

Un estudio de la cooperativa Covides y la Universitat Rovira i Virgili, presentado ayer, alerta de la pérdida de clientes en el sector del vino por no orientar el producto al consumidor

## Plante marketing en su viñedo

Escribe Paloma San José

"Las fincas y yo somos el marketing". Este es uno de los secretos comerciales de Álvaro Palacios, que le ha llevado a colocar su vino más elitista -L'Ermita, a unos 500 euros la botella- en la sala de subasta de Christie's en Nueva York o en los labios de celebridades como el Príncipe Carlos de Inglaterra y la supermodelo Elle MacPherson. Al volante de un jeep, el vinatero riojano formado en Burdeos acostumbra a tentar a sus mejores compradores con paseos por los empinados bancales de su viñedo de Gratallops (Priorat).

Álvaro Palacios conoce a fondo a su cliente, algo por lo que pocas bodegas catalanas se preocupan, según un informe presentado ayer en Tarragona por la cooperativa Covides y la Universitat Rovira i Virgili (URV). El director del estudio, el profesor de marketing de la URV Jaume Gené, apunta que la solución al descenso del consumo de vino en el mercado español "está en el marketing". "A menudo -añade- los vinateros están más preocupados por las variedades que plantarán que por sus compradores".

Las ventas de vino por volumen descendieron un 7,5% en España



Las mujeres prefieren vinos jóvenes, redondos, ligeros y afrutados.

entre los años 2002 y 2007, hasta situarse en 1.101,4 millones de litros comercializados. Este comportamiento contradice la tendencia de consumo mundial, que está registrando un aumento anual medio del 0,2% durante las dos últimas décadas, según el director general de la Federación Española del Vino, Rafael del Rey. La caída también afecta a productores clásicos como Francia e Italia.

En el mercado español, la tendencia a consumir vinos de calidad

provocó un incremento de la facturación del 16% en los últimos cinco años, que se situó en 3.902 millones de euros en 2007. Distintas fuentes del sector calculan que el volumen de negocio de vinos tranquilos -sin cava- de las bodegas catalanas oscila entre 100 y 120 millones de euros. Las previsiones para los próximos cinco años son pesimistas, y calculan un descenso de consumo superior al 6% en el mercado español y un aumento del 6,9% de las ventas. Para hacer frente al empuje de la

cerveza, el análisis recomienda al sector que conozca un mercado heterogéneo, atacado por la "riojitis" y la "riberitis" en detrimento de las DO catalanas.

Los segmentos de consumidores emergentes son los jóvenes y las mujeres. El estudio concluye que el Lambrusco italiano -al que los restaurantes elitistas generalmente no dan entrada en sus cartas, y que algunos se niegan a lla-

**Los expertos recomiendan las botellas de medio litro y el envase 'bag-in-box'**

mar vino- es uno de los escasos productos del ramo que llama la atención del público joven. Las mujeres, a quienes Gené atribuye el 55% del poder decisorio de compra, "prefieren vinos suaves, ligeros, redondos y afrutados, como los de Rías Baixas", que explican la creciente penetración de la DO Albariño en Catalunya.

La estructura empresarial del sector, con más de 6.000 marcas en España, no ayuda a plantear estrategias ambiciosas de marketing.

Enfrentado a la cerveza, la diferencia de cuotas es abismal. Los tres principales productores de vino españoles -García Carrión, Félix Solís y Domecq Wines- controlan el 18% del mercado, frente al 69% de los tres grandes de la cerveza.

Gené cree que la concentración favorecería la creación de departamentos y estrategias de marketing en cooperativas y bodegas.

Atacar los mercados internacionales es otra solución, con la competencia añadida de Australia, California, Chile, Argentina y Sudáfrica. Según Del Rey, los países no productores de vino están importando a un ritmo anual del 3,2%, lo que palió la caída de consumo en los mercados de los productores.

El estudio concluye que la innovación llegará al mundo del vino en el futuro. Una de sus principales recomendaciones es producir más botellas de medio litro, más pedidas por la restauración ante la caída de la demanda tras la aprobación del carnet por puntos. También creen que el Bag-in-Box es una alternativa en cuanto al envasado, ya que permite la conservación del producto durante más tiempo al impedir la entrada de aire.

### ACCIONS PREVISTES 2008

**Us introduïm als mercats internacionals amb més oportunitats de negoci**



Properes accions de la Cambra de Comerç de Barcelona per donar resposta a les necessitats de les empreses davant el repte de la globalització i la competitivitat.

#### ÀFRICA, UNA ÀREA ECONÒMICA EN GREIXEMENT AL VOSTRE ABAST

Contacte: **Montse Roure** [mroure@cambrabcn.org](mailto:mroure@cambrabcn.org)

• Missió directa al Senegal, Mali i Burkina Faso

25 novembre - 5 desembre

#### AMÈRICA LLATINA, UN MERCAT ADIENT PER A LA VOSTRA EMPRESA

Contacte: **Marta Amorós** [mamoros@cambrabcn.org](mailto:mamoros@cambrabcn.org)

• Trobada empresarial a Xile i missió directa a Perú

27 - 31 octubre

#### ÀSIA, UNA ÀREA ECONÒMICA AMB GREIXEMENTS EXPONENCIALS

Contacte: **Gloria Perarnau** [gperarnau@cambrabcn.org](mailto:gperarnau@cambrabcn.org)

• Business Bridge Barcelona - Xina

• Missió directa a l'Índia

8 - 15 novembre

30 novembre - 5 desembre

#### LA MEDITERRÀNIA I L'ORIENT MITJÀ, MERCATS PRÒSPERS

Contacte: **Marta Cerdà Pascuet** [mcerda@cambrabcn.org](mailto:mcerda@cambrabcn.org)

• Missió directa a Síria i Jordània

• Pont mediambiental al Marroc

• Trobada multicameral de promoció a Turquia

1 - 7 novembre

16 - 20 novembre

2 - 3 desembre

#### EUROPA, EL MERCAT MÉS PROPER

Contacte: **Judith Padrós** [jpadros@cambrabcn.org](mailto:jpadros@cambrabcn.org)

• Trobada empresarial EUROMED a Marsella (França) "Energies per un desenvolupament sostenible"

• Pont tecnològic i d'innovació a Irlanda i Regne Unit

• Missió directa a Finlàndia, Estònia i Rússia

27 - 28 octubre

3 - 7 novembre

24 - 28 novembre

#### FIRES INTERNACIONALS

Contacte: **Jaume Almirall** [jalmirall@cambrabcn.org](mailto:jalmirall@cambrabcn.org)

• Fira de Vins i Productes Gourmet espanyols a Rússia Sector: alimentació

• Fira Poleko Sector: equipament urbà i medi ambient a Poznan (Polònia)

11 - 13 novembre

27 - 30 octubre

Més informació sobre les accions d'internacionalització de la Cambra de Comerç de Barcelona - Telèfon 934 169 534 - [www.cambrabcn.org/internacionalitzacio](http://www.cambrabcn.org/internacionalitzacio)