



Program finanțat de  
Uniunea Europeană



Romania-Republica Moldova  
ENI-COOPERARE TRANSFRONTALIERĂ

Project name: “RO MD Cross Border Wine Tourism Cluster Development”

**”Market study about Romania’s most promising wine touristic  
routes”**

**Project ID: 2SOFT/2.1/153**

**- Galați 2021 -**

## **Cuprins**

### **Introducere**

- 1. Importanța studiului de piață**
- 2. Rute turistice**
  - **Rute turistice imediate**
  - **Rute posibile într-o perioadă următoare**
- 3. Membri posibili – tipologia celor care pot intra în cluster**
- 4. Avantajele intrării în cluster**
- 5. Cum putem crește numărul de zile pe care un turist îl petrece în cramă**
- 6. Turism asociat**
- 7. Tipologia clienților**
- 8. Concluzii**

### **Bibliografie**

## **Introducere**

Dezvoltarea durabilă a turismului în regiunea Moldova din România vizează obținerea de beneficii ecologice, socioculturale și economice. Aceasta înseamnă că toate entitățile ar trebui incluse în planificarea și implementarea turismului, cum ar fi comunitatea locală, turiștii și entitățile de stat, în timp ce activitatea turistică ar trebui să se concentreze pe îmbunătățirea principiilor ecologice și a concepției socioculturale într-o destinație. Unul dintre modelele acestei dezvoltări este văzut în produse specifice care pot juca un rol semnificativ în dezvoltarea turismului. Un astfel de produs autentic este vinul, care are un rol foarte important în promovarea turismului. Scopul acestei lucrări este de a explora Regiunea Moldova din România ca o destinație valoroasă de enoturism în țară, în special experiențele traseelor vinului.

O vizită la o vie rămâne o experiență unică care permite oaspeților să combine descoperirea de vinuri noi cu explorarea unei regiuni!

Regiunea Moldova din România este o regiune în care enoturismul ar putea crește fluxul de turiști și ar putea îmbunătăți calitatea acestora. Traseul vinului te duce adânc în inima regiunilor viticole, în mod natural cu scopul de a te prezenta vinurilor locale, viticultorilor și podgoriilor, dar și bucătăriei locale, culturii patrimoniu și altor atracții turistice regionale.

Astfel, enoturismul poate include alte segmente de turism, cum ar fi turismul cultural, de patrimoniu și gastronomic; acesta face apel la mai mult decât pasionați de vin sau experți în vin și, prin urmare, atrage un număr mare de vizitatori.

## **1.Importanța studiului de piață**

Comaniile folosesc cercetări de piață pentru a testa viabilitatea unui nou produs sau serviciu, comunicând direct cu un potențial client. Cu cercetarea pieței, companiile, respectiv clusterule cu specific vitivinicol, își pot da seama de piața țintă și pot obține opinii și feedback de la consumatori în timp real. Acest tip de cercetare poate fi realizat intern, chiar de companie sau de o companie externă specializată în cercetarea pieței. Cercetarea include sondaje, testarea produselor și focus grupuri. Studiul de piață este o combinație de informații primare – informații colectate direct – sau informații secundare, care sunt informații pe care o entitate externă le-a colectat deja.

Procesul de cercetare a pieței presupune determinarea viabilității unui nou serviciu sau produs prin cercetări efectuate direct cu potențiali clienți. Cercetarea pieței permite unui cluster să descopere piața țintă și să obțină opinii și alte feedback-uri de la consumatori cu privire la interesul lor pentru produs sau serviciu.

Avantajele clusterului în urma cercetării de piață:

1. Prin intermediul unei cercetări de piață membrii unui cluster pot:

- lua decizii de afaceri solide,
- atrage investitori,
- descoperi noi oportunități de afaceri,
- evita eșecurile din afaceri.

Avantajele și dezavantajele unei cercetări de piață sunt, de cele mai multe ori, asociate procesului.

Dezavantajele cercetării de piață sunt direct corelate cu:

- Costuri ridicate. Cercetarea pieței poate fi costisitoare în funcție de metodele alese de companie.
- Timp. Un alt dezavantaj al cercetării de piață este timpul asociat cu efectuarea cercetării și efectuarea chestionarelor și interviurilor. Timpul este direct legat de costuri – cu cât cercetarea durează mai mult, cu atât poate fi mai costisitoare pentru companie. Un alt factor care influențează negativ cercetarea de piață sunt voluntarii și răspunsurile lor respective. De exemplu, compania poate analiza doar un grup de persoane care răspund cu toții că produsul nu este suficient de interesant pentru a le cumpăra. Cu toate acestea, un alt grup de persoane poate fi mai mult decât dispus să cheltuiască bani pe produs dacă acesta este disponibil.
- Opinii subiective. Un dezavantaj al cercetării de piață este obținerea unui anumit grup de opinii ale cumpărătorilor țintă, mai degrabă decât un eșantion larg.
- Lipsa respondenților poate fi, de asemenea, un factor negativ pentru cercetarea de piață a unei companii. Dacă compania trimite un chestionar online, nu toată lumea îl poate completa, în special cei cu acces limitat la Internet, de exemplu.
- Un alt dezavantaj al efectuării cercetărilor de piață este lipsa unui intervievator cu experiență care să reprezinte compania.

Cu toate acestea, cercetarea pieței este disponibilă ca serviciu pentru a ajuta orice cluster din enoturism să ia decizii mai bune și mai informate. Cu cât cercetarea este încorporată în planurile strategice ale unui cluster, cu

atât este mai bine echipată pentru a face față mediului în schimbare în care operează.

Avantajele cercetării de piață:

- Ajută clusterelor să își consolideze poziția. Cunoașterea este putere.
- Minimiza orice risc de investiție.
- Identifică potențialele amenințări și oportunități.
- Descoperă punctele tari și punctele slabe ale concurentului.
- Oferă proiecții de venituri.
- Clienții potențiali pot fi apoi împărțiți în segmente.
- Se concentrează pe nevoile și cerințele clienților.

