



Observatori de la vinya,  
el vi i el Cava

ESTRATÈGIES DE COMERCIALITZACIÓ  
DELS CELLERS ELABORADORS DE VI  
A CATALUNYA

Juny 2009



# Observatori de la vinya, el vi i el Cava

Aquest estudi ha estat elaborat pel Centre de Recerca en Economia i Desenvolupament Agroalimentari (CREDA-UPC-IRTA) per a l'Observatori de la vinya, el vi i el cava.



# Observatori de la vinya, el vi i el Cava

## Estructura de la presentació

**Introducció**

**Objectius específics**

**Metodologia**

**Resultats**

**Conclusions**

# Observatori de la vinya, el vi i el Cava

## Introducció

- Estudis recents mostren l'escassa presència dels vins catalans als llocs de consum.
- Estudis centrats, bàsicament, en la darrera fase del circuit de comercialització (consum, comerç, Horeca, promoció exterior...)
- L'estudi que aquí es presenta aborda les fases inicials de la cadena comercial:

Conèixer les estratègies  
comercials dels cellers  
elaboradors de vi tranquil.



Aportar elements que ajudin  
a explicar l'escassa presència  
dels vins catalans als llocs de  
consum final.



# Observatori de la vinya, el vi i el Cava

## Objectius específics

- conèixer el destí de la producció comercialitzada del vi tranquil DO dels cellers elaboradors;
- analitzar els canals de distribució utilitzats pels cellers per distribuir la seva producció i la valoració que en fan dels mateixos;
- analitzar els mitjans de promoció i publicitat que utilitzen els cellers per donar a conèixer la seva producció, així com els recursos esmerçats;
- conèixer les estratègies de comercialització (consumidor objectiu, realització d'estudis de mercat);
- conèixer l'opinió dels elaboradors respecte el sector vitivinícola català i respecte l'activitat comercial del celler; i
- **establir orientacions** sobre les possibles estratègies futures de comercialització dels elaboradors de vi.



# Observatori de la vinya, el vi i el Cava

## Metodologia

- Enquesta a una mostra de cellers catalans.
- Els cellers objectiu de l'estudi són aquells que transformen raïm i produeixen entre **50.000 i 5 milions de botelles de vi tranquil DO**.
- Les enquestes van ser presencials, i per fer-les es van realitzar diverses visites als cellers.
- En cada celler, les preguntes es van adreçar a diferents persones, en funció del tipus de pregunta (producció, comercialització, estratègies, etc...). Es van buscar les persones adequades per cada tipus de pregunta.
- Es van poder enquestar **40 cellers**. Pràcticament, la meitat dels cellers de Catalunya que produeixen entre 50.000 i 5 milions de botelles de vi tranquil DO.



# Observatori de la vinya, el vi i el Cava

## Mostra

**Taula 1. Cellers enquestats que transformen raïm i que produeixen entre 50.000 a 5 milions botelles (inclou format bag-in-box) de vi tranquil DO**

| Denominació d'origen | Cellers enquestats | Nombre de cellers | Percentatge enquestat |
|----------------------|--------------------|-------------------|-----------------------|
| Terra Alta           | 4                  | 7                 | 57,1%                 |
| Conca de Barberà     | 3                  | 4                 | 75,0%                 |
| Priorat              | 5                  | 10                | 50,0%                 |
| Montsant             | 6                  | 10                | 60,0%                 |
| Tarragona            | 5                  | 5                 | 100,0%                |
| Alella               | 1                  | 3                 | 33,3%                 |
| Costers del Segre    | 3                  | 6                 | 50,0%                 |
| Catalunya*           | 0                  | 4                 | 0,0%                  |
| Pla de Bages         | 1                  | 1                 | 100,0%                |
| Penedès              | 11                 | 30                | 36,7%                 |
| Empordà              | 1                  | 3                 | 33,3%                 |
| <b>Total</b>         | <b>40</b>          | <b>83</b>         | <b>48,2%</b>          |

\*Hi ha cellers considerats en altres DOs que produeixen vi amb DO Catalunya

# Observatori de la vinya, el vi i el Cava

La producció de vi tranquil DO de 39 dels 40  
cellers enquestats és, en conjunt, de 209.904 hl.



22,9% de tot el vi tranquil DO produït  
a Catalunya.<sup>[1]</sup>

<sup>[1]</sup> Vi tranquil DO produït en 39 dels 40 cellers enquestats: 209.904 Hl. Font: Elaboració pròpia.

Vi tranquil DO produït a Catalunya. Campaña 2007/08: 917.695 Hl. (527.763 Hl. DO (excepte DO Catalunya i DO Cava) + 389.932 Hl. DO Catalunya). Vi tranquil qualificat a 31 de juliol de 2008. Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'INCAVI.





# Observatori de la vinya, el vi i el Cava

**Taula 2. Característiques dels cellers enquestats**

|                                                                             | Mitjana/<br>freqüència | Desviació<br>típica |
|-----------------------------------------------------------------------------|------------------------|---------------------|
| Personalitat jurídica (freqüència)                                          |                        |                     |
| <i>Cooperativa</i>                                                          | 14 (35%)               |                     |
| <i>Societat mercantil</i>                                                   | 26 (65%)               |                     |
| Nombre de socis de les cooperatives<br>(mitjana i desviació típica)         | 276,7                  | 299,2               |
| Any de constitució (freqüència)                                             |                        |                     |
| <i>Fins a 1899</i>                                                          | 2 (5%)                 |                     |
| <i>De 1900 fins 1949</i>                                                    | 15 (37,5%)             |                     |
| <i>De 1950 fins a 1999</i>                                                  | 18 (45%)               |                     |
| <i>Des del 2000</i>                                                         | 5 (12,5%)              |                     |
| Nombre de treballadors<br>(mitjana i desviació típica)                      | 18,7                   | 20,0                |
| Nombre de treballadors en l'àrea comercial*<br>(mitjana i desviació típica) | 2,5                    | 2,6                 |

\*En dues cooperatives que pertanyen a una cooperativa de 2on grau, s'ha considerat que el nombre de treballadors en l'àrea comercial és zero.



# Observatori de la vinya, el vi i el Cava

## Resultats

- Producció de vi tranquil
- Destí de la comercialització de vi tranquil DO
- Comercialització de vi tranquil DO al mercat interior
- Mitjans de promoció i publicitat
- Estratègies de comercialització
- Opinió dels elaboradors en relació al sector i en relació a l'activitat comercial del celler



# Observatori de la vinya, el vi i el Cava

## Resultats

- Producció de vi tranquil
- Destí de la comercialització de vi tranquil DO
- Comercialització de vi tranquil DO al mercat interior
- Mitjans de promoció i publicitat
- Estratègies de comercialització
- Opinió dels elaboradors en relació al sector i en relació a l'activitat comercial del celler



**Figura 1. Quantitat de raïm total entrat en els cellers de la mostra\* i quantitat de raïm entrat que no es qualifica com a vi base cava (kg.)**

|                                                                                                    |                                                                                             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Raïm entrat en els cellers-<br/>Societat Mercantil</b><br><b>22.502.807 kg.</b><br><b>(32%)</b> | <b>Raïm entrat en els cellers-<br/>Cooperativa</b><br><b>47.724.180 kg.</b><br><b>(68%)</b> |
| <b>Raïm total entrat en els<br/>cellers</b><br><b>70.226.987 kg.</b><br><b>(100%)</b>              |                                                                                             |
| <b>Raïm que no es qualifica<br/>com a vi base cava</b><br><b>46.773.031 kg.</b><br><b>(66,6%)</b>  |                                                                                             |
| <b>Varietats negres**</b><br><b>24.768.618 kg.</b><br><b>(53%)***</b>                              | <b>Varietats blanques**</b><br><b>21.929.744 kg.</b><br><b>(46,9%)***</b>                   |

\*Inclou dades de 38 cellers

\*\*la suma de les varietats blanques i negres no coincideix exactament el total de raïm que no es qualifica com a vi base cava. Hi ha una diferència de - 74.668 kg. (- 0,2%) degut a que, en alguns casos, la distribució percentual per varietats no suma, per poc, el 100%.

\*\*\*Percentatge calculat respecte el total de raïm que no es qualifica com a vi base cava.



# Observatori de la vinya, el vi i el Cava

**Taula 3. Quantitat de raïm, per varietat, entrat en els cellers de la mostra\* i que no es qualifica com a vi base cava (kg.)**

| <b>Varietats negres</b>                                | <b>Quantitat<br/>(kg.)</b> | <b>%</b>          | <b>Varietats blanques</b>                              | <b>Quantitat<br/>(kg.)</b> | <b>%</b>     |
|--------------------------------------------------------|----------------------------|-------------------|--------------------------------------------------------|----------------------------|--------------|
| <b>Total varietats negres</b>                          | <b>24.768.618</b>          | <b>53,0%</b>      | <b>Total varietats blanques</b>                        | <b>21.929.744</b>          | <b>46,9%</b> |
| <i>Garnatxa negra</i>                                  | <i>9.096.305</i>           | <i>19,4%</i>      | <i>Macabeu</i>                                         | <i>10.942.153</i>          | <i>23,4%</i> |
| <i>Ull de llebre</i>                                   | <i>4.118.534</i>           | <i>8,8%</i>       | <i>Garnatxa blanca</i>                                 | <i>4.223.300</i>           | <i>9,0%</i>  |
| <i>Cabernet Sauvignon</i>                              | <i>3.571.034</i>           | <i>7,6%</i>       | <i>Parellada</i>                                       | <i>3.202.201</i>           | <i>6,8%</i>  |
| <i>Carinyena</i>                                       | <i>2.515.591</i>           | <i>5,4%</i>       | <i>Xarel·lo</i>                                        | <i>1.393.225</i>           | <i>3,0%</i>  |
| <i>Merlot</i>                                          | <i>2.402.147</i>           | <i>5,1%</i>       | <i>Chardonnay</i>                                      | <i>989.865</i>             | <i>2,1%</i>  |
| <i>Shyra</i>                                           | <i>2.044.409</i>           | <i>4,4%</i>       | <i>Moscatell</i>                                       | <i>497.500</i>             | <i>1,1%</i>  |
| <i>Pinot Noir</i>                                      | <i>80.000</i>              | <i>0,2%</i>       | <i>Sauvignon Blanc</i>                                 | <i>340.000</i>             | <i>0,7%</i>  |
| <i>Trepat</i>                                          | <i>44.280</i>              | <i>0,1%</i>       | <i>Gewurztraminer</i>                                  | <i>74.000</i>              | <i>0,2%</i>  |
| <i>Petit verdot</i>                                    | <i>28.000</i>              | <i>0,1%</i>       | <i>Riesling</i>                                        | <i>72.500</i>              | <i>0,2%</i>  |
| <i>Quantitats referides a<br/>més d'una varietat**</i> | <i>868.318</i>             | <i>1,9%</i>       | <i>Quantitats referides a<br/>més d'una varietat**</i> | <i>195.000</i>             | <i>0,4%</i>  |
| <b>Total***</b>                                        |                            | <b>46.773.031</b> |                                                        |                            |              |

