulie 2020, ONVV a obținut certificarea Sistemului de Management al Calității, conform standardului internațional ISO 9001:2015. Diploma garantează că serviciile furnizate de ONVV îndeplinesc, în mod constant, cerințele de calitate și prevederile legale în vigoare.

Evaluarea externă a fost realizată de Organismul de Certificare internațional TÜV AUSTRIA, liderul pieței de certificare și evaluare a conformității. Astfel, domeniul de aplicare a Sistemului de Management al ONVV include: gestionarea Fondului Viei și Vinului; a sistemului informațional automatizat SIA Registru Vitivinicol; a producerii produselor vitivinicole cu IGP/DOP; promovarea produselor vinicole pe piața internă și externă; efectuarea analizelor economice sectoriale și studiilor de piață; acordarea serviciilor de consultanță, transfer de cunoștințe și inovații.

Certificarea sistemului de management al calității formează bazele dezvoltării durabile a ONVV, oferind instrumente concrete pentru perfectarea metodelor de lucru și creșterea performanței.

Gestionarea sistemului privind calitatea vinurilor cu IGP

În prima etapă a programului de control și asigurare a calității, ONVV a organizat degustări regionale în cele 3 regiuni IGP, la care au fost degustate 285 de loturi de vin materie primă, de pe 55 de unități vitivinicole, produse în campania de recoltă 2020.

O comisie formată din 5 degustători autorizați a apreciat calitatea vinurilor și conformitatea lor cu cerințele Caietului de sarcini. În pofida condițiilor climaterice nefavorabile, calitatea vinurilor albe și roșii este mai înaltă comparativ cu anul de roadă 2019. La cea de-a doua etapă, înainte de lansarea pe piață, fiecare lot de produse vitivinicole cu IGP, a fost evaluat în conformitate cu prevederile Caietului de sarcini. Evaluarea a fost realizată de o comisie formată prin rotație (SIA) din cei peste 50 de degustători autorizați. În total, în anul 2020 au fost organizate 29 de evenimente de degustare, pe parcursul cărora au fost evaluate 695 loturi de vin cu IGP.

Controlul extern al respectării Caietului de sarcini

IP Laboratorul Central de Testare a Băuturilor Alcoolice/Nealcoolice și a Produselor Conservate a efectuat verificările anuale ale producătorilor de struguri și produse vitivinicole cu IGP în conformitate cu planul de control emis de către ONVV. Verificările au avut loc în regiunile „Valul lui Traian” (1061,94 ha), „Ștefan Vodă” (367,52 ha), „Codru” (973,93 ha), „Divin” (280,26 ha). În total, au fost verificate 2683,65 ha, adică 27,7% din suprafețele totale luate în evidență (9698,08 ha), dintre care 21,89 ha fiind neconforme din cauza gradului mare de goluri, viile au fost defrișate. La fel, au fost evaluate 113823,7 dal vin produs în cele 3 zone IGP. Neconformități nu au fost depistate.

Studierea microbioților strugurilor din 3 regiuni

În anul 2018, ONVV a început colaborarea cu Laboratorul SARCO din Bordeaux, pentru a identifica microbioți specifici din regiunile vitivinicole delimitate. Concluziile au arătat că, din punct de vedere cantitativ, strugurii din Moldova au un conținut de drojdii apropiat de strugurii studiați din alte regiuni (90% din Franța), pe când conținutul de bacterii este mult mai redus. În 2020, 50 de tipuri de struguri au fost analizați, iar rezultatele au arătat că aceștia conținut drojdii și populații de bacterii care se înscriu în caracteristicile celor 3 tipuri de bacterii (bacteriile acetice *Gluconobacter oxydans*), care reprezintă un indicator al unei maturități puternice a strugurilor și a bacteriilor lactice de tip *Lactobacillus* (populație mică).

Acțiuni de Cercetări și Experimentări. Transfer de inovații și tehnologii

În anul 2020, Oficiul Național al Viei și Vinului a desfășurat o serie de acțiuni de promovare a tehnologiilor avansate în pepenieritul viticol, viticultură și vinificație, în vederea fortificării calității produselor vitivinicole moldovenești, pentru ca acestea să fie mai competitive și mai solicitate pe piețele-țintă. Alături de Proiectul de Competitivitate din Moldova, finanțat de Agenția SUA pentru Dezvoltare Internațională și Guvernul Suediei, au fost implementate mai multe proiecte inovative, pentru a asigura o dezvoltare durabilă a afacerilor din toate cele trei sub-sectoare ale sectorului vitivinicol – pepenieritul viticol, viticultură și vinificație.

