

# LA VANGUARDIA

## TARRAGONA



ESPECIAL

### Els millors actes per viure la Setmana Santa a Tarragona

PÀGINES 7 A 13



VICENÇ LLURBA

Dues de cada tres ampolles que s'obren a Catalunya vénen de La Rioja, tot i que es detecta un canvi de tendència entre els restauradors i consumidors joves

# Vins vingueren...

## Les ampolles de Rioja mantenen el seu regnat, sobretot als restaurants més econòmics

SARA SANS  
Tarragona

**A**ls restaurants de les regions víniques de gairebé tot el món s'hi serveix vi que es produeix a la zona. A Catalunya i per extensió a les comarques de Tarragona, no. Vins vingueren que de casa ens tragueren. Només una de cada tres botelles de vi que es consumeixen a casa nostra tenen segell d'alguna

Denominació d'Origen (DO) catalana. El vi de Rioja segueix triomfant a Catalunya i a Tarragona, mentre les DO han mantingut durant l'any passat uns alts percentatges d'exportació. En alguns casos com a la DO Montsant o a la DOQ Priorat les vendes a l'estranger superen les nacionals. Estats Units, Alemanya, França o el Regne Unit són els països on les DO tarragonines han venut més botelles.

El restaurador diu que els

clients no demanen vi català. El distribuïdor diu que el restaurador prioritza el preu i no la qualitat. El bodeguer pot pensar que al distribuïdor li és igual vendre un vi que un altre. Alguna cosa, o varies fallen en aquesta cadena que lliga, o deslliga, el productor del consumidor. La qualitat? El preu? El marketing? La distribució? Tot i que es percep un canvi de tendència entre els restauradors i consumidors joves, encara avui hi ha nombrosos restaurants

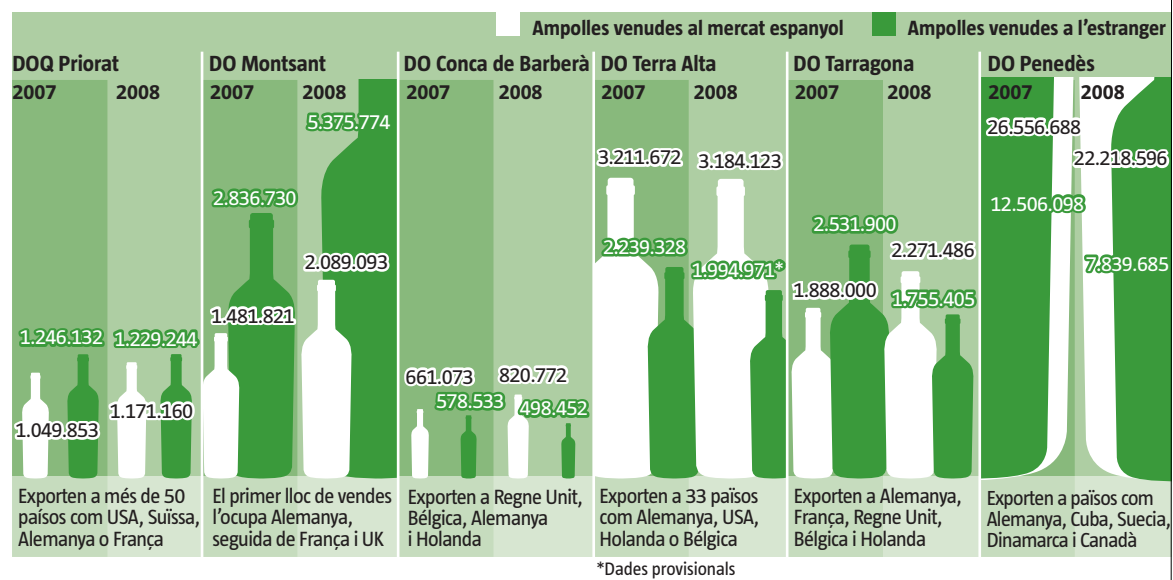
a Tarragona, Reus, Cambrils i a moltes altres ciutats –especialment en els establiments més econòmics– on no s'hi pot trobar ni una sola botella produïda a la demarcació. “La gent jove mostra més inquietud, els consumidors més grans són més conservadors pensen que els vins d'aquí són durs i forts i els costa entrar, i Rioja fa anys que treballa la seva marca, no la qüestionen”, manté Xavier Fortuny, distribuïdor de vi tarragoní i amb bodega al barri de