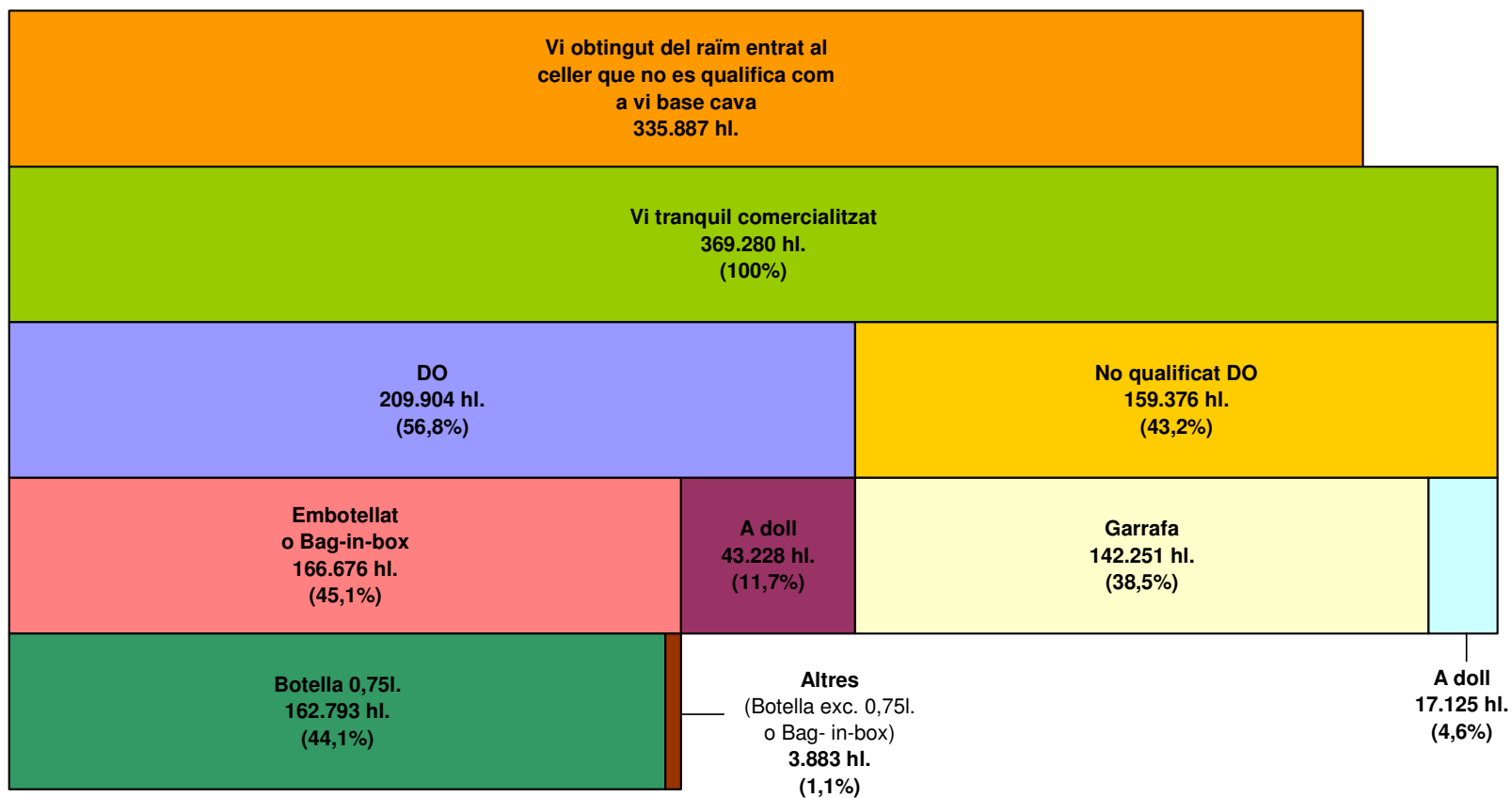
\*Inclou dades de 38 cellers.

\*\*Inclou les quantitats d'aquells casos que només es disposa d'un únic valor per més d'una varietat.

\*\*\*La suma de les varietats blanques i negres no coincideix exactament amb el total de raïm que no es qualifica com a vi base cava. Hi ha una diferència de - 74.668 kg. (-0,2%) degut a que, en alguns casos, la distribució percentual per varietats no suma, per poc, el 100%.



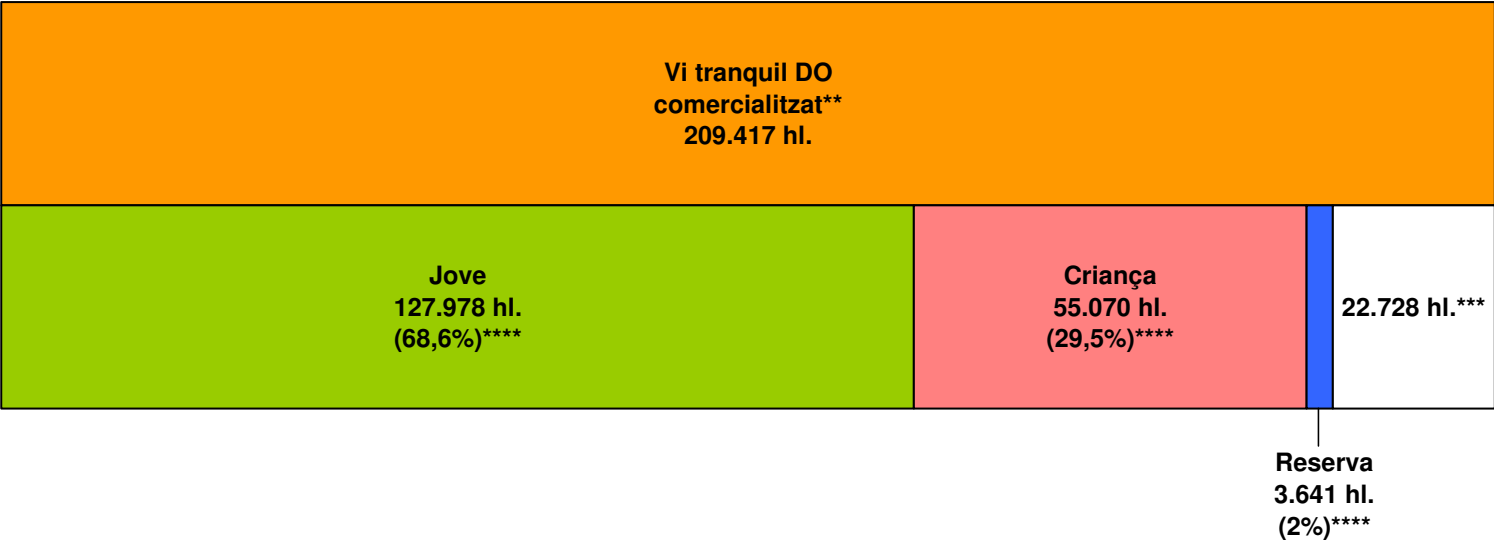
Figura 2. Vi tranquil comercialitzat pels cellers de la mostra\* (hl.)



\*Inclou dades de 39 cellers



**Figura 3. Classificació del vi tranquil DO comercialitzat pels cellers de la mostra\* (hl.)**



\*Inclou dades de 39 cellers

\*\*La quantitat de vi tranquil DO comercialitzat de 209.417 hl. difereix en 488 hl. de la quantitat de vi tranquil DO comercialitzat de la figura 2.

\*\*\*No es disposa d'informació sobre si es tracta de vi jove, criança o reserva. El 92,1% d'aquest vi es ven a doll per a tercers, i la resta, el 7,9%, és vi embotellat per a tercers.

\*\*\*\*Percentatges calculats respecte 186.689 hl. (vi del qual es coneix si es tracta de vi jove, criança o reserva).



# Observatori de la vinya, el vi i el Cava

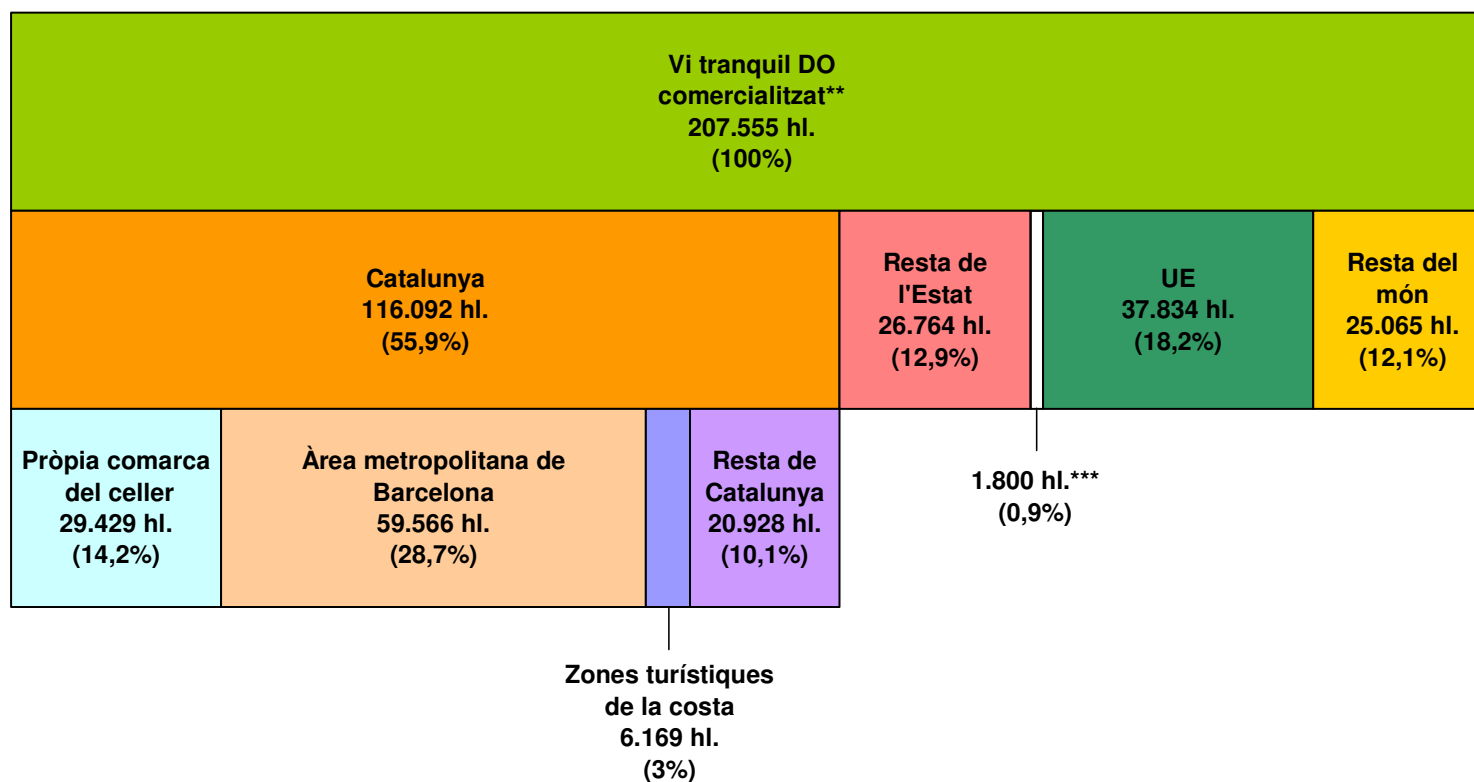
## Resultats

- Producció de vi tranquil
- Destí de la comercialització de vi tranquil DO
- Comercialització de vi tranquil DO al mercat interior
- Mitjans de promoció i publicitat
- Estratègies de comercialització
- Opinió dels elaboradors en relació al sector i en relació a l'activitat comercial del celler





Figura 4. Primer destí del vi tranquil DO comercialitzat pels cellers de la mostra\* (hl.)



\*Inclou dades de 38 cellers

\*\*La quantitat de vi tranquil DO comercialitzat de 207.555 hl. difereix en 2.349 hl. de la quantitat de vi tranquil DO comercialitzat de la figura 2.

\*\*\*No es disposa d'informació sobre el destí d'aquesta quantitat. Es tracta però, de vi que té com a primer destí el mercat interior.