## **2.Rute turistice**

Regiunea Moldova din România este o regiune în care enoturismul ar putea crește fluxul de turiști și ar putea îmbunătăți calitatea acestora. Mai precis, sunt propuse 4 rute, fiecare rută având mai multe zile, și sunt prezentate condițiile necesare funcționării cu succes a rețelei. Acestea includ crearea de spații de degustare la crame, reabilitarea drumurilor, colaborarea cu întreprinderile din turism și sinergia între toate părțile implicate. Planul s-a bazat pe experiența internațională și românească în turismul vitivinicol, precum și pe rezultatele studiului de fezabilitate din cadrul proiectului.

Traseul vinului reprezintă drumuri marcate și promovate cu indicatoare speciale, de-a lungul cărora insistă valorile naturale, culturale și de mediu,

podgoriile și pivnițele fermelor individuale sau asociate deschise publicului. Acestea constituie un instrument prin care teritoriile viticole și producțiile lor pot fi dezvăluite, comercializate și utilizate sub forma unei oferte turistice.

Un traseu de vin este un traseu selectat de către membrii clusterului pentru turiști, care te duce adânc în inima regiunilor viticole, în mod natural cu scopul de a te prezenta vinurilor locale, viticultorilor și podgoriilor, dar și bucătăriei locale, culturii patrimoniu și altor atracții turistice regionale. Creșterea turismului vitivinicol, atât în România, cât și în Republica Moldova, a condus la crearea conceptului traseului vinicol: atât în beneficiul organizațiilor turistice locale – cu scopul de a crește profilul unei regiuni viticole – cât și pur și simplu pentru a crea un traseu turistic pe care un ghid îl poate recomanda. Toate aceste lucruri sunt în beneficiul membrilor clusterului enoturistic din regiune.

Traseele propuse se pot explora, în grupuri private sau în grupuri organizate, cu mașina, motocicletă sau bicicleta.

### **Traseul Regiunea Moldova din România (județele Galați, Vaslui și Iași) presupune:**

- 285 km
- 6 zile
- 1 Regiune
- 1 Muzeu al viei și vinului
- 1 Stațiune de cercetare vitivinicolă
- 1 universitate agronomică
- 3 județe

- 10 crame

Alte obiective care pot fi incluse în traseu: două situri arheologice, mănăstiri, Muzeul satului gălățean, Pădurea Gârboavele, vizită oraș Galați, vizită oraș Iași, castele, case memoriale, lacuri, Delta Larga Jijia.

Traseele pot fi prezentate de către ghizi speciali pregătiți în această direcție, cu scopul dezvoltării de excursii, pentru a oferi cea mai completă satisfacție vizitatorilor din regiune. Pentru a se îndeplini această sarcină, este necesar să se ia în considerare teme în trei planuri: ca subiect al instituției de excursie, care este construită pe suma specialităților de excursii; Ca subiect al unei secțiuni metodice particulare, construită pe eforturile angajaților unei specialități (literare, istorice, naturale etc.) și ca subiect al unui anumit ghid, care este construit pe utilizarea maximă a cunoștințelor sale și experiență ca specialist al unei anumite industrii.

### **Rute posibile imediate**

1. Prima rută cu plecare din Republica Moldova; intrarea în România se face prin vama Albița

#### **Ziua 1**

- Sosire România Vama Albița (9.10)
- Vizită Crama Averești (10.00-11.30)
- Vizită Domeniile Bohotin (12.30-14.00)
- Plecare spre Iași
- Cazare la Hotel Traian (15.00-15.30)



- Prânz la Restaurant Unirea (15.30-17.00)
- Plimbare liberă în Iași (17.00-18.30)
- Degustare de vinuri vechi Restaurant „Treaz și nu” (18.45-19.45)
- Cina la restaurant „Treaz și nu” (20.00-21.30)

## **Ziua 2**

- Plecare din Piața Unirii (ora 8.00)
- Crama Cotnari - Castelul Cârjoaia (9.00-10.30)
- Casa de vinuri Cotnari - Castelul Vlădoianu – Castelul cu campanelă (11.00-12.30)
- Prânz la Casa de vinuri Cotnari (12.30-13.30)
- Muzeul de Sit Arheologic de la Cucuteni (14.00-14.45)
- Castelul Sturdza de Miclăușeni (15.20-16.00)
- Degustare de vinuri Crama Strunga (16.00-17.00)
- Cina la Castelul Sturdza de Miclăușeni (17.00-18.00)
- Sosire Iași (19.30)

## **Ziua 3**

- Plecare din Piața Unirii (ora 8.00)
- Vizită Delta Larga Jijia (9.00-10.30)
- Vizită la Crama Hermeziu (11.30-13.00)
- Prânz la Crama Hermeziu (13.00-14.30)
- Vizită Muzeul Mihail Sadoveanu, Iași (15.30-16.00)
- Vizită Beciul lui Adamachi (16.15-17.00)

- Cină la Restaurant Unirea (17.30-19.00)

#### **Ziua 4**

- Check-out hotel (8.00-9.30)
- Vizită Teatrul Național „Vasile Alecsandri”, Iași (10.00-10.30)
- Vizita Palatul Culturii, Iași (10.30-11.30)
- Prânz Restaurant „La Cumătru”, Iași (12.00-13.30)
- Vizită Crama Gramma (13.45-15.15)
- Vama Albița (16.20)

2. Cea de-a 2-a rută posibilă imediat vizează sudul regiunii Moldova din România, cu plecare din Vama Albița



Foto sursă proprie: Castelul Sturdza de Miclăușeni



Foto sursă proprie Crama Hremezii

## **Ziua 1**

- Sosire România Vama Albița (9.10)
- Vizită Crama Averești (10.00-11.30)
- Vizită Domeniile Bohotin (12.30-14.00)
- Plecare spre Galați
- Prânz în Bârlad (15.30-16.30)
- Galați (17.30)
- Check-in Hotel Faleza (17.30-18.00)
- Plimbare pe Faleza Dunării (18.00-19.00)
- Cină + Degustare de vinuri la Hotel Faleza (19.00-21.30)