la Part Alta de Tarragona. Mentre els vins de Rioja mantenen el seu regnat a molts restaurants tarragonins i gairebé es poden comptar amb les mans els establiments que només seveixen vi de la zona, les DO d'aquesta demarcació segueixen mantenint uns importants percentatges d'exportacions, tal i com revelen les vendes registrades durant l'any passat. Malgrat que les da-

SEGUEIX A LA PÀGINA SEGÜENT >>

## VINS VINGUEREN... CALDOS VALORATS PERÒ POC CONEGUTS

## Consum de vi a l'estranger i a casa



FONT: Dades provinents de les DO productores de vi

Clara Penín / LA VANGUARDIA

# El vi català va cap a Europa

&gt;&gt; VE DE LA PÀGINA ANTERIOR

des descriuen un lleuger canvi a la DO Tarragona, la DO Conca de Barberà i la DO Terra Alta, on el mercat nacional –entenen el vi que es ven a Catalunya i també a la resta d'Espanya– ha guanyat quota, altres zones, com la DOQ Priorat o la DO Montsant, segueixen venent a l'estranger més botelles que a Espanya.

El cas de la DO Montsant és paradigmàtic. Tot i que, a conseqüència del context de crisi econòmica, durant els últims mesos de 2008, aquesta DO va registrar una devallada de vendes d'un 10%, un cop tancat el balanç de tot l'any l'increment global ha estat més que considerable, passant de 4,31 milions de botelles venudes al 2007 als 7,5 milions de l'any passat.

La Montsant disposa de les dades de vendes a Catalunya, on l'any passat van col·locar gairebé 1,6 milions d'ampolles (1,22 milions l'any 2007). El mercat espanyol ha passat de les 253.304 ampolles de 2007 al mig milió de 2008, però el que ha registrat un



VICENÇ LLURBA / ARXIU

Canvi. Agrobotiga Celler, de la cooperativa de Vila-rodona

**El producte.** La qualitat del vi català s'ha vist reconeguda al món. A la foto, veremadors a Porrera

creixement espectacular ha estat la demanda estrangera.

Per països, el primer lloc de vendes l'ocupa Alemanya (amb dos milions d'ampolles), seguida de França (un milió l'any passat davant de les 316.579 ampolles de 2007) i Gran Bretanya (650.468 ampolles). Tot i incrementar-se lleugerament les vendes a Estats Units, on l'any passat s'hi van vendre 510.698 ampolles, aquest país ha passat de la segona posició del ranking al 2007 a la quarta l'any passat.

Amb un 51,3% de les ampolles venudes a l'estranger, el mercat internacional també supera a l'espanyol a la DOQ Priorat. El seu president, Salustià Álvarez, manté que el mercat català té un

potencial, "que hem de saber explorar". La DO Tarragona ha invertit els percentatges i si l'any 2007 van vendre el 57,28% de les botelles a l'estranger, l'any passat la proporció es va reduir al 44%, guanyant el mercat nacional (Catalunya i la resta d'Espanya) gairebé nou punts. A la DO Conca de Barberà el mercat interior ha guanyat quota passant del 53,3% de les botelles venudes al 2007 al 62,2% de l'any passat.