# Observatori de la vinya, el vi i el Cava

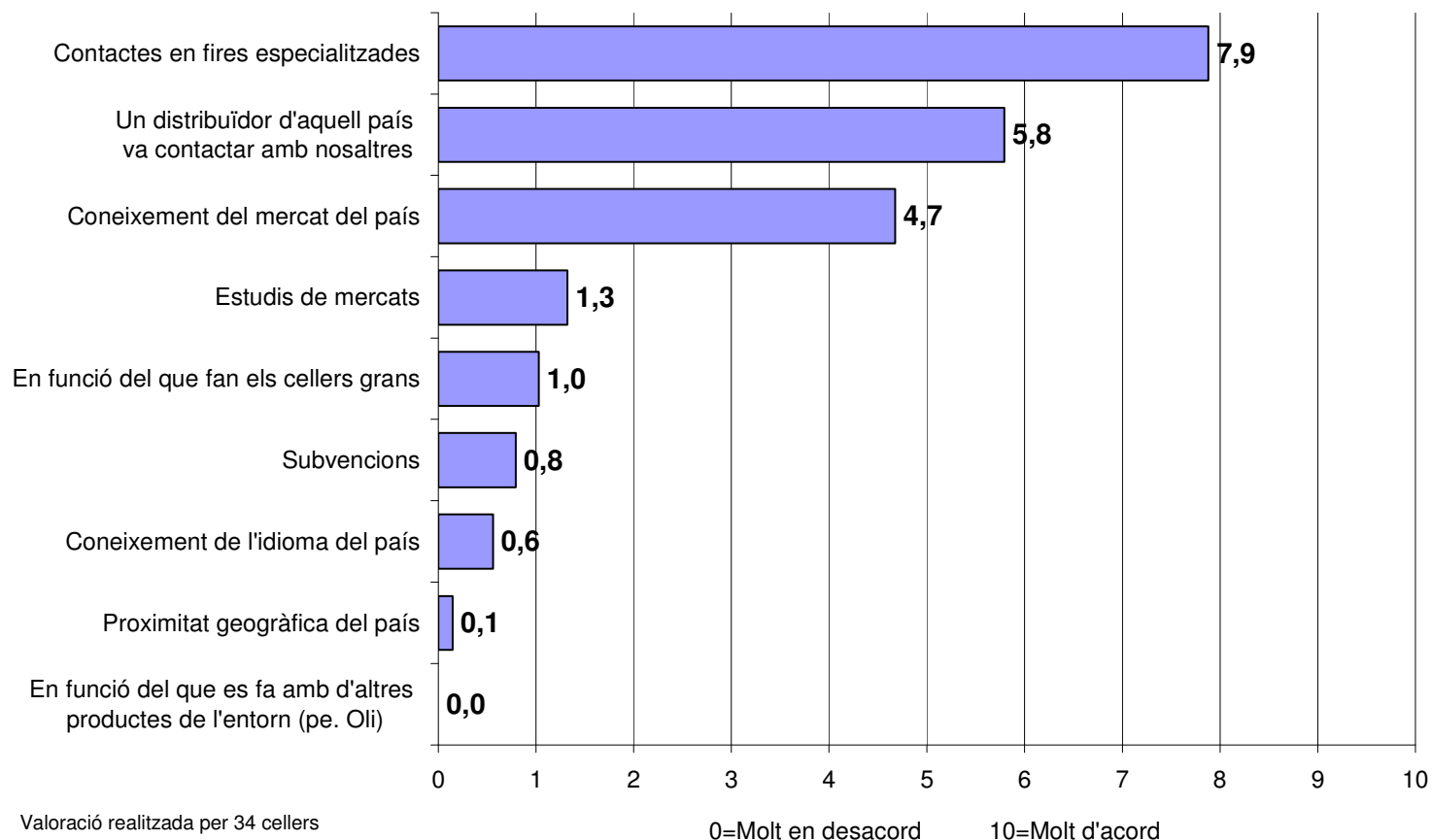
**Taula 4. Vi tranquil DO comercialitzat pels cellers de la mostra\* al mercat exterior (hl.)**

| <b>Països</b>                    | <b>Quantitat<br/>(hl.)</b> | <b>%</b>     | <b>Països</b>                                   | <b>Quantitat<br/>(hl.)</b> | <b>%</b>     |
|----------------------------------|----------------------------|--------------|-------------------------------------------------|----------------------------|--------------|
| <b>Unió Europea</b>              | <b>37.834</b>              | <b>60,2%</b> | <b>Resta del món</b>                            | <b>25.065</b>              | <b>39,8%</b> |
| <i>Alemanya</i>                  | <i>8.607</i>               | <i>13,7%</i> | <i>Estats Units</i>                             | <i>5.801</i>               | <i>9,2%</i>  |
| <i>Regne Unit</i>                | <i>7.707</i>               | <i>12,3%</i> | <i>Noruega</i>                                  | <i>5.280</i>               | <i>8,4%</i>  |
| <i>Dinamarca</i>                 | <i>5.309</i>               | <i>8,4%</i>  | <i>Japó</i>                                     | <i>4.927</i>               | <i>7,8%</i>  |
| <i>Holanda</i>                   | <i>5.302</i>               | <i>8,4%</i>  | <i>Mèxic</i>                                    | <i>2.121</i>               | <i>3,4%</i>  |
| <i>Bèlgica</i>                   | <i>3.353</i>               | <i>5,3%</i>  | <i>Brasil</i>                                   | <i>1.611</i>               | <i>2,6%</i>  |
| <i>Suècia</i>                    | <i>3.351</i>               | <i>5,3%</i>  | <i>Canadà</i>                                   | <i>1.154</i>               | <i>1,8%</i>  |
| <i>Irlanda</i>                   | <i>40</i>                  | <i>0,1%</i>  | <i>Suïssa</i>                                   | <i>1.041</i>               | <i>1,7%</i>  |
| <i>UE sense especificar país</i> | <i>4.166</i>               | <i>6,6%</i>  | <i>Rússia</i>                                   | <i>876</i>                 | <i>1,4%</i>  |
|                                  |                            |              | <i>Israel</i>                                   | <i>450</i>                 | <i>0,7%</i>  |
|                                  |                            |              | <i>Colòmbia</i>                                 | <i>372</i>                 | <i>0,6%</i>  |
|                                  |                            |              | <i>Austràlia</i>                                | <i>287</i>                 | <i>0,5%</i>  |
|                                  |                            |              | <i>Àsia sense especificar país</i>              | <i>77</i>                  | <i>0,1%</i>  |
|                                  |                            |              | <i>Resta del món sense<br/>especificar país</i> | <i>1.069</i>               | <i>1,7%</i>  |
| <b>Total mercat exterior</b>     |                            |              | <b>62.899</b>                                   |                            |              |

*\*Inclou dades de 38 cellers*



**Figura 5. Valoració de les causes per les què ven a aquells països (valoració de 0 a 10)**





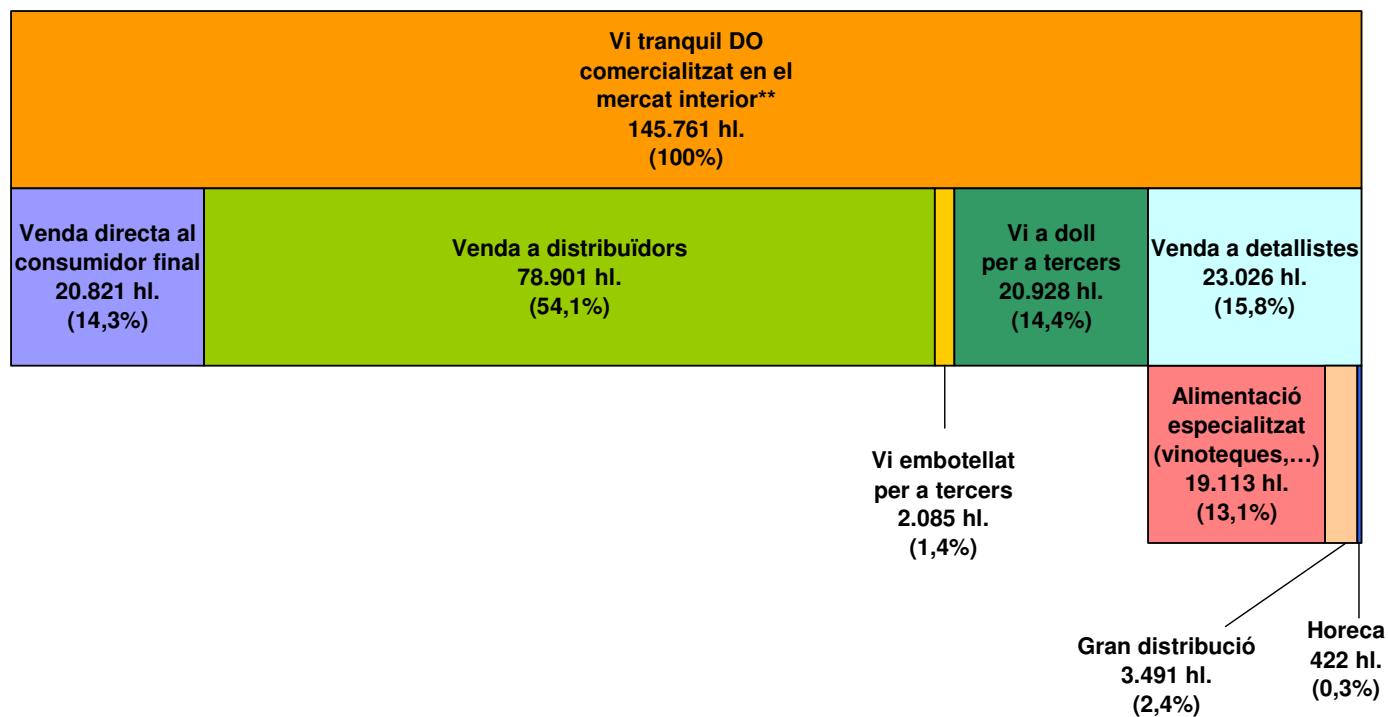
# Observatori de la vinya, el vi i el Cava

## Resultats

- Producció de vi tranquil
- Destí de la comercialització de vi tranquil DO
- Comercialització de vi tranquil DO al mercat interior
- Mitjans de promoció i publicitat
- Estratègies de comercialització
- Opinió dels elaboradors en relació al sector i en relació a l'activitat comercial del celler



**Figura 6. Vi tranquil DO comercialitzat en el mercat interior (Catalunya i resta de l'Estat) pels cellers de la mostra\* (hl.)**

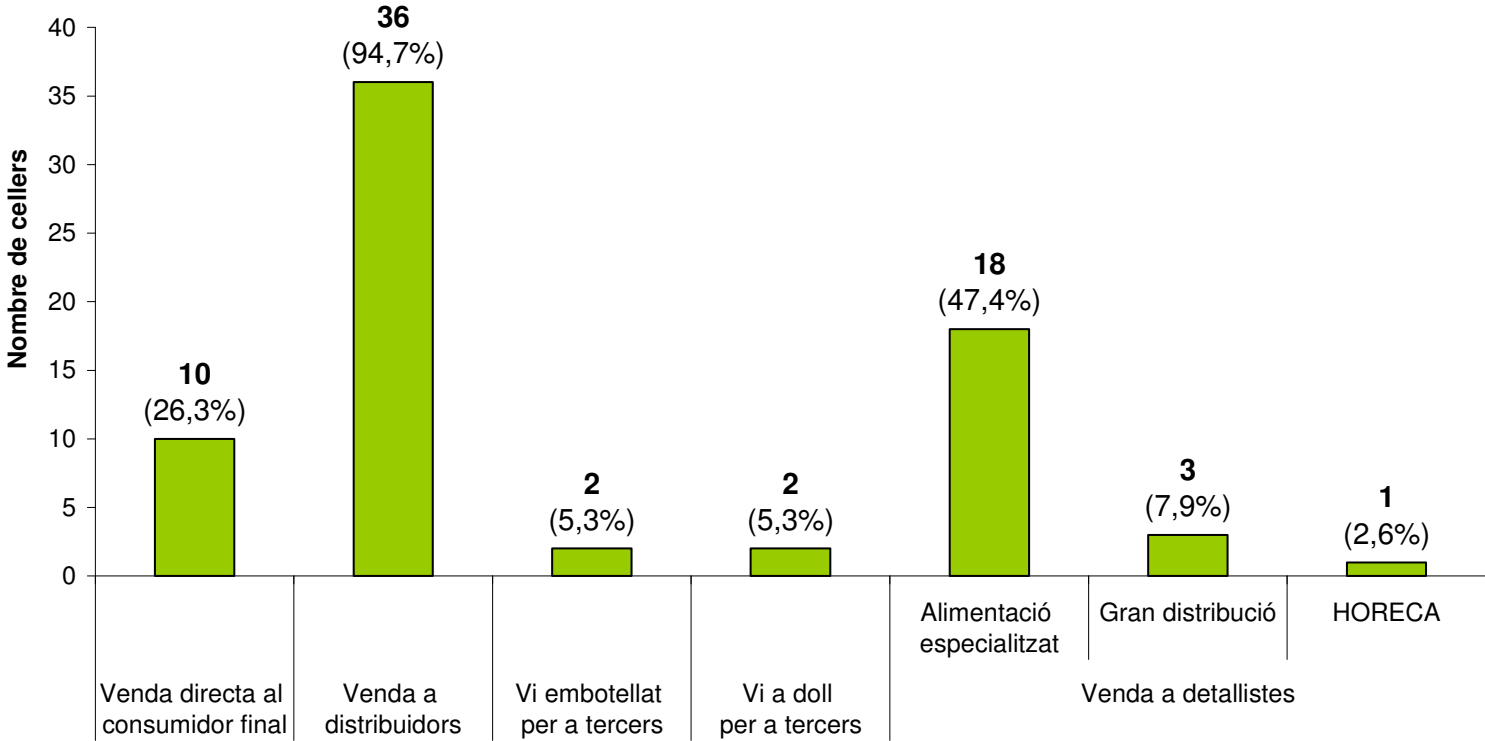


\*Inclou dades de 38 cellers

\*\*La quantitat de vi tranquil DO comercialitzat en el mercat interior de 145.761 hl. difereix en 1.105 hl. de la quantitat de vi tranquil DO comercialitzat en el mercat interior (Catalunya i resta de l'Estat) de la figura 4.