Proiectul „FlaveDor”: maladiile fitoplasmice „Flavescence doree” și „Bois noir”

În anul 2020, după evaluarea vizuală a 40 ha plantații viticole (7 Loturi experimentale -demonstrative ale ONVV, 12 parcele viticole, 8 denumiri de soiuri) și a testelor de laborator prin metoda PCR (LVCF – 12 probe) au fost emise concluziile:

1. gradul de afectare a viilor, evaluate vizual, după simptome, de către maladiile fitoplasmice variază între 8,5 – 40,0%
2. 100% din probe, testate prin metoda PCR, au fost diagnosticate pozitiv cu Bois noir

La sfârșitul anului 2020, a fost elaborată, în versiune electronică, broșura „Bunele practici privind depistarea, testarea, profilaxia și combaterea maladiilor fitoplasmice în plantațiile viticole din Republica Moldova”.



Proiectul „Struguri de Calitate”

Pe parcursul anului 2020 (anul 4 al implementării), din strugurii colectați de pe 6 loturi experimentale au fost produse 11 variante de vinuri (3 variante - vinuri albe, 8 variante - vinuri roșii), pentru care au fost utilizate 600 kg de struguri albi (Feteasca albă, Feteasca regală) și 1161 kg de struguri roșii (Feteasca Neagră). Concluziile generale arată că:

- Strugurii s-au caracterizat prin greutate mică, la fel ca și randamentul în must
- Soiurile albe (Feteasca Albă și Feteasca Regală) au acumulat un conținut mai mic de zahăr, iar strugurii din Feteasca Neagră au atins maturitatea deplină în prima decadă a lunii septembrie
- Condițiile anului au fost favorabile pentru inițierea și declanșarea rapidă a fermentației malolactice, iar vinurile roșii s-au caracterizat printr-un conținut foarte scăzut al acidității volatile (0,2 – 0,3 gr/l). Astfel, calitatea vinurilor roșii, în anul de roadă 2020 este foarte înaltă

Rețeaua parcelor viticole experimentale

Pe parcursul anului 2020, au fost elaborate și difuzate 12 buletine vitivinicole, în care au fost incluse informații privind datele meteo, parcursul fazelor fenologice ale viței-de-vie, riscul de afectare a viței-de-vie de către boli și dăunători, precum și alte informații utile pentru sectorul vitivinicol.

DISEMINAREA INFORMAȚIEI CĂTRE SECTOR

Conferința Națională a Filierei Vitivinicole „Anul Vitivinicol 2019” (martie)

Ediția a treia a scos în evidență subiecte legate de durabilitatea sectorului vitivinicol, conjunctura vitivinicolă din Republica Moldova în anul 2019, viitorul sectorului vitivinicol, particularitățile anului 2019 în materie de condiții meteorologice, fenologie și starea fitosanitară.

Acțiuni realizate:

- 8 rapoartori, inclusiv 1 expert internațional (Dr. Olivier Viret, expert, Elveția)
- 4 master-class-uri organizate

Vizibilitatea media:

- 9 reportaje la televiziunile locale, 29 materiale online
- 1 transmisiune live a conferinței în întregime (realitatealive.md)

Impactul și principalele rezultate:

- 78 de participanți, reprezentanți ai sectorului vitivinicol din RM
- 1 expert internațional în calitate de speaker, oaspete de onoare al Conferinței
- 78 de stickuri USB diseminate, ce conțineau prezentările experților
- 96 persoane participante la master-class-urile Pop-Up Vinul Moldovei
- 3 pit-stopuri cu degustări
- 6 promotori ce au promovat vinurile cu IGP
- Promovarea tururilor vinicole și a ofertei oenoturistice
- 6 picturi cu identitatea vizuală a evenimentului
- 18000 de participanți

Conferința națională „Recolta de struguri 2020”(august)

Ediția a patra a avut ca temă principală cea mai modestă recoltă de struguri din ultimii ani cauzată de episoadele de vreme extremă.

