

Observatori de la vinya, el vi i el cava

INFORME núm. 1/2009

Març

INTRODUCCIÓ

- I. ANÀLISI ECONÒMIC - FINANCER D'INDÚSTRIES DEL SECTOR VINÍCOLA CATALÀ
- II. EVOLUCIÓ DE PREUS AL CONSUM
- III. EL MERCAT DEL VI ALS ESTATS UNITS
- IV. PRINCIPALS RESULTATS DE L'ESTUDI: HÀBITS DE COMPRA I ACTITUDS DELS RESTAURADORS DE LA COSTA CATALANA VERS ELS VINS DE CATALUNYA



Informe sobre el sector vitivinícola a Catalunya; Març 2009

Elaboradors del V Butlletí:

Cristina Escobar (CREDA – UPC – IRTA) (crisrina.escobar@upc.edu)

José M^a Gil (CREDA – UPC – IRTA) (chema.gil@upc.edu)

Lluc Mercadé Romeu (CREDA – UPC – IRTA) (lluc.mercade.romeu@upc.edu)

Ester Freixa (CREDA – UPC – IRTA) (ester.freixa@estudiant.upc.edu)

Coordinador:

Xoán Elorduy (INCAVI) (xoan.elorduy@gencat.cat)

Amb la col·laboració de:

Cristina Fumanal (DAR) (cfumanal@gencat.cat)



Introducció

Després de dos anys de funcionament de l'observatori de la vinya, el vi i el cava iniciem, al 2009, una nova estructura dels Butlletins que, a partir d'ara, s'anomenaran Informes. Al llarg de cada any s'elaboraran quatre informes trimestrals. L'estructura de l'informe serà la següent. Cada informe estarà dedicat a un tema principal. Dos dels informes, el primer i el quart es dedicaran a recollir aspectes econòmics i financers del sector. En concret, el primer es centrarà en l'anàlisi del sector elaborador, mentre que el quart informe recollirà dades del sector productor i elaborarà i publicarà el quadre de comandament sectorial de la vinya i el vi. El segon informe analitzarà l'evolució del sector des del punt de vista de la producció i també elaborarà i publicarà el quadre de comandament sectorial de la vinya i el vi. Finalment, el tercer, analitzarà l'evolució de la comercialització.

A més d'aquest tema principal, els diferents informes aniran recollint la evolució dels preus al consum, tal i com s'ha vingut recollint fins ara. Es completarà cada informe amb informació no periòdica que cobreixi anàlisis de mercats exteriors, canvis en les regulacions existents o conseqüències de les seves aplicacions, resums de treballs elaborats des de l'observatori. En tot cas, en aquest tipus d'informacions no periòdiques prevaldrà l'actualitat del tema o l'interès que pugui suscitar pel sector.

Joan Aguado i Masdeu

President de l'Observatori de la Vinya, el Vi i el Cava
Director general de l'INCAVI

BLOC I: ANÀLISI ECONÒMIC - FINANCER D'INDÚSTRIES DEL SECTOR VINÍCOLA CATALÀ

Introducció

L'objecte del present bloc és l'estudi de l'estat **econòmic-financer** de les indústries **elaboradores de vi** a Catalunya durant els anys 2002-2007. La font d'informació utilitzada per a realitzar aquest estudi ha estat la base de dades SABI¹.

En aquesta base de dades hi ha, l'any 2007, 240 empreses vinícoles localitzades a Catalunya (consulta realitzada al març 2009).

L'estudi s'ha estructurat en les següents parts:

- Metodologia de l'estudi.
- Presentació dels principals comptes de les empreses catalanes.
- Anàlisi de la situació econòmica i financera del sector a través de diferents ràtios.
- Estudi d'origen i aplicació de fons de les empreses catalanes.

Metodologia

A continuació s'explica quina és la mostra d'empreses utilitzada en l'estudi, quines dades de les empreses es presenten i quins càlculs s'han realitzat.

Mostra d'empreses

S'ha fet una selecció de les empreses disponibles al SABI seguint els següents criteris:

- ◇ Activitat **Principal**²: Elaboració de vins; Segons Codi NACE Rev. 2 : 1102.
- ◇ Xifra mínima de negoci: 100.000 €
- ◇ Dades disponibles des de l'any 2002 fins al 2007.
- ◇ Numero de treballadors mínim: 2.

Utilitzant aquests criteris s'han seleccionat, per un costat, les empreses amb localització a Catalunya, que són 125 i, per l'altra, les del conjunt de l'Estat, que són 640 (inclouen les de Catalunya). Aquest segon grup, del conjunt de l'Estat, s'utilitza com a referència per analitzar les empreses catalanes.