## **Ziua 2**

- Plecare Hotel (9.00)
- Vizită SCDVV Tg. Bujoru (10.00-11.15)
- Vizită Crama Bratu (11.45-13.00)
- Prânz Gârboavele (13.30-15.00)
- Vizită Muzeul Satului Gălățean (15.30-16.15)
- Vizită Grădina Zoologică Gârboavele (16.20-17.20)
- Galați (18.20)
- Cină la Hotel Faleza (19-20.30)

## **Ziua 3**

- Check-out (9.10)
- Vizită Biserica Fortificată Precista, Galați (9.30-10.00)

- Plecare Vama Albița (10.00)
- Prânz în Bârlad (11.30-12.45)
- Vizită Muzeu de la Podul Înalt (13.30-14.00)
- Vama Albița (15.30)

3. Cea de-a 3-a rută posibilă imediat vizează sudul regiunii Moldova din România, cu plecare din Vama Giurgiulești

### **Ziua 1**

- Sosire în România prima Vama Giurgiulești (9.00)
- Vizită SCDVV Tg. Bujoru (10.00-11.15)
- Vizită Crama Bratu (11.45-13.00)
- Prânz Gârboavele (13.30-15.00)
- Vizită Muzeul Satului Gălățean (15.30-16.15)
- Vizită Grădina Zoologică Gârboavele (16.20-17.20)
- Check-in Hotel Faleza (18.20)
- Cină + Degustare de vinuri la Hotel Faleza (19.00-21.30)

### **Ziua 2**

- Plecare Hotel (8.00)
- Brunch Bârlad (9.30-10.30)
- Vizită Crama Averești (11.30-13.00)
- Vizită Domeniile Bohotin (13.30-15.00)
- Prânz Bârlad (16.00-17.00)

- Galați (18.00)
- Plimbare pe Faleză Dunării (18.00-19.30)
- Cină la Hotel Faleză (19.30-21.00)

### **Ziua 3**

- Check-out între 9.00-11.30
- Vizită Biserica Fortificată Precista, Galați (30 minute)
- Vama Giurgiulești (12.00-12.30)

4. Cea de-a 4-a rută posibilă imediat vizează nordul regiunii Moldova din România, cu plecare din Vama Albița

### **Ziua 1**

- Sosire România Vama Albița (9.10)
- Vizită Crama Averești (10.00-11.30)
- Vizită Domeniile Bohotin (12.30-14.00)
- Plecare spre Iași
- Prânz la Restaurant „La Cumătru”, Iași (15.00-16.00)
- Plecare Crama Hermeziu (16.00)
- Vizită Crama Hermeziu (16.00-17.30)
- Check-in la Domenii (17.30-18.00) – cazare crama
- Degustare de vinuri + Cina la Crama Hermeziu (18.15-20.00)

- Petrecere (20.00-01.00)

### **Ziua 2**

- Plecare Cramă (8.00)
- Crama Cotnari - Castelul Cârjoaia (9.40-11.30)
- Casa de vinuri Cotnari - Castelul Vlădoianu – Castelul cu campanelă (11.30-13.00)
- Prânz la Casa de vinuri Cotnari (13.00-14.00)
- Muzeul de Sit Arheologic de la Cucuteni (14.20-14.45)
- Castelul Sturdza de Miclăușeni (15.20-16.00)
- Degustare de vinuri Crama Strunga (16.00-17.00)
- Cina la Castelul Sturdza de Miclăușeni (17.00-18.00)
- Sosire cazare (20.30)

### **Ziua 3**

- Vizită Delta Larga Jijia (9.00-10.30)
- Activități de relaxare la crama în funcție de sezon (Atelier cupaje, Concurs de Cules Struguri, Plimbare cu hidrobicicleta pe lac, Cules fructe din livadă. Workshop despre soiurile de viță de vie românești)
- Mic dejun, prânz și cina la Crama Hermeziu

### **Ziua 4**

- Plecare hotel (8.00)
- Vizită Beciul lui Adamachi (9.00-10.00)
- Vizită Muzeul Mihail Sadoveanu, Iași (10.15-10.45)

- Vizită Teatrul Național „Vasile Alecsandri” (11.00-11.30)
- Vizită Palatul Culturii din Iași (12.00-13.00)
- Prânz Restaurant „Trez și Nu” (13.15-14.30)
- Vizită Crama Gramma (15.00-16.30)
- Cazare (17.30)
- Cina la Crama Hermeziu (18-19.30)

### **Ziua 5**

- Check-out (8.00-11.30)
- Vama Albița (13.00)

### **Rute posibile într-o perioadă următoare**

În partea de nord a regiunii Moldova, din România, în viitorul apropiat, turiștii se vor putea caza la Casa de Vinuri Cotnari - Castel Vlădoianu și vor putea vizita Crama Bucium și Crama Strunga. Primele două sunt în renovare, în timp ce crama Strunga construiește un spațiu special amenajat pentru degustări și vizite la crama. În momentul de față, degustările de vin de la crama Strunga au loc la Castelul Sturza de la Miclăușeni.

Exemplu de rute turistice posibile într-o perioadă următoare:

#### **1. Cu vizită la Crama Bucium:**

- Plecare Hotel (9.30)
- Vizită Crama Bucium (10.00-11.30)
- Prânz Restaurant „La Cumătru”, Iași (12.00-13.30)



- Vizită Crama Gramma (13.45-15.15)
- Activitate de tip „Vânătoare de comori” (15.30-17.00)
- Degustare de vinuri Restaurant „Trez și nu” (17.15-18.15)
- Cină (18.30-20.00)

## 2. Cu cazare la Castel Vlădoianu

- Plecare Castel Vlădoianu (10.00)
- Vizită Muzeul Viei și Vinului Hârlău (10.15-11.00)
- Muzeul de Sit Arheologic de la Cucuteni (11.30-12.30)
- Prânz la restaurant „Trei Iazuri” (13.00-14.00)
- Vizita Castelul de la Ruginoasa (14.30-15.15)
- Castelul Sturdza de Miclăușeni (15.45-16.30)
- Degustare de vinuri Crama Strunga (16.40-17.45)
- Sosire Cotnari Castel Vlădoianu (18.30)
- Cina la Cotnari Castel Vlădoianu (18.45-19.45)

### **3. Membri posibili – tipologia celor care pot intra în cluster**

Clusterelor nișate pe enoturism pot fi formate în mod vag prin simpla colocare și interacțiunea pasivă între membri. De asemenea, pot fi rezultatul unor beneficii de cologație căutate în mod activ ca marketing comun sau concentrat în jurul unui jucător dominant sau centru de excelență. Ele servesc ca forum pentru interacțiunea competitivă.