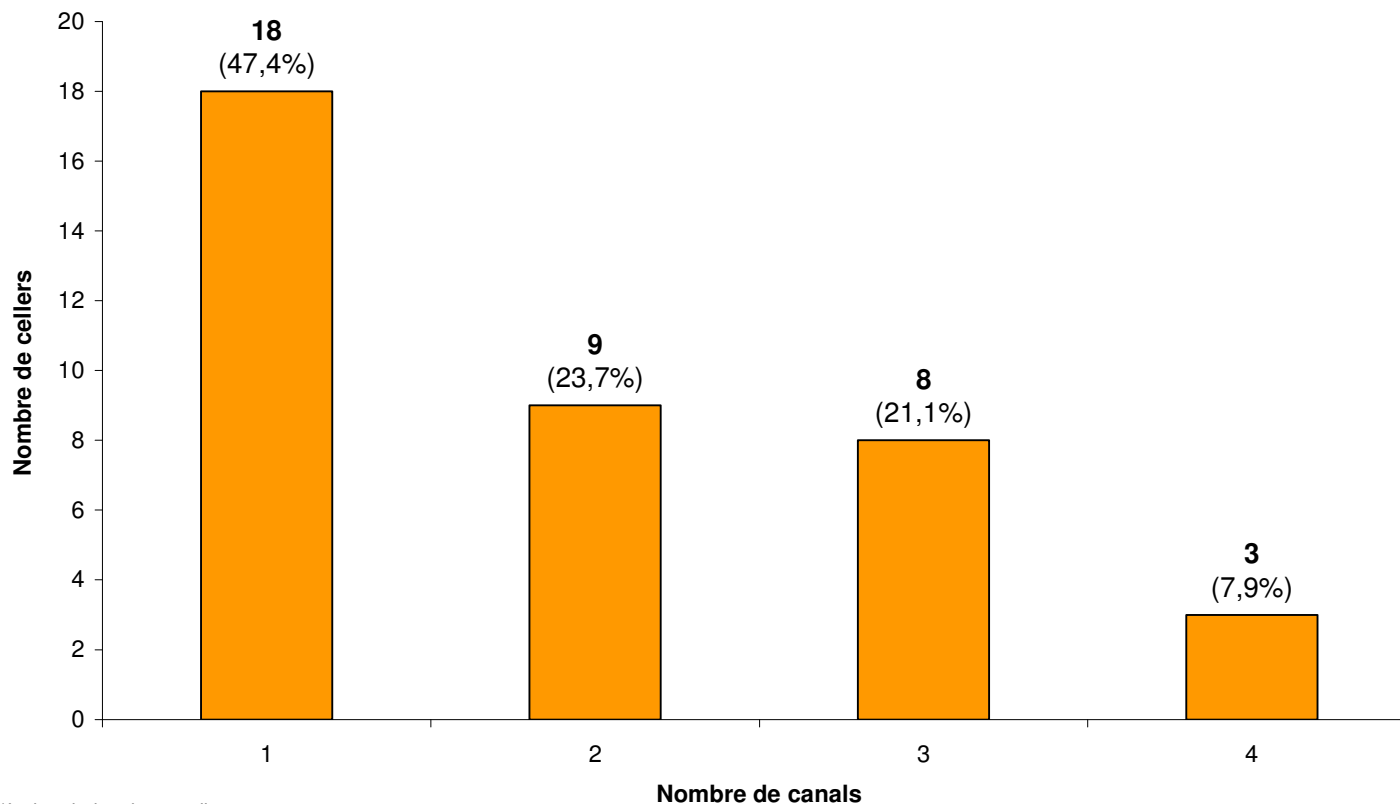
**Figura 7. Cellers de la mostra\* segons els canals de comercialització utilitzats per al mercat interior**



\*Inclou dades de 38 cellers



**Figura 8. Cellers de la mostra\* segons el nombre de canals de comercialització utilitzats per al mercat interior**



\*Inclou dades de 38 cellers



**Figura 9. Nivell de satisfacció amb els canals de comercialització emprats (valoració de 0 a 10)**

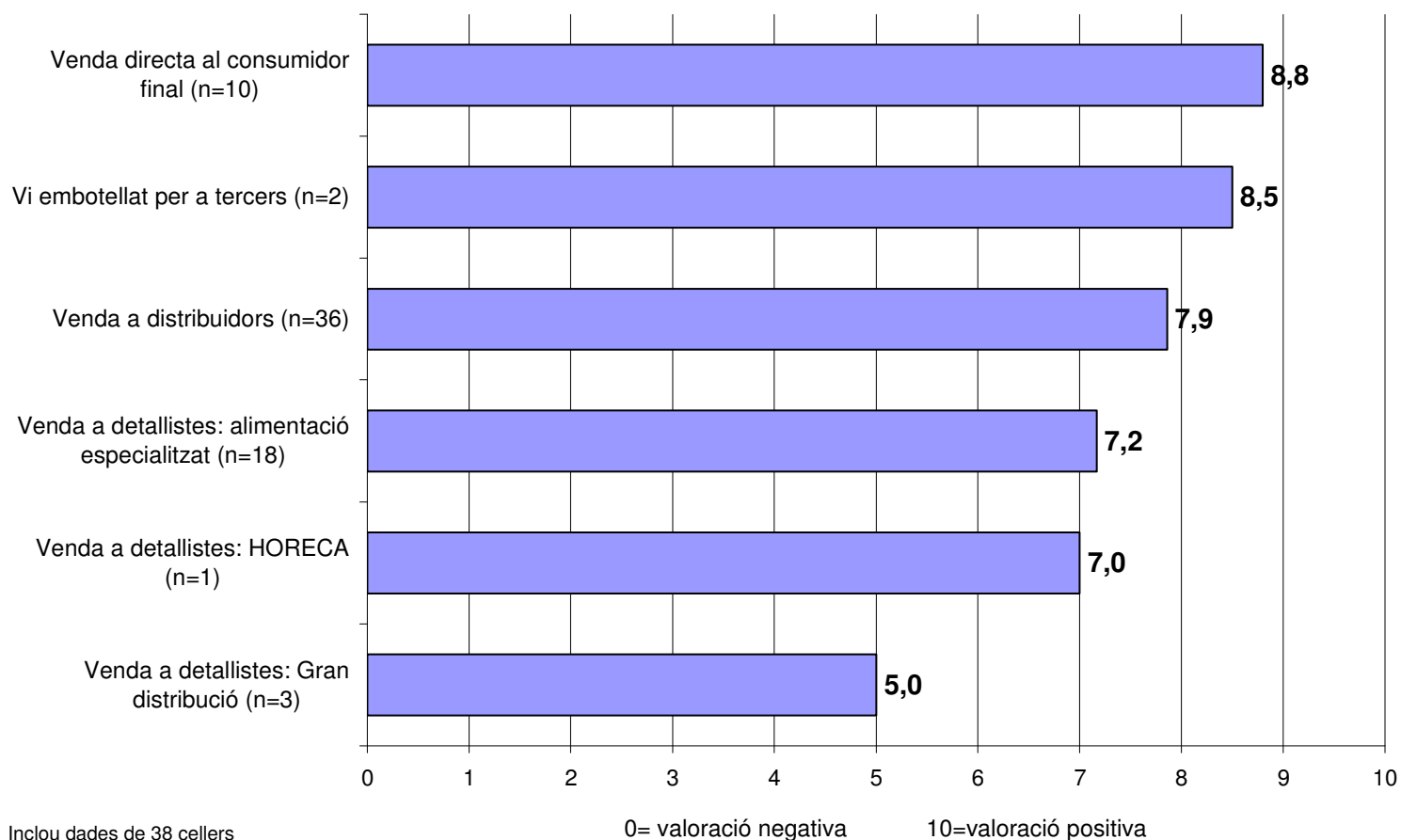
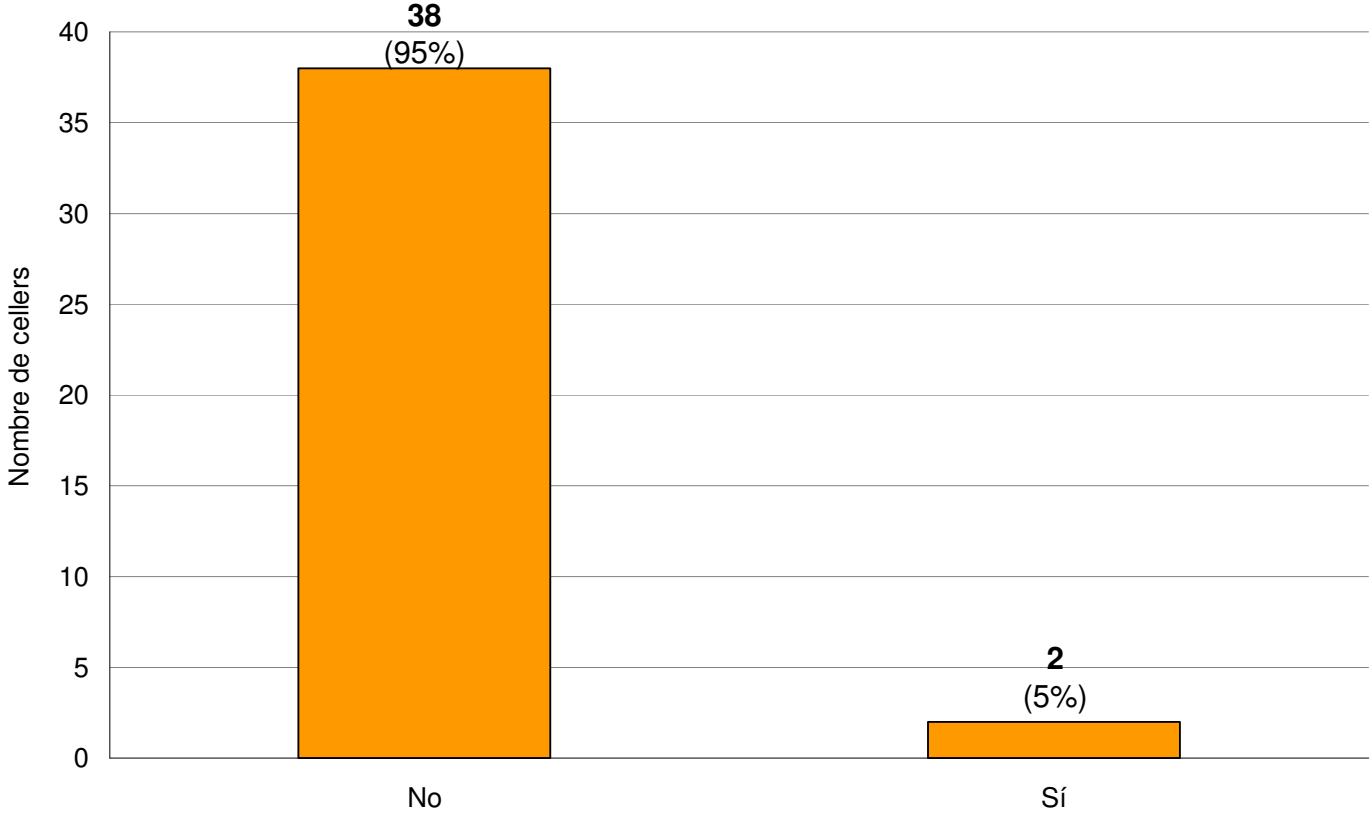