¹ Sistema de Anàlisis de Balances Ibéricos: Base de dades que conté informació financera de més de 800.000 empreses espanyoles i 80.000 de portugueses. Conté fins a 10 anys d'informació històrica de comptes financers, així com informació sobre grups d'empreses, accionistes, marques, ràtios i altres.

² Aquesta selecció pot deixar fora empreses que, tot i estar actives durant aquest període, no es dediquen principalment a la elaboració de vi o que formen part d'altres empreses classificades en activitats diferents de l'elaboració de vins.

D'altra banda, el conjunt d'empreses de Catalunya, tal i com es mostra en la taula 1, s'ha dividit en 4 grups (A, B, C i D) segons el valor de les vendes generades l'any 2007.

Com es pot observar en aquesta taula 1, el grau de concentració a Catalunya del sector vinícola es relativament elevat ja que les 21 empreses que tenen vendes superiors als 5 milions d'euros concentren gairebé el 90% del valor total de les vendes.

Taula 1

Distribució de les empreses catalanes segons l'import les de vendes (dades en milers d'euros 2007)

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de SABI

Grup	Import Net de la xifra de vendes (milers €)	Empreses		Vendes totals per grup	
		Nombre	%	Milers €	% sobre el total
A	Més de 5.000	21	16,8	1.116.948	89,8
B	Entre 1.000 i .5000	43	34,4	99.071	8,0
C	Entre 500 i 1.000	24	19,2	17.327	1,4
D	Entre 100 i 500	37	29,6	10.180	0,8
	TOTAL	125	100	1.243.526	100

Pel que fa a la mostra d'empreses del conjunt de l'Estat, aquestes no s'han diferenciat en grups, sinó que s'utilitzen dades del conjunt de la mostra. Tot i això s'ha comprovat que la distribució d'empreses per grups segons l'import de vendes és molt semblant a la de les empreses catalanes.

És interessant destacar que entre les deu majors empreses vinícoles a Espanya al 2007 (segons import de les vendes) **sis** són empreses catalanes (Taula 2), xifra que indica la importància del sector vinícola català en les vendes totals espanyoles, en gran part degut al cava.

Taula 2

Import de vendes de les 10 majors empreses elaboradores de vi d'Espanya. Dades en milers d'euros.

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de SABI

	Nom Empresa	Província	Vendes 2007
1	Freixenet S.A.	Barcelona	358.765
2	Codorniu S.A.	Barcelona	208.038
3	Domecq Bodegas S.L.	Logroño	177.876
4	Miguel Torres S.A.	Barcelona	173.262
5	Gonzalez Byass S.A.	Cádiz	137.740
6	Felix Solis Avantis, S.A.	Ciudad Real	137.649
7	El Coto de Rioja S.A.	Álava	76.984
8	Moet Hennessy España S.A.	Barcelona	74.362
9	Catellblanch S.A.	Barcelona	70.464
10	Segura Viudas S.A.	Barcelona	65.210

Presentació dels comptes

Els comptes presentats són:

- ✓ **Compte de Pèrdues i Guanys:** on es mostren els ingressos, despeses i els diferents resultats de l'exercici.
- ✓ **Balanç**
 - Actiu Fix** o immobilitzat (material, immaterial, financer, altres actius fixes).
 - Actiu Circulant:** és l'actiu que no resta a la empresa més de un exercici econòmic. Està compost per les existències, el compte de clients deutors, el disponible (caixa, bancs, tresoreria) i altres actius circulants.
 - Fons propis** o fons permanents de l'empresa: estan composts pel capital subscrit, les reserves, resultats anteriors i altres fons propis.
 - Passiu Fix:** són bàsicament els deutes a llarg termini.
 - Passiu circulant:** són els creditors i deutes comercials a curt termini i altres passius circulants.

Tant pel que fa al balanç com al compte de pèrdues i guanys es presenten les dades pel conjunt d'Espanya, de Catalunya i pels 4 grups en que s'ha dividit les empreses localitzades a Catalunya. Els valors han estat deflactats pel seus corresponents IPC, de manera que es mostren en euros del 2007.

Càlcul de ràtios

Totes les ràtios s'han calculat a partir dels totals dels comptes del sector o de cada grup i no com la mitjana de les ràtios individuals de cada empresa.

A continuació es descriuen les formules utilitzades en cada ràtio.

Activitat Comercial

Els indicadors utilitzats que aporten informació de l'activitat comercial són:

Import net de Xifra de Vendes

En aquest apartat s'analitzen els increments anuals de les vendes en el període.

