

DOSMILVINT-I-SET  
DOSMILVINT-I-VUIT  
DOSMILVINT-I-NOU  
NOEMII TRENTA

# VINS VINENTS

Debat i reflexió estratègica per al futur  
de la vinya i el vi a Catalunya

*Organitzat per*

 Generalitat de Catalunya  
Departament d'Agricultura,  
Ramaderia, Pesca i Alimentació

 **INCAVI**  
Institut Català de la Vinya i el Vi

 **A C**  
ASSOCIACIÓ VINÍCOLA CATALANA

## PUNT DE PARTIDA

### Quins són els principals reptes del sector i com els pot afrontar?

## I GRUP DE TREBALL - ORGANITZACIÓ DEL SECTOR

### ESTRATÈGIA DE FUTUR, PRIORITATS, NORMATIVES, LLEIS, COMPETÈNCIES, AUTOGOVERN, COORDINACIÓ, ORDENACIÓ

1. Assegurar la continuïtat per part de la Comissió Europea dels plans de suport al sector vitivinícola aprovats del 2019 al 2023.
2. Dificultat de dimensionament de l'explotació.
3. Simplificació administrativa
4. Normatives percebudes com estrictes que en alguns casos frena la creació d'activitat.
5. Manca de planificació i coordinació estratègica i d'accions potents per dinamitzar el sector.
6. Baixa coordinació a nivell de promoció i imatge i manca de coordinació administració – cellers.
7. Els canvis en la legislació, lleis antialcohol i la fiscalitat podrien penalitzar el consum de vi.
8. Suport de l'administració local als productes locals.
9. Millora dels sistemes de control i inspecció.
10. Coexistència entre diferents DO's
11. Centralisme del MAPAMA
12. DO's actives
13. La major part del vi elaborat a Catalunya està emparat per una DO.
14. Més poder polític.
15. Clarificació de la DO Cava amb un vincle territorial fort.
16. Millora de la vertebració del sector i aprofundiment de la piràmide de qualitat.

### VALOR, TERRITORI, MEDI AMBIENT

1. Paisatge vitivinícola vs polígons i infraestructures
2. Manca de senyalització dificultant l'accés als visitants.
3. Dificultat d'obtenir recursos per implementar i mantenir mesures de lluita contra el canvi climàtic.
4. Existència de lleis en matèria ambiental poc efectives
5. Proliferació de senglars, cabirols, conills.
6. Millorar les polítiques de preservació dels espais rurals
7. Gestió de residus.

### RELLEU, FUTUR, JOVES, INVERSIÓ, RENDIBILITAT

1. Preus baixos
2. Excés de producció: millora dels criteris de repartiment de noves plantacions, parcel·les amb excés de rendiment.
3. Manca de relleu generacional
4. Elevada atomització del sector.
5. Malgrat la conjuntura econòmica desfavorable, manteniment d'un dinamisme en el sector.
6. Renovació i actualització de maquinària i instal·lacions.
7. La indústria té potencial per seguir creixent i innovant
8. Existència d'empreses joves amb equip i de gran competitivitat i projectes d'evolució futura.
9. Major nombre de propostes formatives i ocupacionals per als joves
10. Concentració empresarial

## CLUSTERS, RECERCA, INNOVACIÓ

1. Poca estructura d'innovació
2. Coordinació de les entitats catalanes a la recerca i transferència.

## II GRUP DE TREBALL - ECONOMIA I MERCATS

### TENDÈNCIES, INVESTIGACIÓ DE MERCATS

1. Incorporar les noves tecnologies en els processos de producció i de comercialització (B2B, B2C) per tal de adaptar-nos als gustos i necessitats dels consumidors i clients
2. Elevada atomització del sector.
3. Progressiva adaptació per part del sector als nous hàbits, preferències i tendències dels consumidors.
4. Demanda creixent de productes ecològics o amb distintius d'origen o proximitat, cosa que comporta oportunitats de comercialització de productes locals.
5. Sector dinàmic en la creació de nous productes de qualitat.
6. Ajudar a vendre vi català
7. Canvi en les pautes de consum provocades per la penetració d'hàbits alimentaris foranis.

### ENOTURISME, DIVERSIFICACIÓ ECONÒMICA, TERRITORI

1. Potenciar l'enoturisme com a motor econòmic.
2. Dificultat de tenir visibilitat com a destinació turística.
3. Manca d'estratègies que permetin un major aprofitament de fluxe de turistes.
4. Activitat respectuosa amb el medi ambient i vertebradora del paisatge.
5. L'activitat agrària és la principal economia capaç de mantenir la població al territori.
6. La vitivinicultura no és deslocalitzable i és una activitat econòmica molt important en varies zones del nostre territori.

### CADENA DE VALOR, DISTRIBUCIÓ, HOSTELERIA, CANALS DE VENDA, VALOR

1. Formació a escoles d'hosteleria i restauració.
2. Distribució i grans superfícies.
3. Manca de valor en la cadena de producció de vi.
4. Preus baixos
5. Nous mercats internacionals.
6. Augment del pes de les exportacions de molts cellers durant els darrers anys tot i la crisi
7. Teixit productiu i empresarial potent, fortament internacionalitzat, amb evolució econòmica positiva i amb presència a una part important del territori.

## III GRUP DE TREBALL - RECERCA, DESENVOLUPAMENT I TRANSFERÈNCIA TECNOLÒGICA

### CANVI CLIMÀTIC

1. Fer front al canvi climàtic potenciant la recerca per tal d'assegurar una qualitat i producció de forma sostenible.
2. Dificultat d'obtenir recursos per implementar i mantenir mesures de lluita contra el canvi climàtic.

### ECONOMIA CIRCULAR, SOSTENIBILITAT

1. Reciclatge vs reutilització

2. Gestió de residus
3. Gestió sostenible dels recursos hídrics.

#### **LÍNIES DE RECERCA, PLAGUES, SALUT**

1. Fer front a noves plagues com les malalties de la fusta o la Xylliella fastidiosa
2. Estudiar i donar a conèixer els beneficis del consum moderat de vi en la salut.

#### **ESTRUCTURA, CULTURA DE RECERCA, CLÚSTERS**

1. Poca estructura d'innovació
2. Més formació en I+D+i
3. Fomentar la innovació.

### **IV GRUP DE TREBALL - CULTURA DEL VI I COMUNICACIÓ**

#### **ENOTURISME**

1. Inversions / ajuts en enoturisme pel seu foment.
2. L'enoturisme és clau per la dinamització econòmica del territori.
3. La potencialitat del sector del vi s'està traslladant també al turisme del vi
4. Suport i impuls a les activitats enoturístiques.
5. Manca d'estratègies que permetin un major aprofitament de fluxes de turistes.
6. Dificultat a tenir visibilitat com a destinació turística.

#### **PAISATGE, SOSTENIBILITAT, VALORS**

1. Territori amb identitat i llarga història i tradició. Ric en recursos naturals i paisatgístics.
2. Paisatge en mosaic que conserva un important potencial turístic.
3. Creixent procés de coneixement i reconeixement del territori des de l'exterior.
4. Augment de la valorització del paisatge com a recurs ambiental.
5. Activitat respectuosa amb el medi ambient i vertebradora d'un paisatge.
6. Existència de productes d'alt valor afegir que poden actuar com a base de promoció de territori.

#### **COMUNICACIÓ, MITJANS, JOVES**

1. Imatge positiva del sector tramesa als mitjans de comunicació.
2. Adequar el llenguatge del vi als joves
3. Difusió de la recerca
4. Millorar la comunicació entre les entitats del sector.

Vilafranca, juliol 2019