També a la terra Alta, s'ha registrat un increment de dos punts i ara representa el 61,5% de les vendes amb botella. "Hem pogut invertir la tendència, perquè el mercat de proximitat està sent millor, però segueix sent una assignatura pendent perquè

## A CONTRACORRENT

## “Si no presumim del nostre vi, qui ho farà?”

■ “Veniem d'Alemanya, de França i d'Itàlia... i allà la gent està orgullosa i convençuda del seu vi i el trobes a qualsevol xiringuito”, explica Ramon Martí. Ell i l'Astrid Schoen van obrir el restaurant El Llagut a la plaça del Rei de Tarragona l'any 2003. Abans però van fer un estudi de mercat, “vam veure que la majoria de restaurants tenien els vins tarragonins més cars i lo divertit de Tarragona és que hi ha moltes

bodegues petites que no es coneixen”, afageix. Especialitzats en arrossos i peix, les setanta referències de la carta de vins del Llagut són de les DO tarragonines. “Al principi la gent ens demanava Somontano i Rioja i havíem d'explicar molt i recomanar, però cada cop passa menys”, explica Ramon. Ell i l'Astrid han catat tots els vins de la carta, “perquè la qualitat varia d'un any a l'altre”, explica. A la ciutat hi ha un

altre restaurant, el Cócvla de l'hotel Urbis, on de les 25 vins referenciats 23 són de les DO tarragonines. El seu propietari, Carles Segarra opina que “tenim el nivell d'autoestima molt baix a Tarragona, si no presumim del nostre vi, qui ho farà?”, pregunta. La seva intenció era servir només DO Tarragona però no va obtenir la resposta que s'esperava dels cellers i va ampliar la oferta amb vins de tota la demarcació.

MAS PASSANER  
HOTEL-MONUMENTO-SPA-RESTAURANTE

**2x1** Circuit Spa  
15% descompte general  
651-731-564  
comercial@maspassaner.com www.maspasmaner.com



MARC ARIAS / ARXIU

La indústria vinícola explora nous mercats amb envasos innovadors que garanteixen la qualitat

# El 'bag-in-box', un invent a l'alça

S. SANS  
Tarragona

Triomfa a països com Suècia i Noruega i també a França. El *bag-in-box* és una caixa de cartró que en el seu interior conté una borsa hermètica que impedeix que el vi s'oxidi una vegada obert i a mesura que es va consumint. A Catalunya, sis de les onze denominacions d'origen han incorporat als seus respectius reglaments la utilització d'aquest envàs: Costers del Segre, Terra Alta, Montsant, Conca de Barberà, Tarragona i Catalunya. La majoria l'utilitzen pel mercat de l'exportació, altres veuen al *bag-in-box* una manera de vendre excedents de vi garantint-ne la qualitat i altres, com Oriol Pérez de Tudela, han orientat aquest envàs per donar a un vi de qualitat, un valor afegit.

Amb l'anyada del 2006, Pérez de Tudela va llançar-se al

que converteix l'envàs en un bon aliat per al consum quotidià. El substitut de la garrafa de plàstic? "La garrafa en un moment o altre s'haurà d'eliminar perquè no garanteix la qualitat, en canvi, el *bag-in-box* assegura el manteniment del vi en condicions òptimes, sense contacte

## L'envàs reuneix les condicions òptimes per comercialitzar el vi a la menuda

amb l'aire i, per tant, evitant-ne l'oxidació", insisteix Pérez de Tudela.

Les denominacions d'origen del Penedès, Alella, Empordà, Pla de Bages i Priorat no tenen autoritzat encara el *bag-in-box*. No obstant això - i envasat com vi de taula, sense la garan-

Amb Vi a Punt, Pérez de Tudela envasa a tres denominacions d'origen: Terra Alta, Montsant i Tarragona, on també s'han apuntat al *bag-in-box* altres cellers i cooperatives, com la de Gandesa o Bràfim. La DO Terra Alta, exigeix al vi que comercialitza amb aquest envàs el mateix que al vi que va a ampolla, tot i que autoritzen el *bag-in-box* per a vins joves. Pel secretari de l'aquesta denominació, Jaume Martí, aquest envàs "reuneix les condicions adequades per a convertir-se en l'envàs de referència del vi a doll i per a facilitar el servei de copes en bars o restaurants". Un nou camí per potenciar la presència i l'ús popular i diari del vi del territori a casa nostra.