Acțiuni realizate:

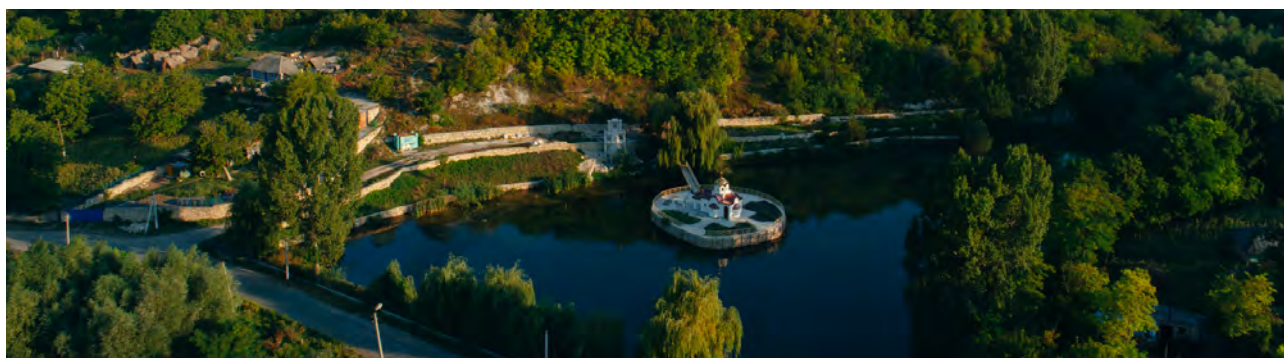
- 5 rapoartori, inclusiv 1 expert internațional (Con Simos, Institutul vinului din Australia)
- Prezentarea a două rapoarte referitoare la proiectul „Struguri de calitate”
- Recoltarea și procesarea strugurilor în condiții de secetă
- Teme abordate: 1. Conjunctura vitivinicolă 2019-2020; 2. Estimarea recoltei 2020
- Recoltarea și procesarea strugurilor în condițiile pandemiei de COVID-19

Impactul și principalele rezultate:

- Ediția a patra a fost organizată în format online, cu transmisiune LIVE pe pagina de facebook Wineofmoldova și cu traducere simultană în română și rusă

Vizibilitatea media:

