

Apreciats, però encara poc consumits

A Catalunya manen els vins forans. Les onze denominacions d'origen de casa nostra representen un 27,7% de la quota de mercat, mentre que la DO Rioja ocupa tota sola el 36%. De la resta de territoris dels Països Catalans, només la DO València té una quota mesurable, amb un simbòlic 1,3%. D'aquesta anàlisi de mercat en queda exclosa la DO Cava, que, com que inclou territoris de fora de Catalunya, és sota responsabilitat del Ministeri d'Agricultura espanyol; a més, malgrat ser un vi, el cava no competeix al mercat directament amb la resta de vins tranquils.

Tot i aquest baix consum del vi autòcton, les dades sobre el coneixement i la valoració dels vins catalans són bo-

nes. Els catalans valoren bé els seus vins, però els consumeixen poc. Aquesta és la principal conclusió que s'extreu d'una anàlisi del mercat que l'Institut Català de la Vinya i el Vi (Incavi) ha encarregat a l'empresa consultora Nielsen.

nes. De les deu primeres denominacions d'origen que diuen conèixer els consumidors de vi amb DO, sis són catalanes, i el 61% dels enquestats declaren que "els vins catalans han evolucionat molt o bastant".

Diferències entre la restauració i el consum domèstic. Tot i que el domini del vi forà el trobem en tots dos àmbits, és al canal d'hostaleria on hi ha les diferències més grans. En aquest canal, el consum de vi català baixa fins al 25,8% i el vi de la Rioja puja fins a un 43,2%, mentre que al canal d'alimentació els vins catalans arriben al 29,2%, i igualen gairebé el 30,8% del riojà. Malgrat això, aquestes dades poden enganyar-nos: si el vi català té una quota del 29,2%, això vol dir que el 70,8% del vi és forà, de la Rioja o de qualsevol altre indret de l'estat espanyol, perquè els vins de procedències diferents no assoleixen un percentatge mesurable.

Entre els restauradors, la qüestió és complexa. El 90% declara tenir a la carta vins de Rioja i el 82% tenir-ne del



El Departament d'Agricultura de la Generalitat vol que a Catalunya es consumixi més vi del país.

Les vuit recomanacions de l'estudi Nielsen

1. No disminuir l'estàndard de qualitat dels vins catalans, sinó buscar l'excel·lència en totes les menes de vi.
2. Millorar la imatge dels vins amb DO de Catalunya, potenciant la diferència i impulsant la innovació.
3. Recuperar i fomentar la tipicitat dels vins catalans.
4. Segmentar el mercat i el posicionament de les DO de Catalunya.
5. Dotar el vi amb DO de Catalunya d'atributs que justifiquin pagar-ne un preu més elevat.
6. Els vins amb DO de Catalunya han de ser els protagonistes en la restauració catalana.
7. Ampliar l'oferta de vins amb DO de Catalunya en el sector de l'alimentació.
8. Comunicació i promoció.

Penedès; la següent DO seria Ribera del Duero, present en un 56% de les cartes, i la quarta, Costers del Segre, present a la meitat de restaurants. De les deu DO que més hi apareixen, sis són catalanes. Aquesta dada, en principi, es contradia amb la percepció que els vins catalans tenen una presència molt més baixa, però és que a l'estudi es parla d'aparició de DO a la carta, però no es fa recompte del nombre de referències de vi de cada DO que hi apareixen, i el més habitual és que DO com Costers del Segre apareguin amb una o dues referències, mentre que Rioja o Ribera del Duero en tenen moltes més.

Curiosament, malgrat aquesta presència més aviat baixa, l'opinió dels professionals de la restauració també és favorable als vins catalans, que puntuen amb 7,7 punts sobre 10 en qualitat, amb puntuacions que van de 7,2 punts a 7,4 en aspectes com varietat, tradició i presentació, i només reben un aprovat just, 5,1 punts, quant a publicitat.

D'una altra banda, tot i que a hipermercats i supermercats la quota de vendes en volum del vi català és del 31,1%, l'espai que se'ls dedica en ampelles exhibides a primera fila és només del 25,3%, la qual cosa vol dir que el tractament que reben no tan sols no és de promoció, sinó que és pitjor que el que reben els vins d'algunes altres procedències.

Es poden extreure moltes conclusions d'aquest estudi, però es poden resumir dient que, malgrat que tots els sectors –consumidors i professionals de l'hostaleria– tenen uns bons coneixements i una bona opinió del vi català i que les grans superfícies en treuen un rendiment superior a l'espai que li dediquen, les vendes continuen essent molt baixes.

Un dels possibles motius d'aquest fet és la fragmentació de l'esforç promocional en les onze DO diferents que hi

El vi amb DO a Catalunya

Participació anual en percentatge a l'hostaleria i l'alimentació.

