vinetur

La Moldavie approuve un plan de 125 millions d’euros pour faire évoluer son industrie viticole au-delà des exportations en vrac

La stratégie quinquennale vise à moderniser les vignobles, remplacer les vignes vieillissantes et augmenter les prix à l’export grâce aux vins en bouteille et aux cépages autochtones

mardi 21 juillet 2026



L’industrie viticole moldave a adopté une stratégie quinquennale soutenue par le gouvernement, qui vise à réduire la dépendance aux exportations de vin en vrac, à moderniser les vignobles et à accroître la valeur des vins du pays sur les marchés étrangers.

Le plan, approuvé fin mai par le ministère moldave de l’Agriculture et de l’Industrie alimentaire, définit une feuille de route 2026-2030 pour un secteur qui reste central dans l’économie nationale mais qui a été confronté à des vignes vieillissantes, à des technologies obsolètes, à des récoltes irrégulières et à des implantations de vignobles qui ne correspondent plus aux contraintes climatiques ni à la demande du marché. Le budget s’élève à environ 125 millions d’euros sur cinq ans, dont près de la moitié devrait provenir d’investissements privés.

Ce virage est important pour un pays où le vin a longtemps été un moteur des exportations. La Moldavie, située entre la Roumanie et l’Ukraine, exporte environ 85 % de sa production viticole. Le vin en vrac domine encore ces expéditions. Il représente 60 % des volumes exportés mais seulement 30 % de la valeur des exportations, un écart que les responsables du secteur considèrent comme l’un des signes les plus clairs que le pays doit monter en gamme s’il veut obtenir de meilleurs rendements.

La stratégie s’articule autour de trois volets : la production, le marketing et le développement des marchés, ainsi que ce que les responsables décrivent comme l’écosystème plus large de la formation, de la recherche, des institutions et de l’innovation. Ensemble, ces mesures doivent repositionner le vin moldave en l’éloignant d’un modèle fondé sur les volumes pour l’orienter vers des vins en bouteille dotés d’une identité plus forte, de prix plus élevés et de meilleures marges.

Au niveau du vignoble, le plan prévoit une restructuration d’ampleur. Les responsables veulent porter les rendements moyens à au moins 8 tonnes par hectare d’ici 2030, contre environ 5 tonnes par hectare actuellement. Pour y parvenir, la stratégie prévoit des systèmes viticoles plus modernes, des cépages mieux adaptés et un recours accru à l’irrigation. Au moins 2 000 hectares de vignobles devraient être équipés de l’irrigation, tandis que 7 500 hectares doivent être modernisés avec des systèmes de conduite permettant une gestion et une mécanisation plus efficaces.

Le plan comprend également l’arrachage de 15 000 hectares de vignes peu productives ou abandonnées et la plantation de 5 000 hectares de nouveaux vignobles. Cet objectif reflète la structure d’âge du vignoble moldave : près de la moitié des vignes existantes ont plus de 25 ans. Les responsables du secteur estiment que ce renouvellement est nécessaire non seulement pour améliorer les rendements, mais aussi pour adapter les vignobles aux préférences actuelles des consommateurs et à l’évolution des conditions météorologiques.

La volatilité de la production est un autre sujet de préoccupation. Selon le document stratégique, la production viticole moldave en 2025 était supérieure de 53 % à celle de 2024, ce qui souligne à quel point les volumes peuvent varier fortement d’une année sur l’autre. Les bonnes années, la production annuelle ne dépasse pas 1,8 million d’hectolitres. Malgré cela, la Moldavie reste l’un des pays les plus densément plantés en vigne au monde, avec environ 110 000 hectares plantés, selon l’Organisation internationale de la vigne et du vin.

Sur le plan commercial, le gouvernement et les producteurs veulent développer à la fois les ventes intérieures et les exportations, tout en utilisant des outils numériques pour toucher les consommateurs sur des marchés éloignés. La stratégie identifie le commerce électronique et le marketing numérique comme des relais de croissance, en particulier dans des pays comme les États-Unis et la Corée du Sud, où les circuits de distribution traditionnels peuvent être plus difficiles à pénétrer pour des origines de petite taille. D’ici 2030, la feuille de route vise une hausse de 20 % du volume moyen des ventes via les canaux en ligne.

Cet effort s’inscrit dans une dynamique plus large de montée en gamme. La Moldavie veut réduire sa dépendance aux expéditions en vrac et augmenter son prix moyen à l’export de 25 %. Le niveau actuel s’établit à 1,45 dollar par litre, bien en dessous de la moyenne mondiale de 3,60 dollars par litre citée dans la stratégie. Les responsables souhaitent également accroître les recettes du tourisme viticole dans le cadre d’un effort plus large visant à améliorer l’image du pays à l’étranger.

Un élément central de ce repositionnement est une attention accrue portée aux cépages autochtones et aux vins commercialisés sous indications géographiques protégées et appellations. Les producteurs et les responsables estiment que les cépages locaux peuvent aider à distinguer le vin moldave sur des marchés d'exportation encombrés, où les variétés internationales seules offrent peu de différenciation.

Ion Mereuta, directeur commercial d'Asconi, a décrit cette approche comme plus viable qu'elle n'aurait pu l'être par le passé, car les jeunes consommateurs utilisent désormais des smartphones et des outils d'intelligence artificielle pour rechercher des vins et des cépages inconnus avant d'acheter. Titus Pislaru, directeur commercial de Salcuta à Chisinau, a déclaré que la demande pour les variétés locales augmente et a noté que les producteurs moldaves peuvent aussi proposer des cépages internationaux. Il a ajouté que l'intérêt pour les vins désalcoolisés progresse également et a indiqué que les producteurs peuvent y répondre, car des entreprises spécialisées sont déjà implantées dans le pays.

La stratégie souligne également des faiblesses structurelles au-delà du renouvellement des vignobles. Parmi elles figure l'incapacité actuelle de la Moldavie à produire du matériel végétal certifié à l'échelle requise par le secteur. Cette lacune pèse sur les plans de replantation et limite les efforts visant à aligner les vignobles sur les objectifs de qualité et la demande à l'export. Les responsables estiment que la recherche, la formation technique et une coordination plus étroite entre les institutions publiques et les producteurs seront nécessaires pour que le plan réussisse.

Dans le cadre de cet effort, la Moldavie a récemment ouvert à Chisinau un nouveau centre d'innovation pour la viticulture et la vinification. Ce centre doit soutenir la recherche appliquée, la formation professionnelle et la collaboration avec les viticulteurs et les caves. Andrian Digolean, secrétaire d'État au ministère de l'Agriculture, a déclaré que son objectif est de renforcer la compétitivité et d'aider les producteurs à s'adapter aux exigences du marché international.

La stratégie marque un changement notable pour une industrie longtemps connue pour fournir du vin à prix compétitif plutôt que pour bâtir un prestige autour de son origine. La Moldavie cherche désormais à fonder sa réputation sur la qualité, l'innovation et

l’identité de ses cépages, tout en conservant un pied dans des circuits d’exportation établis qui dépendent encore fortement du commerce en vrac. La réussite de cette transition dépendra non seulement des politiques publiques, mais aussi de la capacité des producteurs privés à engager leur part de financement et à mener de front une refonte difficile des vignobles, des caves et des réseaux de vente.