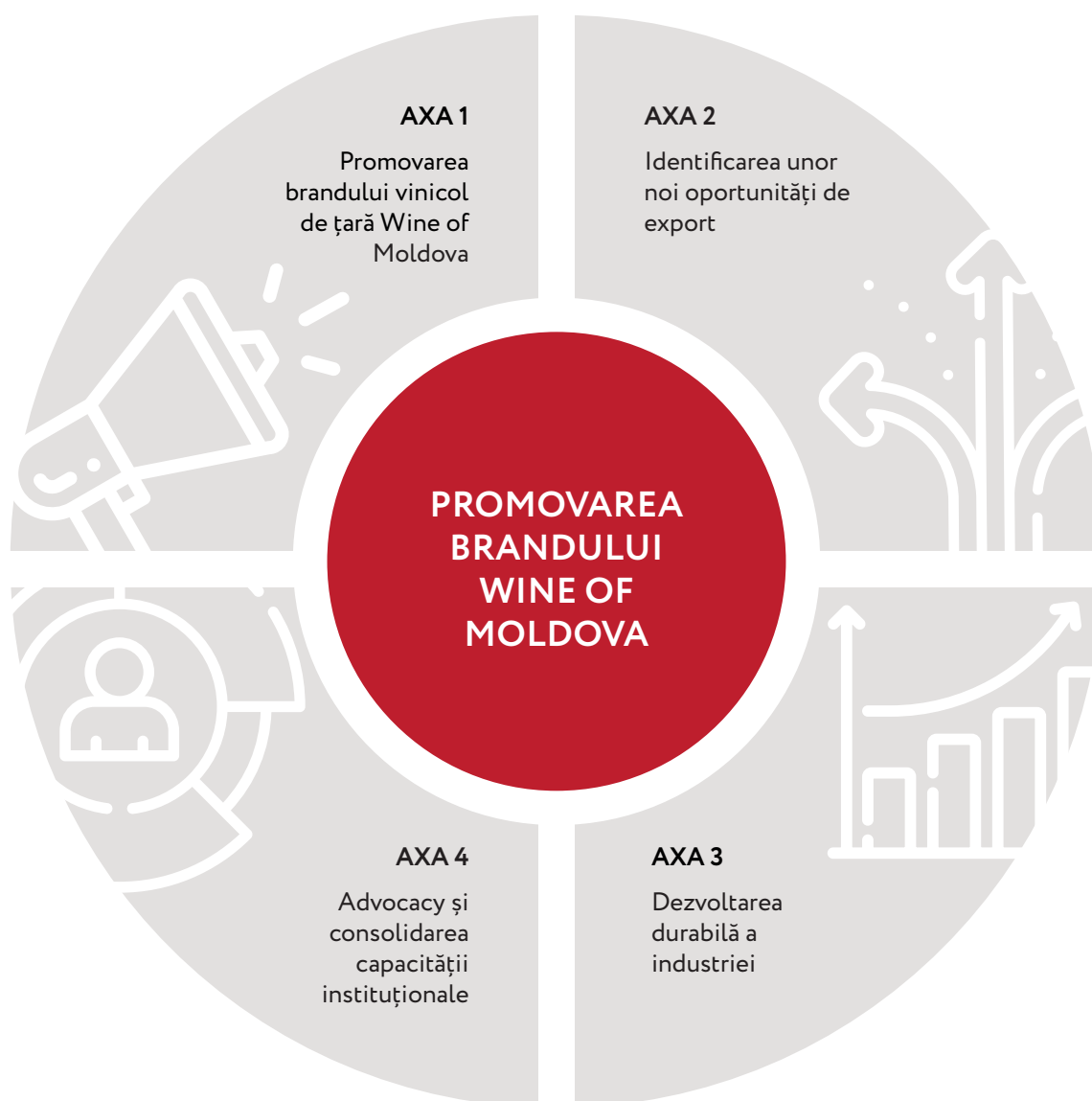
- 7 știri TV, 41 de știri online



7. AXELE STRATEGICE DE DEZVOLTARE

În contextul pandemiei de COVID-19 și a resetării priorităților în toate domeniile economiei globale, și industria vitivinicolă din RM a trebuit să facă față noilor provocări și să se reorienteze, în special, spre o organizare eficientă a proceselor instituționale de lucru, dar și spre un sistem care să asigure dezvoltarea sectorului. În acest context, reorganizarea a pornit de la resetarea axelor strategice ale ONVV, care vor permite o mai mare claritate și transparență asupra activității desfășurate și care vor susține dezvoltarea armonioasă a sectorului vitivinicol din RM. Axele strategice cuprind toate aspectele extinse care urmează a fi implementate, pentru a face față provocărilor în noua realitate globală și care abordează problemele reale ale sectorului, care vin cu un răspuns imediat și eficient pentru necesităților producătorilor.

Astfel, activitatea ONVV va fi desfășurată conform următoarelor axe strategice:



AXA 1

Promovarea brandului vinicol de țară Wine of Moldova

Consolidarea imaginii țării drept un producător de vinuri de calitate și îmbunătățirea imaginii vinurilor îmbuteliate pe noile piețe de export, realizate printr-un mix de activități de promovare directă.

Activități specifice:

- Dezvoltarea strategică a sectorului în jurul conceptului de promovare a Moldovei ca producător de vinuri de calitate
- Poziționarea globală a țării în rândul producătorilor de vinuri de calitate
- Contractarea unui specialist marketing/ companie internațională de marketing pentru elaborarea unui plan de marketing strategic și identificarea unei idei geniale de promovare
- Publicarea materialelor și recenziilor în reviste notorii de specialitate și asocierea cu brand ambasadori renumiți la nivel internațional
- Participarea la cele mai prestigioase evenimente
- Colaborarea cu cele mai notorii Organizații Vinicole din lume și fructificarea platformelor de comunicare pentru creșterea credibilității Moldovei
- Listarea vinurilor la cele mai cunoscute și prestigioase cluburi, restaurante Michelin, localuri notorii
- Crearea sistemului de calitate DOP și a minim 3 zone viticole, care ar putea produce vinuri DOP

Indicatori de performanță ai axei:

- recunoașterea brandurilor moldovenești (în prezent, studiul IPSOS-România cuprinde 3 branduri) și atitudine pozitivă față de Vinul Moldovei
- stabilirea unui preț mediu de vânzare a vinurilor (NIELSON România: 15,3 RON/Litru)
- creșterea numărului de consumatori selecți la evenimentele WoM
- creșterea indicatorilor campaniilor digitale (vizualizări, interacțiuni, lead-uri)
- organizarea unui număr în creștere a evenimentelor de calitate a vinurilor îmbuteliate.