Clusterelor reunesc noțiunea de industrie și locație, deoarece sunt aglomerări de activități, organizații și instituții care sunt legate de locație.

Locația clusterului enoturistic trebuie stabilită astfel încât aceasta să îndeplinească criteriile clusterului:

- în zonă aleasă sa existe resurse și atracții turistice
- existența unei infrastructuri rutiere
- existența firmelor / companiilor cu specific oenologic sau turistic în regiune, precum și a unor relații de colaborare între acestea
- existența organizațiilor guvernamentale (consilii locale, partide politice etc.) și non-profit.

Clusterul enoturistic din regiunea Moldova, din România, poate cuprinde următoarele întreprinderi cu specific oenologic: crame, stațiuni de cercetare (SCDVV), universități, *winebar*-uri, hoteluri, restaurante, agenții de turism, muzee, alți producători locali al căror domeniu de activitate este tangențial cu industria vinului (ex. producători de brânzeturi), obiective turistice (muzee, teatre, grădini etc.), consiliile locale, Camera de Comerț și alte organizații de sprijin pentru afaceri, distribuitori, importatori, comercianți cu amănuntul și alți participanți la comerțul lanțului valoric al vinului, asociații profesionale.

Întreprinderile identificate din Regiunea Moldova, care pot face parte din cluster sunt:

Companii	Județul Iași	Județul Vaslui	Județul Galați
Crame	Crama Cotnari - Castelul Cârjoaia	Domeniile Averești	Crama Bratu
	Casa de vinuri Cotnari - Castelul Vlădoianu	Casa de vinuri Huși	-
	Crama Strunga	-	-
	Crama Hermeziu	-	-

	Crama Gramma	-	-
	Crama Bucium	-	-
	Domeniile Bohotin	-	-
Universități	Universitatea de Științele Vieții „Ion Ionescu de la Brad”	-	Universitatea Dunărea de jos
(SCDVV) Stațiuni de cercetare	SCDVV Iași	-	SCDVV Tg Bujoru
<i>Winebar-uri</i>	Travagant	-	Wine o'clock
	Treaz & Nu Wine Bar	-	Seven
	WINE & Cheese Bar Travagant	-	-

**Crama Bratu:** Începuturile cramei nu se știu cu exactitate, dar cert este faptul că, în 1967, crama a obținut premiul al II-lea la concursul „Cine știe viticultură”, la faza intercomunală de la Frumușița. În anul 2015, prin programul de reconversie, crama a plantat o suprafață de 44.63 ha de viță-de-vie, de unde se obțin soiurile specifice podgoriei Dealurile Moldovei. În perioada 2018-2019 s-a construit crama, iar în 2020 se (re)lansează primul vin. Crama este situată pe Strada Fermelor, din localitatea Odaia Manolache, în județul Galați. Drumul până la crama este destul de bun. Degustările la crama se fac cu minim 5 adulți.

**Stațiunea de Cercetare-Dezvoltare pentru Viticultură și Vinificație Bujoru** a fost înființată în anul 1977, prin Decretul Prezidențial nr. 41, fiind cea mai tânără stațiune viticolă din România. Scopul înființării a fost de a promova și susține cultura viței de vie în întreg județul Galați, valorificându-se potențialul

natural reprezentat de nenumărate dealuri și terenuri nisipoase improprii altor culturi. Stațiunea este situată în Târgu Bujor pe Strada Eremia Grigorescu nr.65.

**Crama Averești** a început în 2010 replantarea viilor până la 650 de hectare de viță nobilă și construirea unei crame ultramoderne. Pentru a obține vinuri cât mai pure, soiurile distincte sunt plantate în parcele distincte. Crama se află în Comuna Averești din Județul Vaslui, aproape de granița cu Republica Moldova.

Crama cuprinde patru zone principale:

- zona de producție – fermentare, cu o capacitate de 1 milion litri;
- zona de condiționare – stocare, cu o capacitate de 5 milioane litri;
- zona pentru îmbuteliere, cu o capacitate de 1200 sticle/oră;
- zona pentru maturarea vinurilor, în sticle și în barrique-uri.

**Gramma** a fost înființată în 1992 o dată cu moștenirea de către familia Olteanu a unei suprafețe de pământ plantată cu viță-de-vie în apropierea Iașiului. În 2007 crama avea 60 ha de viță-de-vie veche de peste 30 de ani și cu doar 3 soiuri de struguri: Aligoté, Fetească Regală și Fetească Albă. Crama este situată pe drumul județean 248D care trece prin localitatea Vișan. Adresa exactă a cramei este Strada Sfântul Ilie 95, Vișan, județul Iași.

**Domeniile Bohotin:** Se află în satul Bohotin, din județul Iași. Anul 2019 a reprezentat începutul noii crame Domeniile Bohotin. Domeniile au peste 250 de



hectare de viță de vie. Crama este situată pe str. Principală 525, din satul Bohotin, com. Răducăneni, județul Iași.

Foto: Localizarea Domeniului Bohotin pe hartă

**Crama Strunga** se află în podgoria Dealurile Moldovei, pe drumul național numărul 28 ce leagă Strunga de Iași. Crama are în prezent aproximativ 86 ha. Crama nu are încă un spațiu de degustare, degustările făcându-se la Castelul Sturdza de la Miclăușeni, în schimb povestea cramei este puternic legată de povestea locurilor: în localitatea Strunga are loc Hora Trandafirilor de la Moldova (care își are originile la Strunga) sau haiducii codrilor, din poezia „Strunga” a lui Vasile Alecsandri,

„În pădurea de la Strungă,  
Sunt de cei cu pușca lungă,

Care dau chiorăș la pungă!”