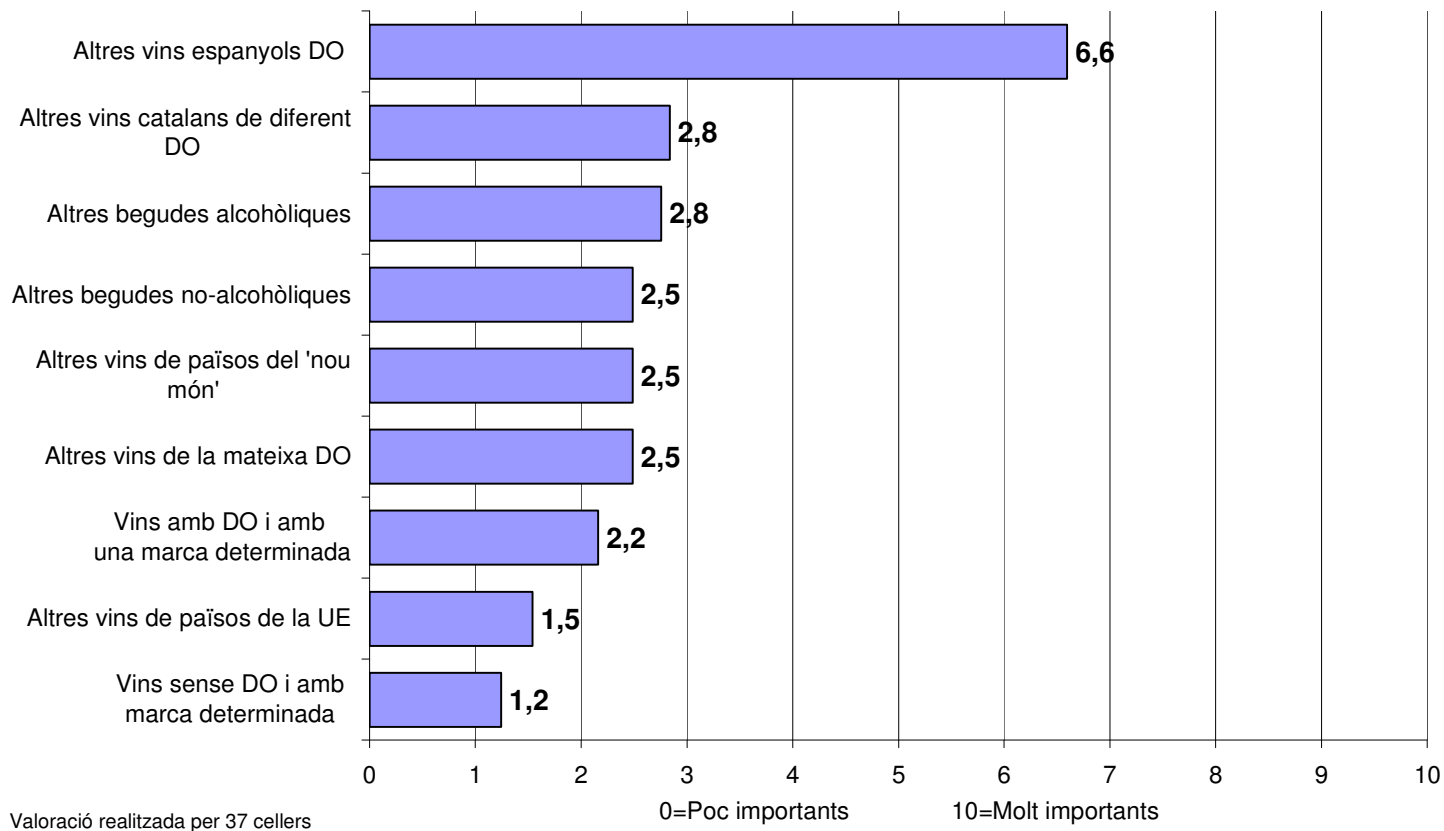


Figura 10. Pensa realitzar canvis en relació als models de comercialització del vi tranquil DO que actualment utilitza?





**Figura 11. Importància que tenen els següents competidors al mercat interior (Catalunya i/o Espanya) (valoració de 0 a 10)**





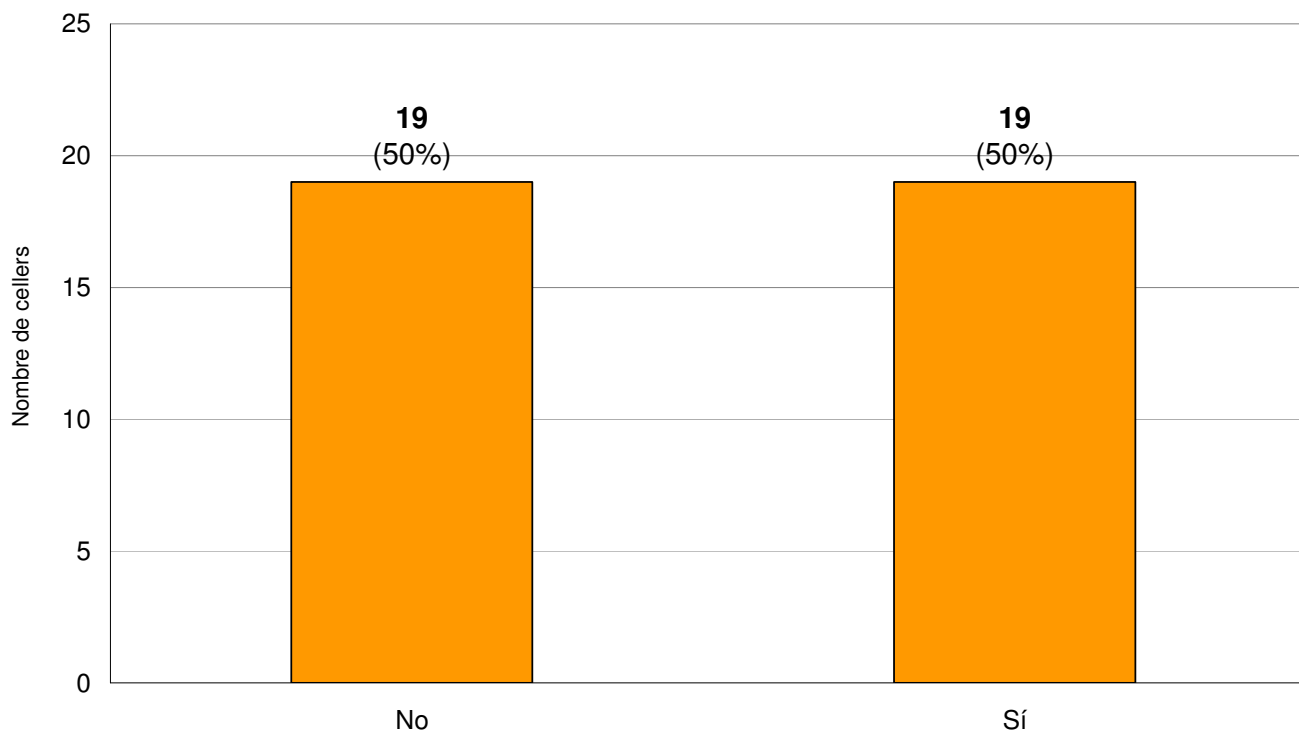
# Observatori de la vinya, el vi i el Cava

## Resultats

- Producció de vi tranquil
- Destí de la comercialització de vi tranquil DO
- Comercialització de vi tranquil DO al mercat interior
- Mitjans de promoció i publicitat
- Estratègies de comercialització
- Opinió dels elaboradors en relació al sector i en relació a l'activitat comercial del celler

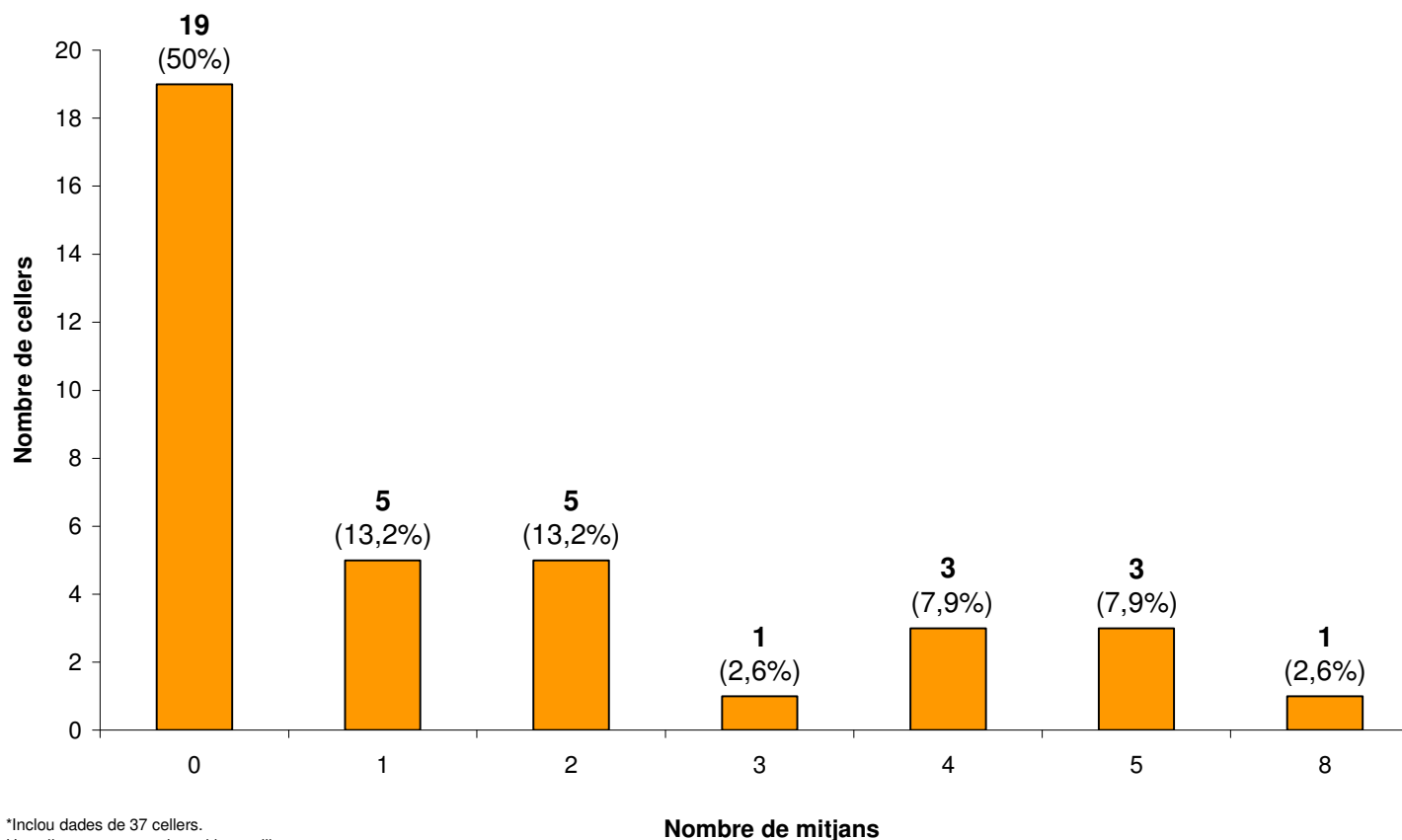


Figura 12. Utilitza algun mitjà per donar a conèixer la seva producció de vi tranquil DO?