SEPTEMBRIE

Pasul I:
identificare
marketolog
internațional

RO WINE ROMÂNIA

OCTOMBRIE

Pasul III:
strategia de comunicare

ZNV, EDIȚIA A XX-A

NOIEMBRIE

Pasul IV:
Plan de acțiuni pe 3 ani

VIZITA PREȘEDINTELUI
OIV LUIGI MOIO
LANSARE ACTIVITĂȚI UCRAINA

AXA 2

Identificarea unor noi oportunități de export

Activități B2B, cu identificarea importatorilor pe anumite piețe și investiții ulterioare în activități de comerț clasic sau electronic.

Pe piețele tradiționale, ONVV desfășoară o serie de activități de prezentare a producătorilor listați deja la raft, sub umbrela unică „Wine of Moldova” și de cunoaștere a vinurilor prezente și în alte rețele. Iar cu ajutorul agențiilor locale de trade marketing sunt listate un număr mai mare de companii pe piețele respective, cu posibilitatea replicării acestor acțiuni și pe alte platforme de promovare.

Activități specifice:

- Identificarea companiilor specializate pe servicii de conectare a producătorilor cu potențiali importatori, distribuitori, vânzători angro sau rețele de magazine
- Gruparea producătorilor pe profiluri și identificarea partenerilor relevanți
- Negocierea cu reprezentanții rețelelor mari de magazine și promovarea comerțului vinului și listarea noilor producători.
- Promovarea pe platformele online specializate pe comercializarea de vinuri
- Desfășurarea degustărilor profesionale pentru buyeri și importatori
- Colaborarea cu organizații/asociații de profil/business pentru suport în activitățile de promovare și penetrare pe noi piețe
- Analizarea datelor obținute, pentru a asigura un impact mare pe piețele respective

Indicatori de performanță ai axei:

- Suma totală a exporturilor de vinuri
- Raportul de export dintre vinurile în vrac și vinurile îmbuteliate
- Prețul mediu per unitate în creștere
- Majorarea cotei de export pe anumite piețe
- Numărul de companii listate în rețelele naționale

ACTIVITĂȚI B2B, UK, COFINANȚARE



AXA 3

Dezvoltarea durabilă a industriei

Întregul lanț valoric al industriei, de la pepinieritul viticol până la cadrul legal, servicii de logistică și dezvoltare durabilă a industriei.

Activități specifice:

- Elaborarea și implementarea Strategiei de dezvoltare sectorială, care să cuprindă politica de stat „Promovarea Moldovei ca producător de vinuri de calitate”
- Elaborarea strategiei privind dezvoltarea durabilă (certificare produselor sustenabile)
- Modificarea cadrului legal și armonizarea conform bunelor practici, prin eliminarea procedurilor ce scad competitivitatea producătorilor vinicoli
- Scăderea costurilor pentru certificare, după analiza metodologiei și eliminarea parametrilor obligatorii
- Întărirea capacității industriei, prin sesiuni de instruire
- Crearea Institutului Viei și Vinului și a condițiilor propice ca știința să poată oferi soluții pentru provocările sectorului

MAI - DECEMBRIE (2021)