Foto sursă proprie: Crama Strunga



Foto: Localizarea Domeniului Hermeziu pe hartă

**Crama Hermeziu** este situată la ieșire din comuna Bivolari, județul Iași. Înființată în anul 2014, crama deține 150 ha. Numele cramei vine de la Hermeziu, care este numele de fată al mamei lui Costache Negruzzi. Acesta exprimă culoarea roșie, carmin și definește spiritul de viteaz ce își eliberează neamul de atacatori și prădători. Crama beneficiază de spații de cazare (camere single, camere double, apartamente). Accesul la crama se face de pe drumul județean 24C, pe un drum betonat de aproximativ 1 km.

**Crama Cotnari - Castelul Cârjoaia** a fost înființată în anul 1948 și are în prezent peste 1700 ha. Crama este situată în podgoria căreia îi poartă și numele – Cotnari, podgorie apreciată de academicianul Valeriu D. Cotea ca fiind „una dintre cele mai renumite regiuni viticole din țara noastră”. Vizitele se fac cu programare și se poate servi prânzul.

**Casa de Vinuri Cotnari** și-a început activitatea în anul 2007, prin înființarea de noi plantații viticole, formate din soiuri Grasă de Cotnari, Tămâioasă Românească, Fetească Albă, Busuioacă și Feteasca Neagră. În prezent, compania deține aproximativ 350 ha de viță de vie.

Sediul Casei de Vinuri Cotnari se află la Castelul Vlădoianu, ridicat în anul 1901 de fostul guvernator al Băncii Naționale, boierul Vasile Vlădoianu,

împreună cu soția sa Ralița Balș, descendentă a boierului Balș. Crama este accesibilă din Satul Cârjoaia, Str. Vlădoianu nr. 1, Castel Vlădoianu, județul Iași. În viitor crama va dispune de spații de cazare.

**Ferma Vasile Adamachi** a Universității de Științe Agricole și Medicină Veterinară „Ion Ionescu de la Brad” din Iași (USAMV) se află sub tutela Facultății de Horticultură și asigură practica studenților de la USAMV. În anul 1850, Vasile Adamachi, urmând exemplul vecinului său Kogălniceanu, a cărui proprietate se afla partea cealaltă de șosea, a început construcția unui beci în subsolul proprietății sale. Legătura dintre aceste două beciuri a fost făcută abia între anii 1971-1974, cu ajutorul academicianului Valeriu D. Cotea. Lungimea beciurilor însumează în prezent aproximativ 300 de metri. Ferma este situată pe Aleea Mihail Sadoveanu 9, Iași, județul Iași.





Foto sursă proprie: Priveliște din foișorul Fermei Vasile Adamachi

#### **4. Avantajele intrării în cluster**

Avantajele companiilor care intră în cluster:

1. Încep să fie subvenționate programe de formare și recalificare a personalului pentru angajații întreprinderilor (organizațiilor) din clusterul enoturistic;

2. Se îmbunătățește infrastructura de piață;
3. Există mai multe oportunități de cercetare și dezvoltare a produselor / serviciilor companiilor;
4. Se reduc costurile datorită utilizării în comun a unor servicii și furnizori similari de către companiile din clusterul enoturistic;
5. Apar oportunități noi pe piețele internaționale dezvoltate;
6. Se creează condiții favorabile pentru creșterea productivității muncii și introducerea inovațiilor;
7. Crește cooperarea între companii / organizații;
8. Schimbul de informații și cunoștințe se face mai ușor între companii;
9. Companiile intră mai ușor pe piețele de produse / servicii;
10. Materiile prime, materialele și forța de muncă devin mai ușor de găsit și procurat de către companiile din clusterul enoturistic;
11. Apar resurse financiare noi pentru firmele din cluster;
12. Creșterea vânzărilor directe către consumatori;
13. Răscumpărarea vinurilor în viitor;
14. Modernizarea cramei;
15. Recomandări prin cuvânt din gură;
15. Loialitatea față de marcă;
16. Recunoașterea mărcii;
17. Creșterea capitalului de marcă;
18. Loialitatea destinației.

Pe lângă companiile care intră în cluster, o serie de beneficii pot avea și consiliile locale care contribuie la dezvoltarea acestuia, după cum urmează:

1. Prin creșterea numărului locurilor de muncă crește și numărul contribuabililor din țară / regiune;
2. Dezvoltarea economică a teritoriului diversifică și consolidează interacțiunea cu afacerile;
3. Consolidarea dezvoltării țării / regiunii prin introducerea de inovații și extinderea tendințelor macroeconomice;
4. Motivația pentru planificarea strategică a costurilor țării / regiunii este în creștere;
5. Obligațiile sociale față de populația țării / regiunii sunt îndeplinite mai pe deplin; Se aplică autoritatea clusterului de enoturism: autoritățile își promovează mai eficient inițiativele cu ajutorul structurilor administrative, inițierea și implementarea proiectelor de lege, a programelor și a strategiilor de dezvoltare.

### **5. Cum putem crește numărul de zile pe care un turist îl petrece în crama**

În ultimii ani, enoturismul a crescut și reprezintă un segment robust al turismului. Pe măsură ce turiștii caută experiențe mai autentice, călătoriile în țările producătoare de vin și vizitarea regiunilor vitivinicole devin tot mai frecvente. Pe măsură ce fluxurile turistice cresc, la fel crește și dezvoltarea sectorului turismului vitivinicol. România are o industrie vinicolă diversă și dinamică, cu o istorie profundă. În ultimii ani, vinurile românești au câștigat recunoaștere internațională în publicațiile de vin și au obținut distincții la diferite concursuri, rezultând o mai mare vizibilitate și atenție pe piața vinului.

Enoturismul poate juca un rol semnificativ în dezvoltarea industriei turismului românesc și reprezintă, de asemenea, o parte nouă și valoroasă a

afacerii unei crame. În prezent, puține crame românești oferă posibilitatea de cazare sau de masă la proprietatea lor. Odată cu creșterea numărului de turiști și pasionați de vinuri, multe crame au început să ofere un fel de enoturism pentru a profita de acest flux.

