vinetur

Moldavia destina 125 millones de euros a transformar su modelo exportador de vino

El plan busca abandonar el granel, elevar un 25% el precio exterior, renovación de viñas y más venta digital

martes 21 de julio de 2026



Moldavia ha aprobado un plan de 125 millones de euros para reducir el peso del vino a granel en sus exportaciones, renovar parte del viñedo y elevar el valor de sus vinos entre 2026 y 2030. La estrategia, respaldada por el Ministerio de Agricultura y de la

Industria Agroalimentaria, busca reorientar un sector que sigue siendo una base de la economía del país, pero que arrastra problemas de productividad, envejecimiento de las viñas y adaptación al mercado.

El sector vitivinícola moldavo exporta el 85% de su producción. Dentro de ese volumen, el vino a granel representa el 60% de las ventas al exterior, aunque solo aporta el 30% del valor. Esa diferencia explica una parte del giro planteado por las autoridades y por las bodegas: vender menos volumen sin embotellar y obtener más ingresos con vinos de mayor precio.

La “Visión estratégica de desarrollo del sector vitivinícola para 2026-2030” fue aprobada a finales de mayo y prevé una inversión de unos 125 millones de euros en cinco años. La mitad del dinero deberá proceder del sector privado. El programa se organiza en tres áreas: producción, comercialización y desarrollo de mercados, y ecosistema, que incluye formación, investigación, marco institucional e innovación.

Moldavia, situada entre Rumanía y Ucrania, cuenta con 110.000 hectáreas de viñedo, según la Organización Internacional de la Viña y el Vino. Pese a esa superficie, la producción anual no supera los 1,8 millones de hectolitros ni siquiera en los mejores años. El plan atribuye esa situación a prácticas e infraestructuras tecnológicas antiguas, viñedos poco adaptados al cambio climático y a la demanda actual, además del envejecimiento de buena parte de las plantaciones.

La hoja de ruta fija como meta elevar el rendimiento medio hasta al menos 8 toneladas por hectárea antes de 2030. En la actualidad, la media es de 5 toneladas por hectárea. Para lograrlo, el sector prevé ampliar en al menos 2.000 hectáreas la superficie irrigada y modernizar otras 7.500 hectáreas con sistemas de cultivo que faciliten, entre otras cosas, la mecanización.

El ajuste también incluye una reducción del viñedo menos productivo. El plan contempla arrancar 15.000 hectáreas de viñas abandonadas o con bajo rendimiento y plantar 5.000 hectáreas nuevas. Casi la mitad del viñedo actual tiene más de 25 años. Entre las carencias detectadas figura además la incapacidad actual para producir material vegetal certificado y una composición varietal que ya no encaja con la demanda internacional.

La volatilidad productiva es otro problema señalado por el sector. Como ejemplo, la cosecha de 2025 fue un 53% superior a la de 2024. Esa oscilación complica tanto la planificación industrial como la comercial.

En el área comercial, Moldavia quiere apoyarse más en el marketing digital y en el comercio electrónico, sobre todo para llegar a mercados lejanos como Estados Unidos o Corea del Sur. La estrategia plantea reforzar la venta online mediante plataformas especializadas como Wine.com o Drizly y acompañarla con campañas dirigidas a públicos concretos. El objetivo es aumentar un 20% el volumen medio vendido a través de canales digitales antes de 2030.

Otro eje del plan pasa por elevar el precio medio del vino moldavo en exportación un 25%. En este momento se sitúa en 1,45 dólares por litro, frente a una media mundial de 3,60 dólares por litro. La apuesta oficial pasa por reducir la dependencia del granel y ganar presencia en segmentos premium, super-premium y ultra-premium.

Para ello, Moldavia quiere apoyarse en sus variedades autóctonas y en los vinos con IGP y AOP. Ion Mereuta, responsable comercial de Asconi y principal exportador moldavo al Reino Unido, sostiene que vender variedades poco conocidas es ahora más sencillo porque los consumidores jóvenes usan el móvil y herramientas de inteligencia artificial para informarse sobre el vino. Titus Pislaru, responsable comercial de Salcuta en Chisináu, afirma que existe demanda para las uvas locales y añade que esa oferta puede convivir con variedades internacionales. Pislaru señala además que los productores del país pueden responder al interés por los vinos desalcoholizados gracias a empresas especializadas instaladas dentro de Moldavia.

La estrategia también aspira a aumentar los ingresos del enoturismo como parte del reposicionamiento del vino moldavo. En paralelo, las autoridades han puesto en marcha un nuevo Centro de Innovación en Viticultura y Vinificación en Chisináu. El secretario de Estado del Ministerio de Agricultura, Andrian Digolean, afirma que este centro estará orientado a la investigación aplicada, la formación profesional y la colaboración con el sector para mejorar la capacidad comercial del vino moldavo y adaptarlo a las exigencias de los mercados internacionales.