

# FESTIVALUL VINULUI MOLDOVENESC



seven media®

RAPORT  
Septembrie 2025

Meta has recently resolved a technical issue that affected historical follower counts for some Global Pages. While current data is now accurate, follower counts prior to June 14, 2025 may be inaccurate and unfortunately can't be corrected retroactively. [Learn More](#)

Performance Summary

View your key profile performance metrics accrued during the selected time period.

Impressions <b>4,963,245</b> ↗ 350.7%	Organic Impressions <b>153,085</b> ↗ 324.2%	Paid Impressions <b>4,797,629</b> ↗ 350.4%	Engagement Rate (per Impression) <b>1.6%</b> ↗ 1,369.4%
Organic Engagement Rate (per Impression) <b>1.5%</b> ↘ 55.4%	Paid Engagement Rate (per Impression) <b>1.6%</b> ↗ —	Post Link Clicks <b>32,412</b> ↗ 38,031.8%	
Organic Post Link Clicks <b>77</b> ↘ 9.4%	Paid Post Link Clicks <b>31,936</b> ↗ —	Engagements <b>78,669</b> ↗ 6,522%	Organic Engagements <b>2,249</b> ↗ 89.3%

Audience Metrics	Totals	% Change
Followers	22,408	↗ 3.4%
Net Follower Growth	324	↗ 84.1%
Fans	20,170	↗ 2.9%
Net Page Likes	355	↗ 765.9%

Facebook Ads project main KPIs tracking

Reach	1,721,663 / 1,250,000	✓
Impressions	4,928,715 / 4,000,000	✓
Engagements	273,977 / 260,000	✓



WINE OF MOLDOVA

Rezultate digital  
25 august-16 sept. 2025

+ 4 Mil.  
reach estimat

+7 mil.  
impressions

+273.000  
engagements

Influencer marketing

+50

influenceri implicați

6 influenceri  
plătiți

+50 gift box  
pregătite

Paid Meta

+1.7 mil.

reach (vs. 1.25 mil.  
estimată)

5 mil.  
impressions

Bugete paid

5.100 buget Meta

2.000 Buget Google

7.000 Buget  
Influenceri

Paid Google

589k

impressions

+10k clicks

CTR - 1,74%

# INFLUENCER MARKETING

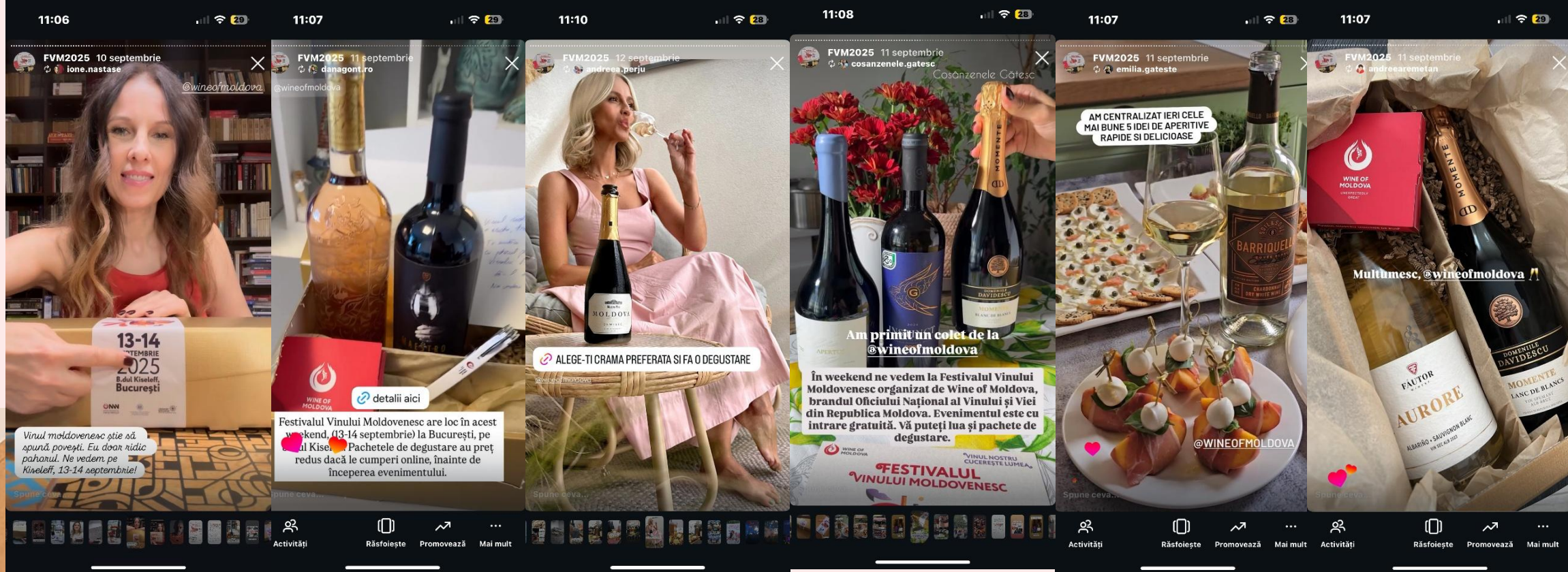
Din momentul în care am anunțat festivalul în presă și am lansat campania online, strategia noastră a fost să aprindem interesul publicului cât mai rapid și cât mai intens.

