

GRUP I
ORGANITZACIÓ DEL SECTOR

D**e**bilitats

- Complexitat administrativa
- Desequilibris sectorials
- Despoblament del món rural
- Manca d'ordenació de les DO i de relació entre elles
- Manca d'una definició del vi català i de la marca Catalunya
- Manca d'unitat del sector i d'estratègies comunes
- Manca de formació de tots els agents de la cadena
- Manca de pagesos i de cellers
- Poca sensibilitat dels polítics
- Sector amb pocs recursos col·lectius
- Sector endogàmic

A**m**enaces

- Aranzels i proteccionismes qualitatius
- Associació de vi i alcohol i prohibició de la promoció
- Atacs al paisatge i llei ètica
- Boicot exterior
- Canvi climàtic, plagues, malalties i limitacions per a combatre-les
- Canvis administratius
- Canvis culturals
- Debilitament del concepte de DO
- Descontrol i excés en la producció de raïm
- Entrada de raïm de parcel·les amb excés de rendiment o d'altres zones
- Envel·liment de la base productiva i manca de relleu generacional
- Facilitat de comunicació
- Interessos especulatius que amenacen el paisatge i el territori
- Pèrdua de la cultura del vi
- Tensions polítiques i boicots dels productes catalans
- Vi, alcohol i salut
- Vins naturals, sense DO i riscos sanitaris

F**o**rtaleses

- Canvi generacional que s'acompanya d'un canvi de mentalitat
- Capacitat d'autocrítica
- Defensa del món rural
- Dieta mediterrània i experiències gastro i enoturístiques
- Dinamisme
- Disposar de Barcelona amb projecció internacional
- Diversitat de territoris
- Diversitat però coherència de les varietats
- Facilitat per producció en biològic
- Grau elevat d'associacionisme
- Importància de les DO, INCAVI, VITEC, IRTA
- Indústria fortament internacionalitzada
- Iniciatives de joves
- Inquietud innovadora
- Internacionalització
- Llarga tradició productiva
- Maduresa del sector
- Possibilitat de créixer a casa
- Prestigi del territori
- Teixit productiu i empresarial potent

O**p**ortunitats

- Aplicar les normes a tots els vins, incloent els naturals i als fora de DO
- Barcelona per difondre el projecte i la marca
- Bon moment per a innovar i contrarestar proteccionisme i canvis de mentalitat
- Canvi climàtic i cultiu biològic
- Clarificació de la DO Cava amb un vincle territorial més marcat
- Connectar amb la societat urbana
- Consum de proximitat i promoció dels productes autòctons
- Diversitat i història: país de moltes experiències diferents
- Existència de l'INCAVI
- Gastronomia i enoturisme
- Immigració vs despoblament rural
- Legislar per tot el sector, petites i grans empreses
- Mercat urbanita sensible al producte
- Més poder polític de Catalunya i més possibilitat de fer una política vitivinícola adequada pel sector
- Millora de la vertebració del sector, de les seves DO, i de la qualitat
- Nous envasos i noves oportunitats de consum
- Nous mercats internacionals més sensibles a la marca Catalunya i als seus vins
- Sostenibilitat de la vinya i del seu cultiu