Vizitatorii străini consideră gastronomia și vinurile românești un atribut atractiv al călătoriilor în țară. În ceea ce privește valoarea consumatorului, cercetările au indicat faptul că consumatorii au apreciat elemente din experiența de enoturism care au fost emoționale și epistemice, adică experiențe în crame care au provocat sentimente bune și, de asemenea, au oferit oportunități de învățare. Calitatea vinului și raportul calitate-preț nu sunt considerați factori importanți pentru turiștii de vin. În schimb, calitatea serviciilor oferite de personal a afectat cel mai mult vizita la cramă.

Furnizarea unui serviciu bun ar trebui să fie un standard, în timp ce crearea de experiențe memorabile este locul în care o cramă își poate câștiga avantajul competitiv. Scopul unei crame care oferă servicii de turism este de a oferi experiențe, astfel încât turiștii să rămână mai mult și să cheltuiască mai mult. Acest lucru se realizează prin crearea unor experiențe memorabile care să atragă vizitatorii.

Enoturismul este multilateral. Există diferite componente care afectează și influențează experiența vizitatorului și mai multe puncte de interacțiune, nu doar între personal și vizitator, ci și elementele tangibile și intangibile ale unei vizite. După revizuirea și analiza cercetărilor actuale în turismul vitivinicol, cele mai importante atribute au fost selectate și clasificate pe baza unei vizite de la început

până la sfârșit. Categoriile sunt după cum urmează: 1. Comunicare 2. Rezervare 3. Caracteristici ale cramei 4. Personal 5. Experiență.

Prima categorie, comunicarea, a colectat toate informațiile și cercetările care au evidențiat importanța vizibilității online, implicarea cu vizitatorul înainte de sosire, site-ul web funcțional, informații despre enoturism (atât online cât și offline), prezența pe rețelele sociale și forma de contact între cramă și potențialul vizitator.

A doua categorie, rezervarea, s-a axat pe informații referitoare la rezervarea unei vizite, diferitele modalități de rezervare, ușurința sau dificultatea rezervării și timpul de răspuns.

A treia categorie, caracteristicile cramei, a evidențiat diferitele componente ale unei crame, care sunt importante din punct de vedere estetic, funcțional, siguranță, ambianță și experiență a vizitei, și axate pe intrare și proprietate, interiorul cramei / clădirii, zona de degustare, magazin de vinuri, toalete și alte zone din cramă.

A patra categorie, de personal, a grupat toate informațiile legate de serviciile pentru clienți și abilități de ospitalitate, prezentare, profesionalism, cunoștințe în domeniul vinului, abilități de vânzare și construirea unui raport cu vizitatorii (abilități ușoare).

Pentru a petrece cât mai multe zile la cramă, cramele pot propune turiștilor o serie de activități oenologice sau prin intermediul turismului asociat, cum ar fi:

- concurs de cules strugurii
- ateliere de cupaje „fă-ți propriul vin”
- ateliere de asocieri vin-mâncare

- plimbări cu ATV-ul, bicicleta, caleașca prin vie
- bal mascat în vie
- plimbări cu calul prin vie - echitație
- plimbări cu balonul cu aer cald deasupra podgoriei
- zbor cu aeroplanul deasupra viilor
- spa cu vin la cramă

## **6.Turism asociat**

Centrul de Cercetare pentru Turismul Durabil din Australia afirmă că, atunci când turiștii aleg o destinație turistică, două dintre criteriile care determină alegerea sunt interacțiunea socială cu mediul local și împrejurimile destinației. Același centru de cercetare a identificat elementele turismului vitivinicol, trei la număr: degustarea vinului, dezvoltarea personală și experiența destinației.

În cadrul vizitelor la cramă turiștii cer informații despre cultura vinului și a locului, de aceea dezvoltarea personală este una dintre motivațiile turistului pentru a vizita o cramă. De asemenea, destinația și degustările de vin rămân factori de atracție.

Enoturismul poate include alte segmente de turism, cum ar fi turismul cultural, de patrimoniu și gastronomie; acesta face apel la mai mult decât pasionați de vin sau experți în vin și, prin urmare, atrage un număr mare de vizitatori.

În funcție de cele prezentate mai sus, se poate spune că turismul vitivinicol este o formă de turism orientată în principal spre vizitarea cramelor și a regiunilor vinicole cu scopul de a îmbina cunoașterea modului de producere a

vinului, a produselor culinare locale, mediului rural și a istoriei locului cu degustarea vinului.

Astfel, în turismul vitivinicol pot fi incluse activități culturale, sportive și gastronomice pentru a menține interesul vizitatorilor un timp mai îndelungat. Aceste activități se pot desfășura în incinta cramei sau la un agent economic cu sediul în apropierea cramei, cu care aceasta are încheiat un parteneriat:

Exemple de activități ce se pot asocia turismului enologic:

- vizite la muzee,
- piese de teatru,
- concerte de muzică,
- concursuri sportive,
- demonstrații culinare,
- adventure park,
- echitație,
- lansări de carte,
- expoziții / târguri / conferințe,
- plimbări în natură.

## **7. Tipologia clienților**

Determinarea profilului consumatorului de turism enologic s-a făcut prin intermediul chestionarului pe un eșantion de 142 de respondenți. Chestionarul a fost realizat în mediul online prin intermediul Google Docs.

Veniturile turiștilor care practică turism oenologic (figura 1) conform rezultatelor sunt peste 2000 lei. O vizită la crame variază în medie între 400 lei/zi și 700 lei/2 zile.