Am creat o cutie specială de descoperire pentru influenceri: două vinuri moldovenești distincte, fiecare însoțit de un card personalizat cu povestea sa – nu doar o livrare, ci o invitație în sufletul vinului moldovenesc.

Peste 50 de influenceri (dintre care doar 6 plătiți) din domeniile - gastronomie, lifestyle, comunități de expați moldoveni și somelierii profesioniști au primit aceste cutii prin livrare directă (fără curieri), timp de 3 zile, în București și împrejurimi.

Alături de vinuri, fiecare influencer a primit un **digital tasting pass**, pe care l-a distribuit comunității sale, stârnind curiozitatea pentru experiența festivalului și încurajând achiziția de bilete în avans.





În campanie, conform caietului de sarcini, am identificat și ne-am parteneriat cu 6 influenceri plătiți care au documentat festivalul și au și participat la el, aducând, de asemenea, comunitățile lor. Acești influenceri au fost: Ionela Năstase, Emilia Gătesc, Andreea Perju, Dana Gont, Cosânzenele Gătesc, Andreea Remetan. Împreună, cele 6, au comunități ce depășesc 1 mil. Followers.

# INFLUENCER MARKETING

- 80% dintre influencerii care au primit cutia au făcut cel puțin un story despre Festival
- 50% dintre influencerii care au primit cutia au venit la Festival
- + 250 de postări și story-uri despre Festival au fost postate
- Views estimat doar pe influenceri - aprox. 700.000. Reach + 2 mil.



Andreea Perju  
65,9 k followersi  
Est reach FVM - 50.000



Cosânzenele Gătesc  
749 k followersi  
Est reach FVM - 120.000



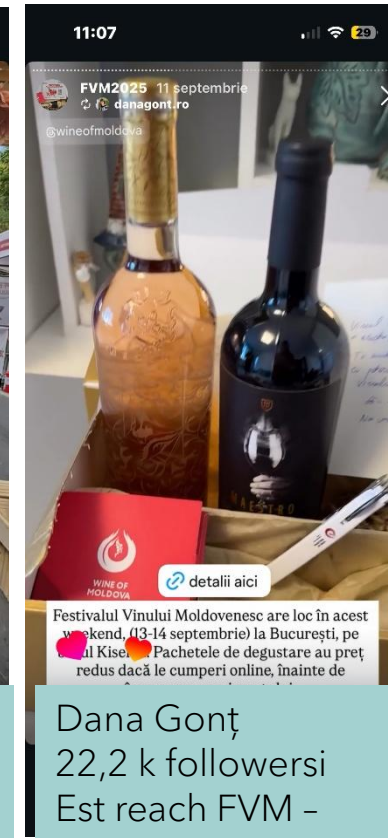
Andreea Remeșan  
51k followersi  
Est reach FVM - 50.000



Ionela Năstase  
19,6 k followersi  
Est reach FVM - 20.000



Emilia Gătește  
274 k followersi  
Est reach FVM - 70.000



Dana Gonț  
22,2 k followersi  
Est reach FVM - 20.000

# REZULTATE

- Peste **44.000** de vizitatori (față de 40.000 în 2024)
- Peste **11.000** de sticle degustate (cramele au fost nevoite să aducă stoc suplimentar în a doua zi)
- Aproximativ **25.000** de pahare de vin degustate, față de 13.000 în 2024
- Peste **3.000** de tasting pass-uri, dintre care **25%** vândute în perioada de pre-sale
- Big Like 👍 👍 👍 👍 👍 din partea participanților