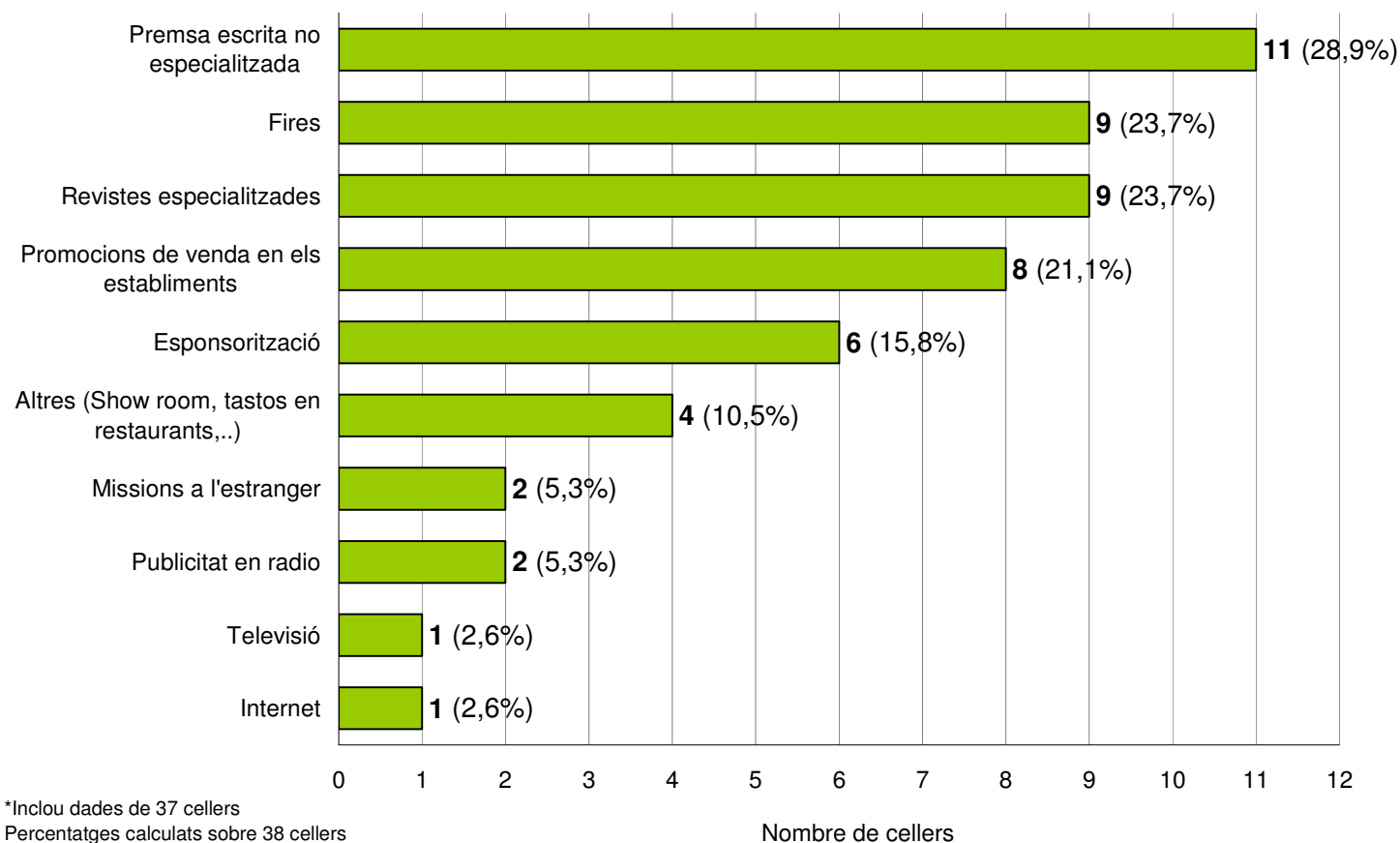
**Figura 13. Cellers de la mostra\* segons nombre de mitjans utilitzats per a la promoció i publicitat de la seva producció de vi tranquil DO**



\*Inclou dades de 37 cellers.  
Un celler no respon quins mitjans utilitza.  
Percentatges calculats sobre 38 cellers.

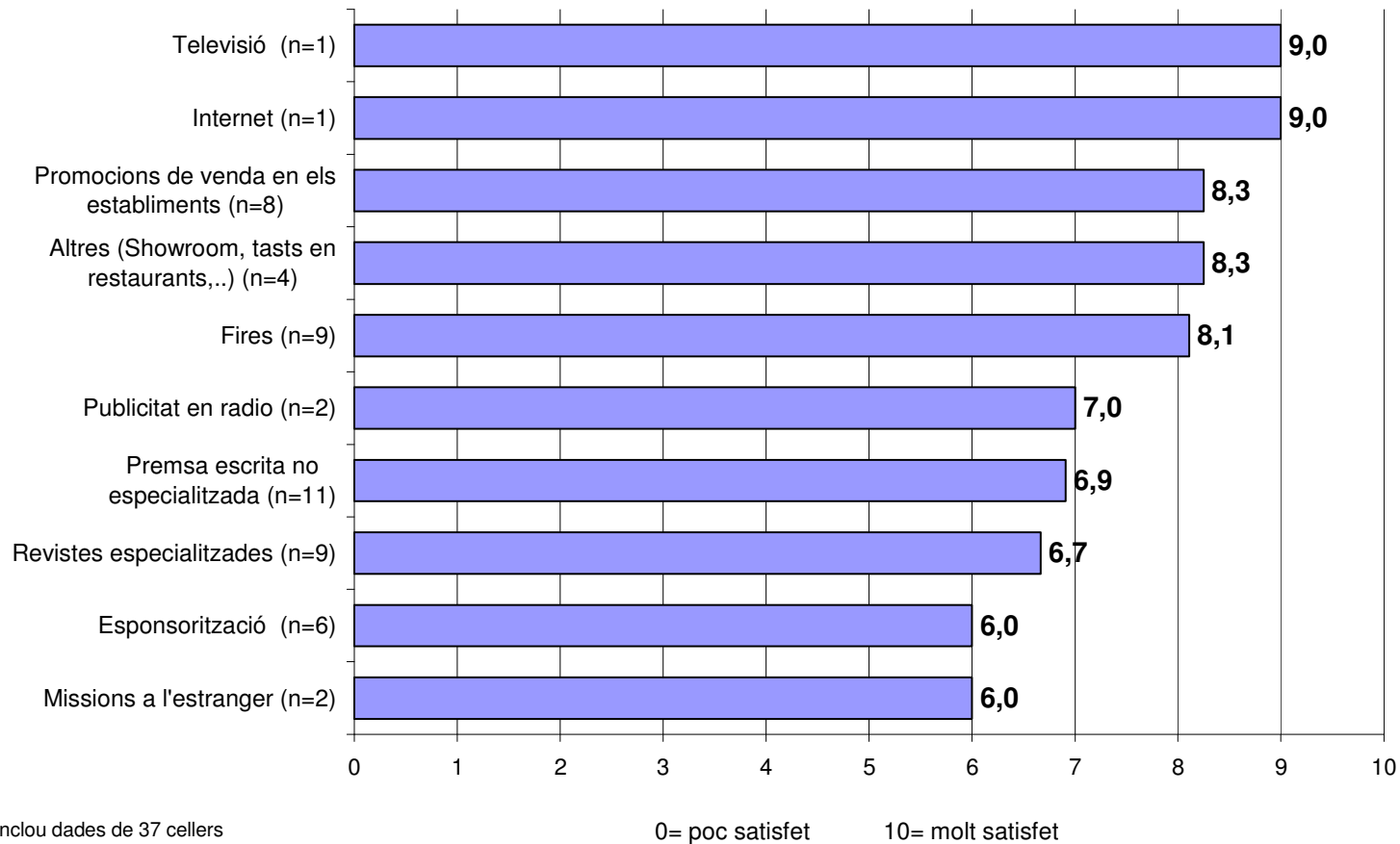


**Figura 14. Cellers de la mostra\* que utilitzen algun mitjà per donar a conèixer la seva producció de vi tranquil DO segons tipus de mitjà emprat**





**Figura 15. Grau de satisfacció dels mitjans que utilitza per donar a conèixer la seva producció de vi tranquil DO (valoració de 0 a 10)**





# Observatori de la vinya, el vi i el Cava

**Pensa realitzar canvis en relació als mitjans que utilitza de promoció i publicitat de la seva producció de vi tranquil DO?**

El 100% (n=33) dels cellers manifesten que no.





# Observatori de la vinya, el vi i el Cava

## Resultats

- Producció de vi tranquil
- Destí de la comercialització de vi tranquil DO
- Comercialització de vi tranquil DO al mercat interior
- Mitjans de promoció i publicitat
- Estratègies de comercialització
- Opinió dels elaboradors en relació al sector i en relació a l'activitat comercial del celler



# Observatori de la vinya, el vi i el Cava

**Com definiria el seu consumidor objectiu per a la seva producció de vi tranquil DO?**

Només un celler dels enquestats va definir quin era el seu consumidor objectiu per a la seva producció de vi tranquil DO.



# Observatori de la vinya, el vi i el Cava

**Ha realitzat algun estudi de mercat per a la seva producció de vi tranquil DO?**

Només dos cellers dels enquestats manifesten que han realitzat un estudi de mercat per a la seva producció de vi tranquil DO.



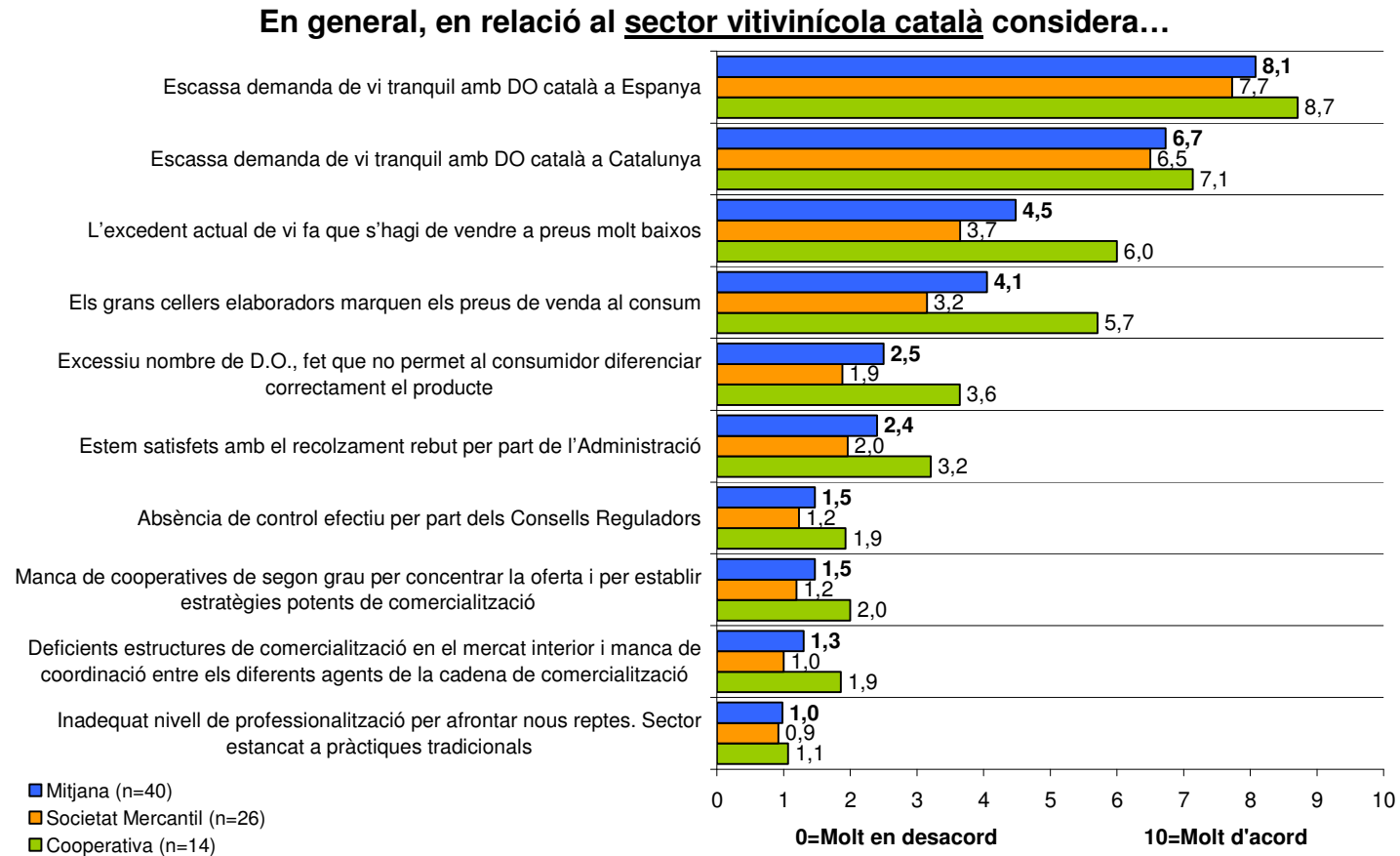
# Observatori de la vinya, el vi i el Cava

## Resultats

- Producció de vi tranquil
- Destí de la comercialització de vi tranquil DO
- Comercialització de vi tranquil DO al mercat interior
- Mitjans de promoció i publicitat
- Estratègies de comercialització
- Opinió dels elaboradors en relació al sector i en relació a l'activitat comercial del celler