ANALIZA COMPLETĂ A
CADRULUI LEGAL

2021-2031

STRATEGIA SORTIMENTULUI
VITICOL AL RM

STRATEGIA DE DEZVOLTARE
DURABILĂ

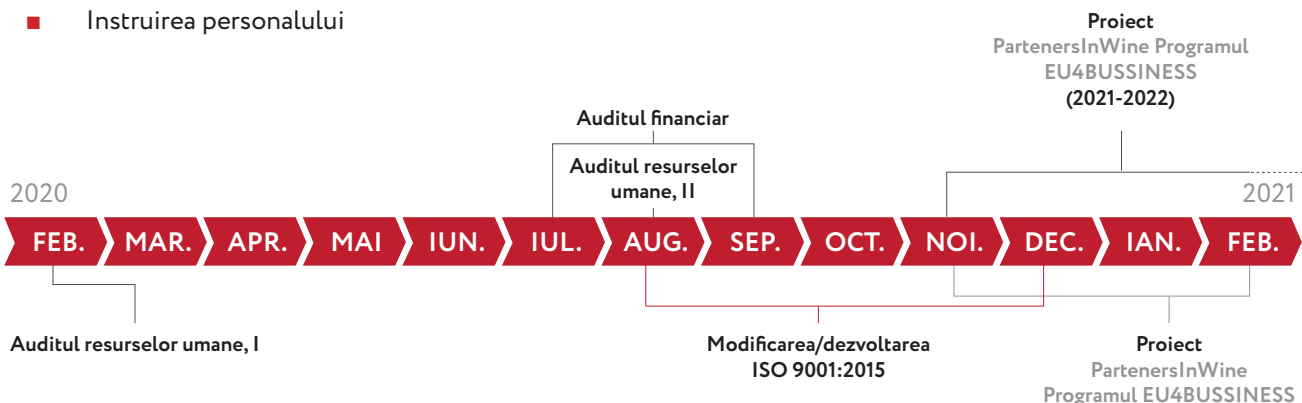
AXA 4

Promovarea și consolidarea capacității instituționale

Necesitatea creșterii capacităților instituției dar și a imaginii ONVV.

Activități specifice:

- Realizarea auditului resurselor umane
- Crearea unei noi structuri organizaționale, cu includerea profilurilor de funcție și a indicatorilor de performanță relevanți conform Axelor Strategice
- Realizarea auditului intern pentru identificarea lacunelor și crearea procedurilor interne cu scopul de a asigura o activitate transparentă, eficientă, echidistantă
- Realizarea auditului intern ISO
- Instruirea personalului



8. ANEXE. DATE STATISTICE ALE SECTORULUI VITIVINICOL

Tabel 1. Repartiția producătorilor IGP după regiuni și categorie de producători, situația la 22.09.2020

Nr. producători IGP	IGP Codru	IGP Valul lui Traian	IGP Ștefan Vodă	IGP Divin	Total
Producători de vinuri	5	2			7
Producători de produse vitivinicole (vin și struguri)	13	16	9	5	43
Producători struguri	8	24	2		34
Suprafața plantațiilor de vie cu IGP, ha	2686.7	3300.08	1204.2	2507.0	9697,98
	26	42	11	5	84

Tabel 2. Evoluția declarării produselor vitivinicole cu IGP, campania vitivinicolă 2015-2020

Volum vin declarat, dal	2015	2016	2017	2018	2019	2020
IGP Ștefan Voda	207456.7	205298.3	172787.7	174834.1	321046.6	244357.3
IGP Valul lui Traian	538448.6	746690.1	1041942.6	468046.4	724559.4	526123.6
IGP Codru	333541.9	237213.8	236017.6	237989.2	346506.6	112014.1
Total	1079447.2	1189202.2	1450747.9	880869.7	1392112.6	882495.0

Tabel 3. Structura sortimentului viței-de-vie pe rod înregistrate în RVV, ha

Soi	Suprafață, ha
Aligote	5099
Cabernet Sauvignon	4999
Merlot	4794
Sauvignon	4467
Rkațiteli	2603
Chardonnay	2585
Pinot Noir	1340
Riesling de Rhin	935
Pinot Gris	908
Bianca	738
Saperavi	352

Tabel 4. Evoluția producerii produselor vitivinicole pentru perioada 2010-2020 în RVV

Anul de recolta	Mil., dal
2010	7
2011	12
2012	11
2013	20
2014	13
2015	13
2016	14
2017	18
2018	23.5
2019	18
2020	10.4

Tabel 5 Colectarea și procesarea declarațiilor de stoc în RVV

Anul de prezentare a declarației	Vin vrac, mil. dal	Vin îmbuteliat, mil. dal	Pe bază de vin mil. dal
2013	13.4	0.8	3.8
2014	22.1	0.8	5.1
2015	17.4	1.1	2.3
2016	15.4	0.9	3.8
2017	12.7	1.27	4.4
2018	14.2	0.8	4.1
2019	21	1	2
2020	17	1	4