	TAM DE 2008		
	TOTAL	HOSTALERIA	ALIMENTACIÓ
DO CATALUNYA	27,7	25,8	29,2
Penedès	16,8	19,1	15,1
Catalunya	7,3	2,4	10,9
Conca Barberà	0,1	0,2	0,0
Costers Segre	0,3	3,6	2,5
Alella	0,1	0,0	0,2
Priorat	0,4	0,5	0,4
CAST. LA MANXA	8,7	2,3	13,4
Manxa	3,3	1,8	4,4
Valdepeñas	5,4	0,5	9,0
CAST. I LLEÓ	8,6	8,4	8,7
Ribera Duero	6,5	6,3	6,7
Rueda	1,1	1,1	1,1
Toro	0,8	0,7	0,8
Cigales	0,0	0,0	0,0
Bierzo	0,2	0,3	0,1
 GALÍCIA	1,9	1,4	2,2
Ribeiro	0,7	0,1	1,1
Rias Baixas	1,0	1,0	1,0
Valdeorras	0,1	0,3	0,0
ARAGO	5,6	8,2	3,8
Carinena	2,5	3,3	1,9
Somontano	1,9	3,0	1,2
Calataiud	0,1	0,1	0,0
Campo Borja	1,1	1,8	0,6
MÚRCIA	1,6	0,2	2,6
Jumilla	1,6	0,2	2,6
VALÈNCIA	1,3	0,3	2,1
València	1,3	0,1	2,1
Alacant	0,0	0,1	0,0
Utiel-Requena	0,0	0,0	0,0
RIOJA	36,0	43,2	30,8
NAVARRA	4,7	4,6	4,8

Font: Grup de detallistes Nielsen

ha a Catalunya, però l'enquesta diu que els consumidors valoren favorablement aquest fet, perquè el consideren una riquesa que els permet de trobar una gran varietat de vins.

La resposta de l'administració. El conseller d'Agricultura, Alimentació i Acció Rural, Joaquim Llana, i el director de l'Incavi, Joan Aguado, van coincidir a dir que, malgrat que les exportacions van bé, s'ha de potenciar el consum a Catalunya. En canvi, no aposten per ampliar el mercat a la resta de l'estat espanyol, on en hipermercats i supermercats el vi català té només una quota del 4,4%. Segons Llana, "el gran repte del sector és fer forat en el mercat de casa, el mercat intern; i entre les accions a adoptar, l'aposta per la promoció i la comunicació dels nostres vins amb DO és clau". Joan Aguado, director de l'Incavi, va explicar que el consum anual de vi a Catalunya actualment ha baixat fins a 26 litres per habitant, i fa vint anys se'n consumien més de 40. Segons Aguado, "el consumidor prioritza la qualitat davant la quantitat, i els cellers catalans no ho aprofiten per compensar la caiguda del consum del vi de taula per un de més qualitat". Llana va afegir: "Necessitem instruments per a induir el consumidor a fer el pas d'adquirir vins catalans amb DO, és a dir, poder passar del coneixement al consum."

Per aquest motiu, el conseller va exposar que l'Incavi engegarà el Debatdevi, sobre el futur del vi a Catalunya, el mes entrant. Segons el conseller, "el Debatdevi vol suscitar el debat i la reflexió i reunir tots els protagonistes del sector del vi, a més d'investigadors i experts acadèmics perquè, conjuntament, en-cetin un debat sobre com millorar la imatge i el consum del vi català".

El Debatdevi, que es farà des del juny



Segons un estudi recent, els professionals de l'hostaloria valoron molt bé els vins catalans.

d'enguany al febrer de l'any vinent, coordinat per l'Incavi, és una aposta per la innovació i el compromís amb el sector, i té per objectiu que el vi català exerceixi un clar lideratge pel que fa a reconeixement i a consum a Catalunya. Tant Joaquim Llena com Joan Aguado van destacar que el Debatdevi permetrà de "fixar un full de ruta" i marcar "un camí per a debatre àmpliament amb el sector quina és la situació actual i quines poden ser aquelles idees o propostes

innovadores que ens permetin d'afrontar el futur". Segons Aguado, "cal canviar la tendència actual" i això serà possible amb una reflexió en profunditat.

A més, l'Incavi continuarà les tasques habituals de promoció del vi català, com ara la campanya "Catalunya, país de grans vins", l'estand de Catalunya al saló London Internacional Wine Fair, que se celebra a Londres del 20 al 22 de maig i aplega set cellers catalans, o la XXVIII Mostra de Vins i Caves de

Catalunya, que impulsa noves activitats adreçades als professionals de la restauració i la distribució, a més d'accions sobre enoturisme i el lligam vi-territori. L'Incavi considera transcendental que les empreses i cellers hi participin activament, atès que la mostra és l'única fira exclusiva de vins i caves catalans que es fa a Barcelona, i que compta amb una gran afluència de públic.

Joan Nebot

Breus

El superàvit de l'estat espanyol ja és història

El superàvit de què tant es va vanagloriar el govern espanyol podria tenir els dies comptats, segons les dades aportades per Carlos Ocana, secretari d'estat d'Hisenda. La disminució en l'acapte d'impostos arran de la crisi immobiliària i les despeses de l'estat per a complir la rebaixa fiscal de 400 euros promesa per Zapatero, han malmès les arques públiques. Des del 1993, quan es va tocar fons en el dèficit de l'estat, el saldo de les administracions públiques havia millorat fins a convertir-se, l'any 2004, en superàvit. Enguany, el govern es-



Carlos Ocana, secretari d'estat d'Hisenda.

panyol havia previst un superàvit del 0,3% del PIB, però ara l'executiu ha revisat la xifra per la desacceleració. "Esperem tancar aproximadament en equilibri", ha dit Ocana.

"La Caixa" fa el salt a Amèrica a través del grup mexicà Inbursa

Criteria CaixaCorp, la societat que aplega les participacions de "La Caixa", ha signat un principi d'acord per quedar-se el 20% del capital del grup financer mexicà Inbursa. El preu de l'operació serà de 1.500 milions d'euros, que Criteria finançarà amb deute, sense recórrer a cap emissió d'accions. L'operació, que es tancarà abans d'acabar l'any, aportarà sinergies molt importants i pot ser el "vehicle d'expansió del negoci de la banca minorista pel continent", segons fonts de Criteria. La compra donarà entrada a la zona de lliure comerç americana, el NAFTA.