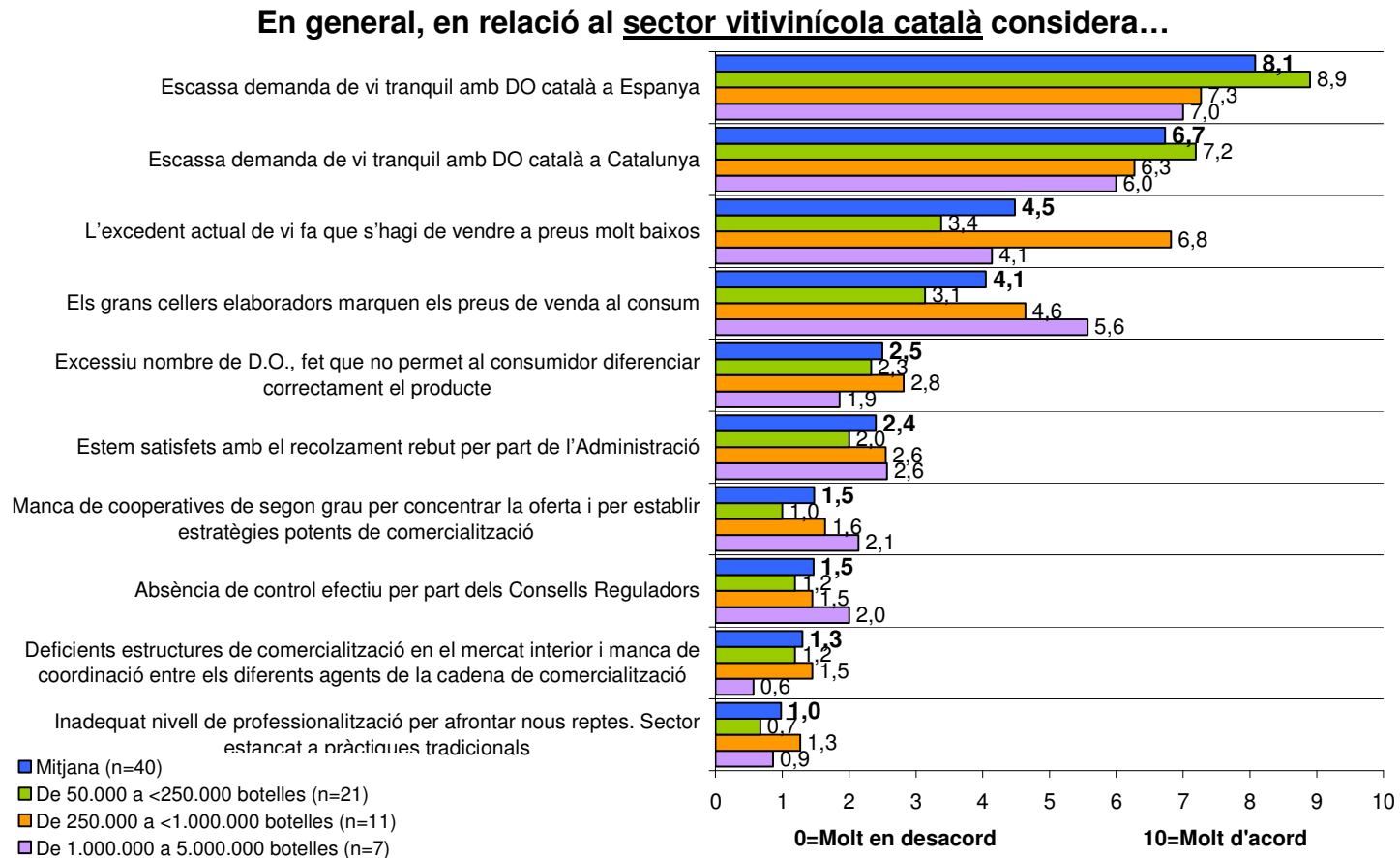
# Observatori de la vinya, el vi i el Cava

**Figura 16. Grau d'acord o desacord amb un seguit d'afirmacions sobre el sector vitivinícola català. Dades globals i diferenciades pel tipus de personalitat jurídica de l'empresa (valoració de 0 a 10)**



# Observatori de la vinya, el vi i el Cava

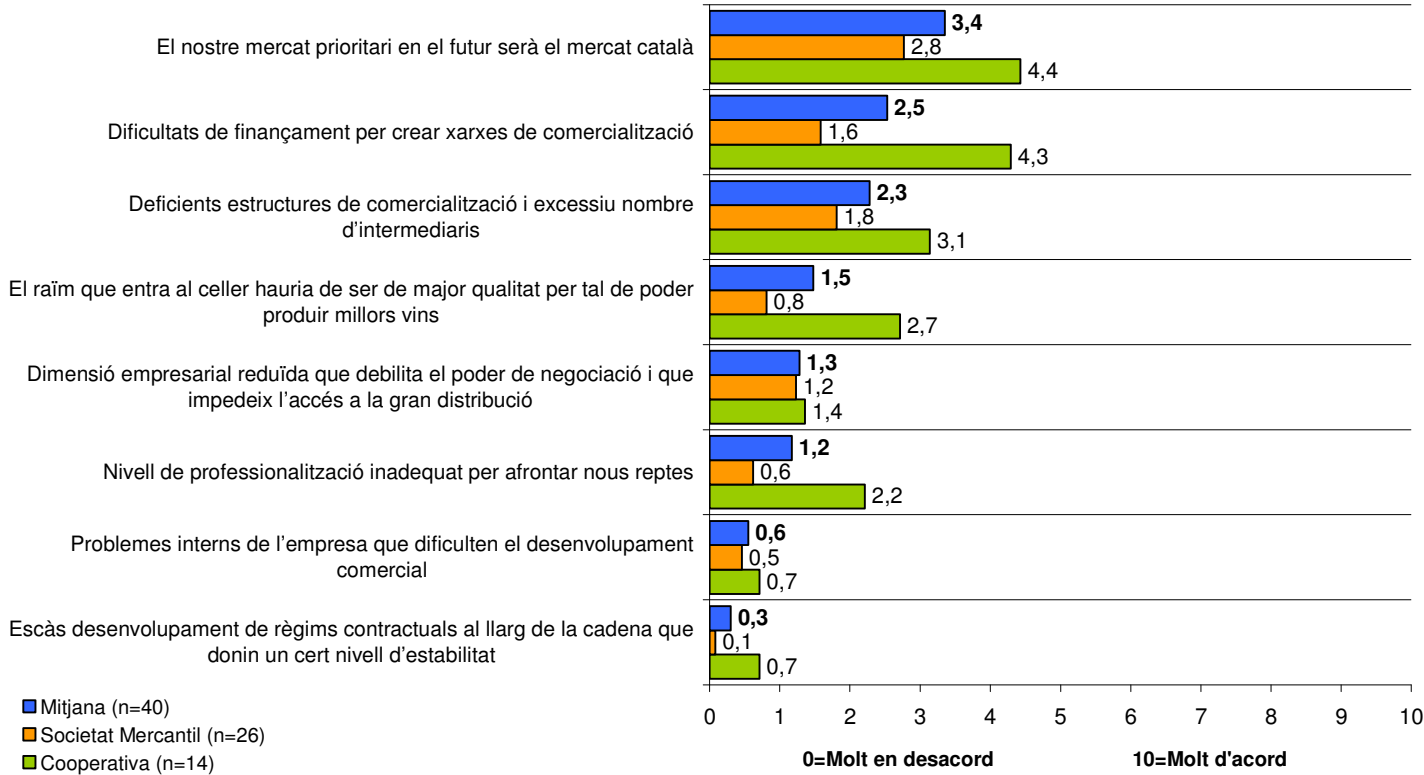
**Figura 17. Grau d'acord o desacord amb un seguit d'afirmacions sobre el sector vitivinícola català. Dades globals i diferenciades pel nombre de botelles comercialitzades de vi tranquil DO (valoració de 0 a 10)**





**Figura 18. Grau d'acord o desacord amb un seguit d'afirmacions en relació a l'activitat del celler respecte a la comercialització de vi tranquil amb DO. Dades globals i diferenciades pel tipus de personalitat jurídica de l'empresa (valoració de 0 a 10)**

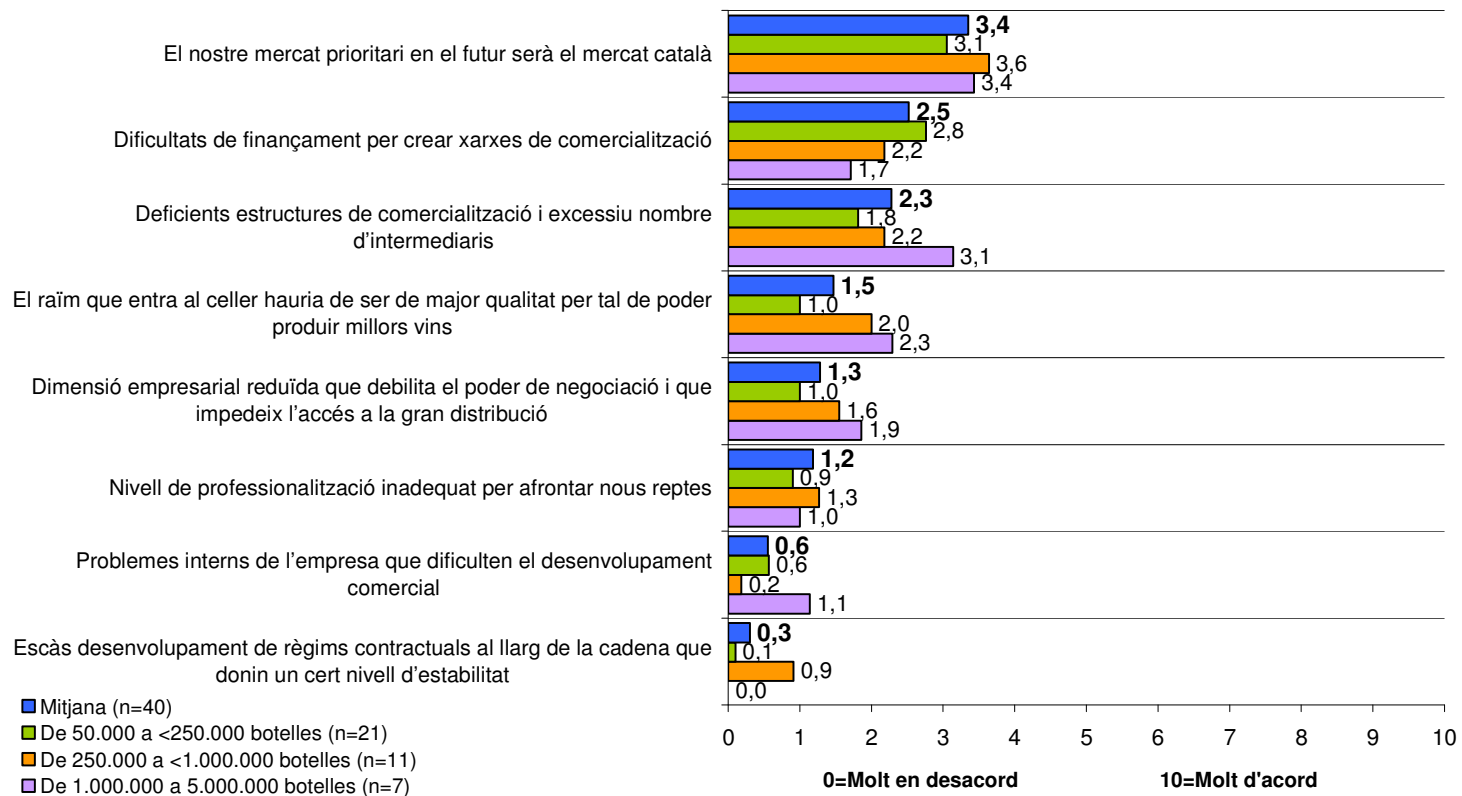
**En relació a l'activitat de la seva empresa respecte a la comercialització de vi tranquil DO considera...**



# Observatori de la vinya, el vi i el Cava

**Figura 19. Grau d'acord o desacord amb un seguit d'afirmacions en relació a l'activitat del celler respecte a la comercialització de vi tranquil amb DO. Dades globals i diferenciades pel nombre de botelles comercialitzades de vi tranquil DO (valoració de 0 a 10)**