Tabel 6. Stocuri ale produselor pe bază de vin, în RVV, mil. dal

Produs pe bază de vin	mil. dal.
Distilate p/u divin	1.4
Disitilate de vin	0.5
Divin	0.9
Brandy	0.1
Altele	1.1

Tabel 6. Stocuri ale produselor pe bază de vin, în RVV, mil. dal

anul	< 50 t	51-500 t	501-1000 t	1-5 mii t	5 - 10 mii t	> 10 mii t
2013	10	27	8	50	15	7
2014	12	29	9	35	11	3
2015	13	26	19	35	11	2
2016	19	26	9	28	11	4
2017	12	28	10	34	15	7
2018	19	21	10	35	17	8
2019	13	30	14	32	11	4
2020	34	18	11	33	6	2

Tabel 7. Medalii și concursuri

Denumire concurs	Medalii obținute											Master	TOTAL
	Plati-num	Cham-pion Grand Gold	Grand Gold	Cham-pion Gold	Great Gold	Double gold	Gold	Silver	Bronze	Seal of approval	Com-mended		
Asia Wine Trophy	0	0	2	0	0	0	33	22	0	0	0	0	57
Austria Wine Competi-tion	0	0	0	0	0	0	6	3	0	0	0	0	9
AWC Vienna	0	0	0	0	0	0	1	6	0	2	0	0	9
Berliner Wine Trophy	0	0	2	0	0	0	53	17	0	0	0	0	72
Brut Experience	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	2
Challenge Internation-al du Vin	0	0	0	0	0	0	24	18	5	0	0	0	47
China Wine and Spirits Awards	0	0	0	0	0	1	4	4	2	0	0	0	11
Citadelles du Vin	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	3
Concours de Lyon	0	0	0	0	0	0	6	0	0	0	0	0	6
Concours Mondial de Bruxelles	0	0	1	0	0	0	13	29	0	0	0	0	43
DWWA	3	0	0	0	0	0	3	36	55	0	27	0	124
Effervescents du Monde	0	0	0	0	0	0	1	10	0	0	0	0	11
EWSC	0	0	0	0	3	0	58	10	0	0	0	0	71
Frankfurt International Trophy	0	0	0	0	0	0	4	1	0	0	0	0	5
G100 International Wine & Spirits Awards	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Galicja Vitis	0	3	2	1	0	0	67	0	0	0	0	0	73
International Wine Challenge	0	0	0	0	0	0	0	7	36	34	0	0	77
IWSC	0	0	0	0	0	0	0	13	55	0	0	0	68
London Wine Com-petition	0	0	0	0	0	0	2	10	6	0	0	0	18
Mondial des Pinots	0	0	0	0	0	0	0	5	0	0	0	0	5
Mundus Vini Spring Tasting	0	0	2	0	0	0	35	35	0	0	0	0	72
Mundus Vini Summer Tasting	0	0	0	0	0	0	15	9	0	0	0	0	24
Oenoforum	0	0	3	0	0	0	8	0	0	0	0	0	11
Paris Wine Cup	0	0	0	0	0	0	0	10	5	0	0	0	15
Prodexpo	0	0	0	0	0	0	8	4	5	0	0	0	17
Sakura Japan Women's Wine Awards	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Selections modiales des vins Canada	0	0	5	0	0	0	8	9	0	0	0	0	22
USA Wine Ratings	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	3
Vinalies® Internatio-nales	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Vinarium International Wine Contest	0	0	0	0	0	0	54	10	0	0	0	0	64
Wine & Barrel Allianc-es du Monde	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
DB&SB Autumn Tast-ing (SPIRITS)	0	0	0	0	0	0	8	4	0	0	0	1	13
TOTAL	3	3	17	1	3	2	417	277	169	36	27	1	956

„SINGUR, ONVV POATE MERGE REPEDE. ÎMPREUNĂ PUTEM MERGE DEPARTE!”

Mulțumim partenerilor noștri!





IP Oficiul Național al Viei și Vinului
Adresa: str. Mitropolit Dosoftei 126, Chișinău,
MD-2012, Republica Moldova

Telefon: (+373) 22 105 560
Fax: (+373) 22 105 561
Email: office@wineofmoldova.com
www.wineofmoldova.com