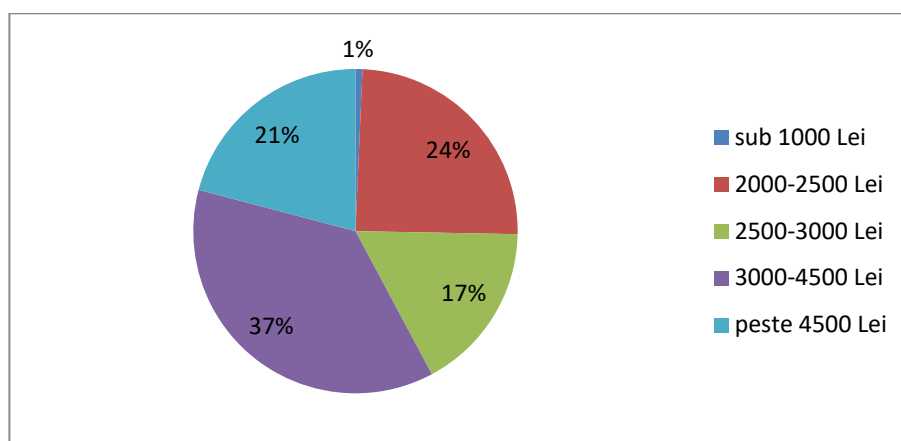


Figura 1. Veniturile lunare ale turiștilor

Conform rezultatelor chestionarului, turiștii majoritari interesați de turismul vitivinicol au vârste cuprinse între 20-29 ani, în proporție de 61%. Aproximativ 29% dintre respondenți au vârsta cuprinsă între 30-49 ani. Turiștii peste 50 de ani sunt în număr mai mic.

Turiștii care aleg să practice turismul viticol au un nivel de educație ridicat (vezi fig. 4) în cea mai mare parte, astfel că 68,8% au studii universitare, rezultând ideea că este un tip de turism ce atrage oameni pasionați de cunoaștere, care au o cultură generală bine pusă la punct. Se consideră că turismul viticol este atracția celor care au studii în acest domeniu, sau în sfera lor de interes se găsește și arta vinului și tot ce implică acesta.



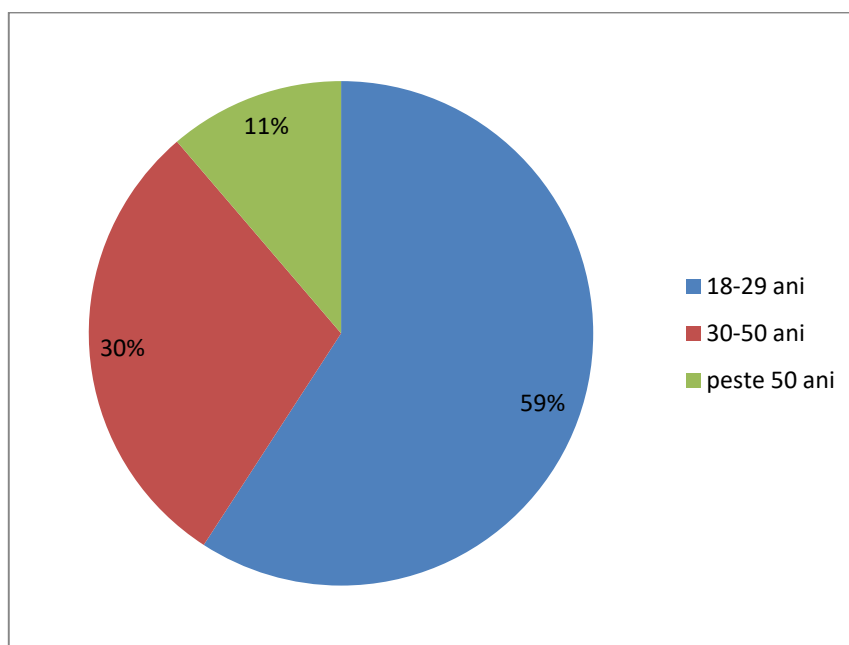


Figura 2. Apartenența turiștilor la grupele de vârstă

Majoritatea respondenților care aleg să viziteze crame au cel puțin studii liceale. Acești oameni sunt în general pasionați de vin și cultura vinului sau vor să își lărgescă cultura generală.

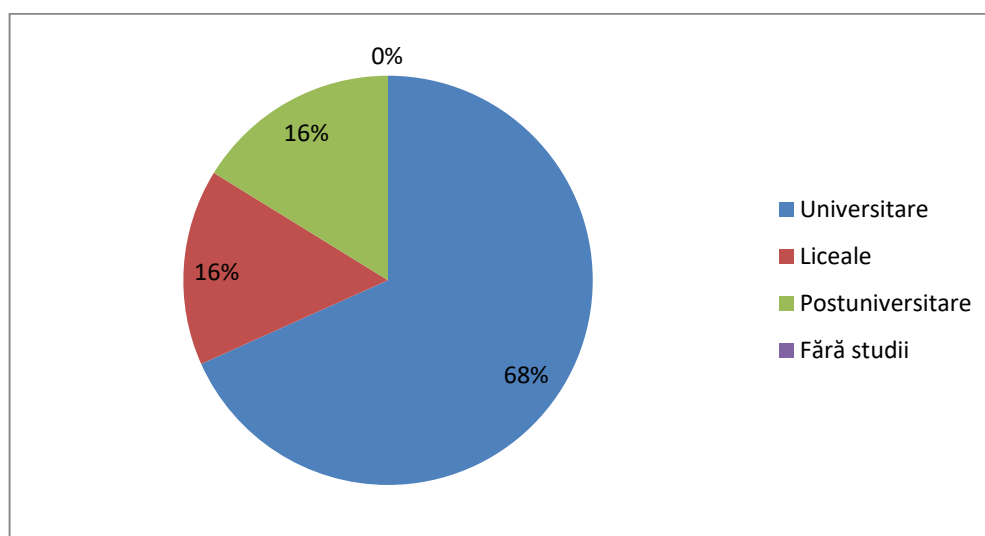


Figura 3. Repartizarea turiștilor pe grupe de vârstă

Turismul vitivinicol este practicat de către majoritatea respondenților o dată pe an. 22% dintre cei intervievați au spus că nu au vizitat niciodată o cramă, iar cei care vizitează des și foarte des dețin 27%.