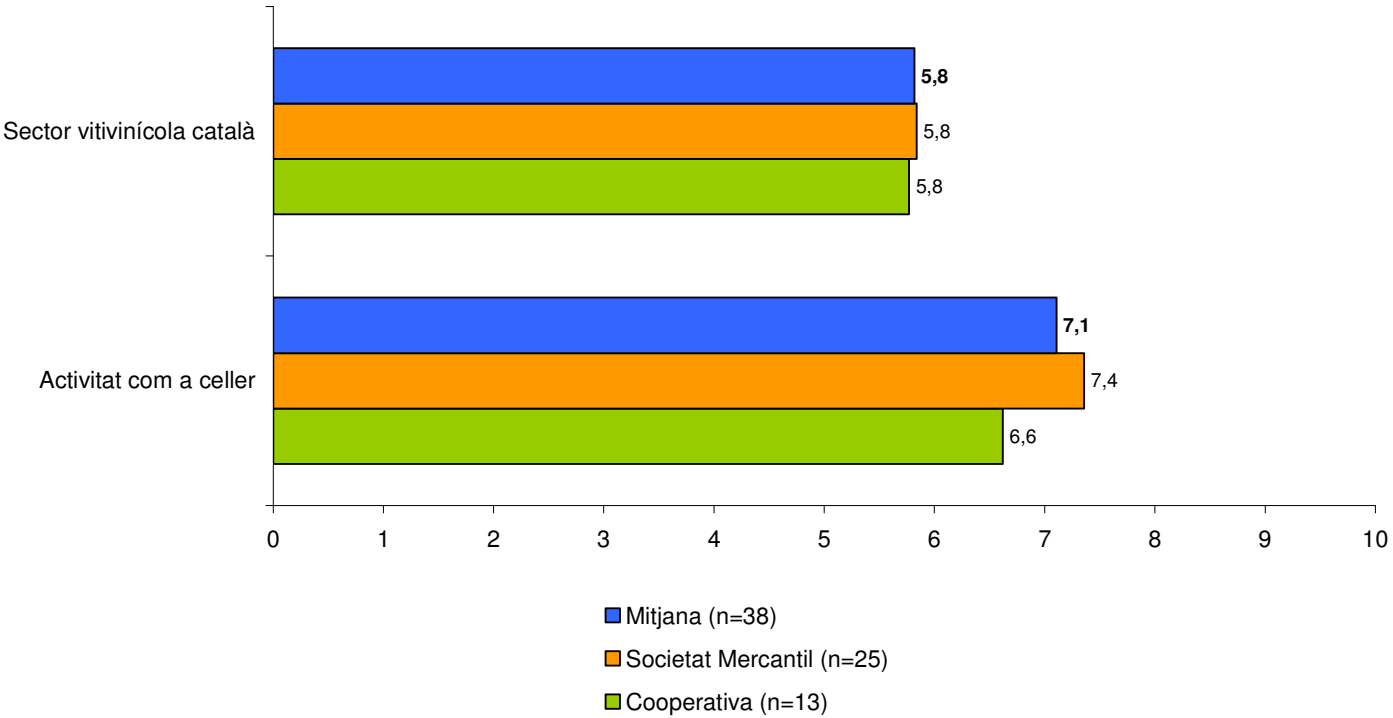
**En relació a l'activitat de la seva empresa respecte a la comercialització de vi tranquil DO considera...**





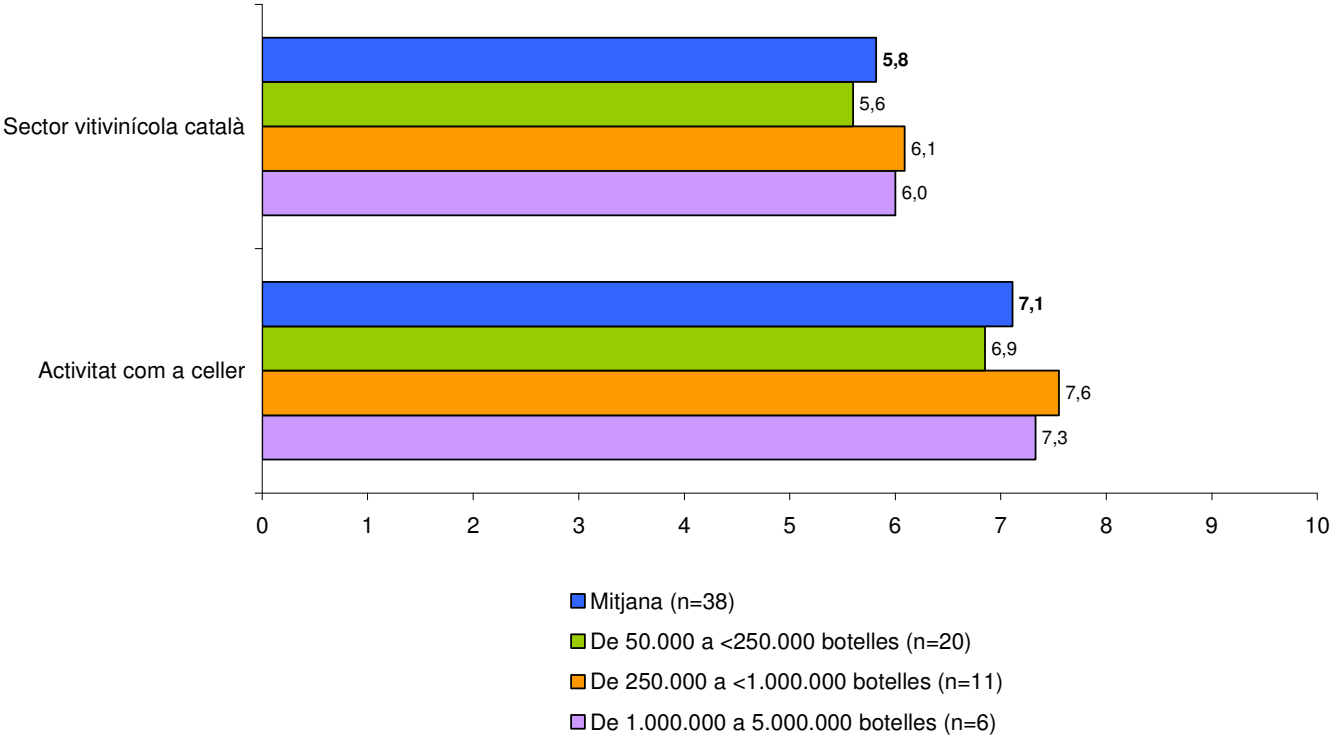


**Figura 20. Grau de satisfacció respecte a la marxa del sector vitivinícola català i respecte a la marxa de seva activitat com a celler. Dades globals i diferenciades pel tipus de personalitat jurídica de l'empresa (valoració de 0 a 10)**





**Figura 21. Grau de satisfacció respecte a la marxa del sector vitivinícola català i respecte a la marxa de seva activitat com a celler. Dades globals i diferenciades pel nombre de botelles comercialitzades de vi tranquil DO (valoració de 0 a 10)**





# Observatori de la vinya, el vi i el Cava

Conclusions



# Observatori de la vinya, el vi i el Cava

Els **principals productes**, en relació al vi tranquil comercialitzat pels cellers enquestats són el vi en **botella de 0,75l. qualificat DO** (44,1%), el **vi en garrafa no qualificat DO** (38,5%), i el vi a **doll qualificat DO** (11,7%).

En conjunt, **el vi tranquil DO representa el 56,8%** del vi tranquil comercialitzat pels cellers i, el no qualificat DO el 43,2%.

Aquestes dades indiquen que en aquest terreny, encara queda camí per recórrer. En aquest sentit, alguns exemples podrien ser explorar nous sistemes d'envasat com el bag-in-box o botelles de 0,5l., o incrementar la proporció de vi qualificat DO.

Pel que fa al **primer destí** del vi tranquil qualificat DO comercialitzat pels cellers, aquest és, en bona part, el **mercat interior** (69,7%), especialment **Catalunya** (55,9%). No obstant, **es desconeix a on s'acaba venent el vi tranquil DO al consumidor final**.

El vi tranquil DO comercialitzat en el mercat interior es ven en bona mesura a **distribuïdors**, concretament el 54,1% del total. La venda a detallistes (bàsicament, botigues especialitzades) representa el 15,8%, el vi a doll per a tercers el 14,4%, i la venda directa al consumidor final el 14,3%.

Una proporció elevada de cellers, concretament el 47,4%, utilitza **un únic canal de comercialització**. El 23,7% dels cellers utilitza dos canals, el 21,1% n'utilitza tres, i el 7,9%, quatre.

En general, el **nivell de satisfacció** que tenen els cellers respecte els canals de comercialització que utilitzen és molt alt. El nivell de satisfacció més elevat és el de la **venda directa al consumidor**. Aquest canal és utilitzat per aproximadament una quarta part dels cellers. Pel que fa a la venda a **distribuïdors**, canal utilitzat per quasi tots els cellers, té també una valoració molt alta.



# Observatori de la vinya, el vi i el Cava

Aquest elevat nivell de satisfacció fa que **pocs cellers pensin realitzar canvis en el futur respecte als models de comercialització que utilitzen.**

No obstant, potser caldria estudiar les possibilitats d'utilitzar altres canals, així com de potenciar canals com la venda directa al consumidor, que presenta un nivell de satisfacció per part dels cellers que l'utilitzen, molt alt.

Respecte els **competidors en el mercat interior**, els cellers 'només' consideren els **vins amb DO espanyols** com a competidors per a la seva producció de vi tranquil DO. En canvi, **altres possibles competidors**, com altres vins catalans amb DO, vins del nou món o d'Europa o altres begudes alcohòliques, etc..., **no són percebuts com a competidors.**

D'altra banda, **la meitat dels cellers manifesta que utilitza algun mitjà de promoció i publicitat per donar a conèixer la seva producció de vi tranquil DO.** El seu grau de satisfacció respecte els mitjans que utilitzen és relativament alt.

L'altra **meitat dels cellers** però, **no utilitza cap mitjà de promoció i publicitat.**

En conjunt **cap dels cellers pensa realitzar canvis en el futur** en relació als mitjans que utilitza per a la promoció i publicitat.

En relació a **possibles estratègies de marketing i comercialització, els cellers elaboradors no dissenyen cap mena d'actuació per millorar les seves vendes:** no coneixen quin és el seu consumidor objectiu ni realitzen estudis de mercat.



# Observatori de la vinya, el vi i el Cava

En definitiva, aquests resultats indiquen que el segment de cellers estudiat està prou satisfet amb la situació i per tant, no es planteja la realització de canvis respecte els models de comercialització que utilitza, ni tampoc pel que fa als mitjans de promoció i publicitat per donar a conèixer la seva producció de vi tranquil DO. Aquest immobilisme, també es manifesta en el fet que els cellers enquestats, en general, no realitzen estudis de mercat.

D'altra banda, les respostes dels cellers a les preguntes plantejades per conèixer el seu grau de satisfacció en relació al sector vitivinícola català i en relació a l'activitat del celler respecte a la comercialització de vi tranquil amb DO, confirmarien aquest nivell de satisfacció relativament alt. En aquestes preguntes, els cellers manifesten que **estan més o menys satisfets amb la marxa del sector vitivinícola català i força satisfets amb la seva activitat com a cellers.**

En aquest sentit, respecte al sector vitivinícola català, els cellers no consideren, entre d'altres qüestions, **que el sector tingui deficients estructures de comercialització.**

Consideren però, que existeix una **escassa demanda de vins catalans amb DO**, especialment a Espanya però també a Catalunya.

Respecte a la comercialització de la seva empresa, **els elaboradors estan satisfets.** No consideren que hi hagi un escàs desenvolupament de règims contractuals al llarg de la cadena, ni que tinguin problemes interns que dificultin el desenvolupament comercial, ni tenir una dimensió empresarial reduïda que debilita el poder de negociació, ni que hi hagin deficients estructures de comercialització i un excessiu nombre d'intermediaris, entre d'altres.



# Observatori de la vinya, el vi i el Cava

Es pot concloure doncs, que **els elaboradors participen poc activament en la comercialització del seu producte**, i per tant, **la presència i rellevància dels vins catalans amb DO als punts de venda final queda en mans d'altres agents de la cadena de comercialització**. En aquest sentit, caldria aprofundir en el paper que juguen aquests altres agents en la cadena, com ara la distribució.

Finalment, per tal que els cellers puguin fer front als **nous reptes**, i aprofitar les **oportunitats del mercat**, cal potenciar iniciatives de formació en gestió empresarial, marketing, etc...