Però no tothom ho veu de la mateixa manera. Hi ha denominacions, com les DO Catalunya i Conca de Barberà que han autoritzat l'envàs però tan sols per a l'exportació perquè

més de la meitat del vi que es veu a Catalunya es de fora", manté Jaume Martí, secretari de la DO Terra Alta, una de les zones que ha fet un salt en el reforç de la marca.

El director de la DO Penedès, la que té una quota de mercat nacional més gran, tot i que a la demarcació de Tarragona només embotellen una desena de cellers, manté que "ens falta saber vendre, perquè hi ha vins de tots

### COMERCIALIZACIÓ

**"Ens falta saber vendre, tenim vins de tots els preus i de bona qualitat"**

### EXPORTACIÓ

**La DO Montsant va vendre durant l'any passat el 72% de les botelles a l'estranger**

els preus, tot i que no hem d'oblidar que Rioja fa molts anys que està al mercat", diu Josep Ribas. Durant els últims anys, la millora de la qualitat del vi català ha tingut una resposta a les cartes de vi dels restaurants més selectes. El tram on hi ha un descens de vendes és en els vins de menys de sis euros.

Amb els resultats dels estudis encarregats a la consultora Nielsen -que deia que els catalans va-

loren el vins de Catalunya però els consumeixen poc- i al Centre de Recerca en Economia i Desenvolupament Agroalimentari, que va confirmar la gran posició de lideratge dels vins de la Rioja a Catalunya, l'Institut Català de la Vinya i el Vi de la Generalitat (Incavi) va impulsar al llarg de l'any passat una sèrie de debats sectorials, el Debatdevi en el que van hi van participar 45 ponents i el van seguir presencialment més de 300 assistents i es van posar sobre la taula la realitat del sector desde diversos punts de vista. Les dificultats que troba el productor per fer arribar el seu producte, la del distribuïdor i també el paper del consumidor a Catalunya.

Reforçar la professionalització del sector del vi, reconèixer la figura del botger i potenciar els acords comercials entre cellers van ser algunes de les conclusions de Debatdevi sobre la comercialització. També va abordar-se els nous hàbits de consum: incrementar la presència dels vins i la cultura del vi a internet o promocionar la comunicació van ser algunes de les propostes formulades. En el terreny de la qualitat, les conclusions apuntaven a la potenciació de les varietats autòctones com a elements diferenciadors de les DO i va registrar-se un suport unànim a la creació del Col·legi Professional d'Enòlegs, així com també crear un Consell Català del Turisme del vi i editar l'Atlas del Paisatge del Vi a Catalunya.●



VICENÇ LLURBA / ARXIU

La cooperativa de Bot, a la Terra Alta, comercialitza vins en el nou envàs

*bag-in-box* amb la seva empresa Vi a Punt. "Aquell any, les xifres van ser testimonials", explica. Amb l'anyada 2007 va envasar 60.000 litres i ara en farà 80.000. "S'ha de fer molt d'esforç per vendre el producte perquè encara no es gaire conegut, però les coses ben fetes s'accepten bé", explica. Ell les ven a xarcuteries selectes "i a l'hosteleria preocupada pel producte", explica.

Una petita aixeta encastada al *bag-in-box* permet el dosatge dels cinc o deu litres de vi, el

ta de qualitat de les respectives denominacions- hi ha cellers en les comarques del Penedès, del Empordà o en el Pla de Bages que si que comercialitzen amb aquest envàs. En tot cas, la principal demanda arriba del mercat exterior. A banda del mercat escandinau, a països com Sud-àfrica o Austràlia (grans productors de vi), s'ha impulsat el *bag-in-box* i s'ha invertit en la seva investigació perquè el perceben com una envàs ideal per transportar el vi en condicions.

creuen que hi ha demanda d'alguns pisos, però mantenen que al mercat espanyol la gent l'associa massa al vi en en caixa de cartró, al tetrabrik. També per a l'exportació l'utilitzen grans firmes catalanes com Freixenet, Codorniu o Torres.

Encara que el *bag-in-box* resulti una mica més car que la garrafa de plàstic del granel, entre 0,50 cèntims i un euro per damunt, s'està revelant com una manera d'apropar el consum domèstic del vi a joves famílies, d'una manera senzilla.●