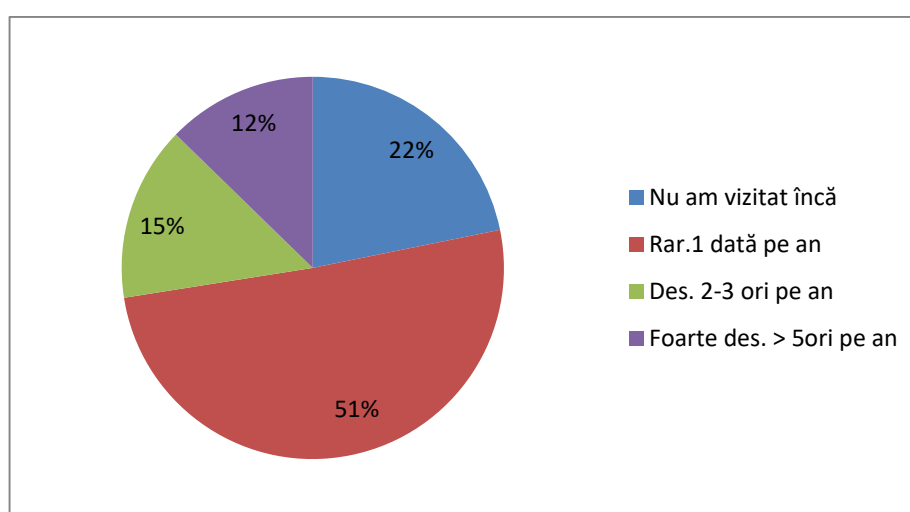


Figura 4. Frecvența practicării turismului oenologic

## 8.Concluzii

În urma studiului de fezabilitate, au putut fi create 4 rute posibile imediat.

Un traseu de vin este un traseu selectat de către membrii clusterului pentru turiști, care te duce adânc în inima regiunilor viticole, în mod natural cu scopul de a te prezenta vinurilor locale, viticultorilor și podgoriilor, dar și bucătăriei locale, culturii patrimoniu și altor atracții turistice regionale.

Locația clusterului enoturistic trebuie stabilită astfel încât aceasta să îndeplinească criteriile clusterului:

- în zonă aleasă să existe resurse și atracții turistice
- existența unei infrastructuri rutiere
- existența firmelor / companiilor cu specific oenologic sau turistic în regiune, precum și a unor relații de colaborare între acestea
- existența organizațiilor guvernamentale (consilii locale, partide politice etc.) și non-profit.

O parte dintre avantajele companiilor care intră în cluster sunt recunoașterea mărcii și obținerea loialității față de marcă din partea turiștilor, respectiv a consumatorilor de vinuri.

Enoturismul poate include alte segmente de turism, cum ar fi turismul cultural, de patrimoniu și gastronomie; acesta face apel la mai mult decât pasionați de vin sau experți în vin și, prin urmare, atrage un număr mare de vizitatori.

Consumatorii de turism oenologic din România au în general peste 25 de ani, sunt pasionați de vinuri sau vor să afle mai multe despre această băutură, au cel puțin studii liceale și venituri medii și mari.

## **Bibliografie**

1. Avdasheva Sat., Rosanova N.m. Teoria organizării piețelor industriale: un manual. M., 2008.

2. Azar V.I, Tumanov. Economia pieței turistice. M, 2012. Sarcinile actuale ale dezvoltării turismului în Rusia în stadiul actual și sarcinile Academiei Naționale de Turism / Ed. Yu.v. Kuznetsova și colab. - St. Petersburg., 2012.
3. Alyabyeva, r.v. Metode de exploatare a unei excursii / R.V. Alyabyeva. — M.: Academia, 2004. — 385 din. Emelyanov, B.V. Excursie Science
4. B.v. Emelyanov. . — M.: Turistul Tsrib, 1992. — 375 din. Bokov Ma. Gestionarea strategică a întreprinderilor de agrement într-o economie de tranziție. St. Petersburg., 2011.
5. Zharkov, A.D. Excursie ca proces pedagogic: recomandări metodice / a.d. Zharkov. . — M.: Tsrib "Turist", 2003.
6. Brown, G., Getz, D., (2006). *Critical success factors for wine tourism regions: a demand analysis. Tourism management*, 27, 146-158
7. Carlsen, J., Charters, S., (2007), *Global wine tourism: research, management and marketing*, CAB North American, USA.
8. Hall, C., Sharples, L., Cambourne, B., & Macionis, N. (Eds), (2000). *Wine tourism around the world: Development, management and markets* (1st ed.). Oxford: Butterworth Heinemann.
9. Sparks, B. A., Roberts, L., Deery, M., Davies, J., & Brown, L. (2005). *Good living tourism: Lifestyle aspects of food and wine tourism*. Technical Report, CRC for Sustainable Tourism, Brisbane, Australia.
10. [https://www.statiunea-viticola-iasi.ro/SCDVV\\_Iasi/istoricul-viticulturii-in-nord-estul-moldovei/](https://www.statiunea-viticola-iasi.ro/SCDVV_Iasi/istoricul-viticulturii-in-nord-estul-moldovei/)(accesat la 5 octombrie 2021)
11. <https://www.scdvrbujoru.ro/istoric.html>(accesat la 5 octombrie 2021)
12. <https://grammawines.ro/>(accesat la 10 octombrie 2021)
13. <https://www.strunga.com/>(accesat la 10 octombrie 2021)
14. <https://www.cotnari.ro/companie/>(accesat la 10 octombrie 2021)
15. <https://cramabratu.ro/crama-noastra/>(accesat la 15 octombrie 2021)
16. <https://www.vinuricotnari.ro/>(accesat la 15 octombrie 2021)

17. <https://www.cramahermeziu.ro/>(accesat la 15 octombrie 2021)
18. [www.googlemaps.com](http://www.googlemaps.com)(accesat la 15 octombrie 2021)
19. [www.crameromania.ro](http://www.crameromania.ro)(accesat la 15 octombrie 2021)
20. [www.revino.ro](http://www.revino.ro)(accesat la 15 octombrie 2021)
21. [https://www.bioconferences.org/articles/bioconf/full\\_html/2019/01/bioconf-oiv2018\\_03001/bioconf-oiv2018\\_03001.html](https://www.bioconferences.org/articles/bioconf/full_html/2019/01/bioconf-oiv2018_03001/bioconf-oiv2018_03001.html)(accesat la 15 octombrie 2021)