Rotació

Mostra la relació entre els ingressos per vendes i l'actiu utilitzat per obtenir-los. Com major sigui la ràtio, millor està la empresa utilitzant els seus recursos.

$$\text{Rotació} = \frac{\text{Vendes}}{\text{Actiu}} \times 100$$

Valor Afegit

Indica el valor de la renda generada per les activitats ordinàries de l'empresa.

$$\text{Valor Afegit} = \text{Ingressos d'explotació} - \text{Despeses d'explotació}$$

Productivitat

Indica el valor de la renda generada per les activitats ordinàries de l'empresa per cada euro esmerçat en personal.

$$\text{Productivitat} = \frac{\text{Valor afegit}}{\text{Despeses de personal}}$$

Despeses

S'analitzen les despeses financeres i de personal, dividides per l'import de les vendes. La ràtio mostra les despeses que ha calgut esmerçar per cada euro venut.

$$\% \text{Despeses Financeres} = \frac{\text{Despeses Financeres}}{\text{Vendes}} \times 100$$

$$\% \text{Despeses de Personal} = \frac{\text{Despeses de Personal}}{\text{Vendes}} \times 100$$

Rendibilitat

S'analitza la rendibilitat econòmica i la rendibilitat financera:

Rendibilitat econòmica

Ens indica la relació entre el benefici abans d'impostos i interessos (BAII) i l'actiu. Aquesta ràtio ens permet conèixer el benefici generat per l'actiu sense tenir en compte com s'ha finançat aquest actiu.

$$\text{Rendibilitat Econòmica} = \frac{\text{BAII}}{\text{Actiu}} \times 100$$

Rendibilitat financera

Ens indica la relació entre el benefici net i el capital invertit (guanys dels inversors)

$$\text{Rendibilitat Financera} = \frac{\text{Benefici Net}}{\text{Capital Propi}} \times 100$$

Liquiditat

La liquiditat s'avalua a través de la ràtio de Liquiditat General que relaciona l'actiu circulant i el passiu circulant totals:

$$\text{Liquiditat General} = \frac{\text{Actiu circulant}}{\text{Passiu líquid}}$$

Solvència

La solvència s'avalua segons les següents dues ràtios:

$$\text{Ràtio d'Endeudament} = \frac{\text{Total Deutes}}{\text{Passiu} + \text{Fons Propis}} \times 100$$

$$\text{Ràtio de Qualitat del deute} = \frac{\text{Deutes a curt termini}}{\text{Total Deutes}} \times 100$$

Estat d'origen i aplicació de fons

Per tal d'avaluar les inversions efectuades durant el període considerat s'ha elaborat el quadre de finançament o estat d'origen i aplicació de fons. Aquest ens dona informació sobre les inversions que les empreses han efectuat i quin tipus de finançament han utilitzat. Es realitza a través del càlcul de les variacions entre balanços de dos anys diferents.

Les variacions obtingudes es classifiquen com origen o aplicació en funció del signe i del tipus de partida, tal i com es mostra en la següent taula:

Taula 3
Interpretació de les variacions de balanços entre dos anys.
 Font: Elaborat a partir del llibre: "Análisis Económico Financiero", Oriol Amat 2002

Origen	Aplicació
↓ Descens Actiu	↑ Augments Actiu
↑ Augments Passiu	↓ Descens Passiu
↑ Augments Fons Propis	↓ Descens Fons Propis

Aquest anàlisi s'ha realitzat pel conjunt d'empreses de la mostra localitzades a Catalunya (125 empreses) entre els anys 2002 i 2007.

Presentació dels comptes

Compte de Pèrdues i Guanys

En la taula 4 es mostren els comptes de pèrdues i guanys de les empreses del conjunt de l'Estat, de Catalunya i dels quatre grups definits (A, B, C, i D). Concretament, es presenten les dades agregades de les empreses de l'any 2007 (Total 2007), el promig per empresa (Promig 2007) també de l'any 2007, i la variació entre l'any 2002 i l'any 2007, en percentatge (% 02-07).

En relació a les vendes s'observa que les empreses de Catalunya aporten, l'any 2007, un 36% de vendes totals d'Espanya, tot i que només representen un 19% del total d'empreses vinícoles de l'Estat. De fet, les empreses catalanes tenen unes vendes promig de 9.948 milers d'euros, gairebé el doble que el promig de les espanyoles (5.428 milers d'euros). No obstant, el valor de les vendes de les empreses de Catalunya ha disminuït un 4,9% entre l'any 2002 i l'any 2007, mentre que en el conjunt de l'Estat ha augmentat, en aquest mateix període, un 5,2%.

En relació als resultats d'explotació i de l'exercici, aquests són de signe positiu tant pel que fa al conjunt d'empreses de Catalunya com les de l'Estat. Catalunya però, presenta uns resultats promitjos superiors al de les empreses del conjunt de l'Estat.

Pel que fa a la variació del resultat d'explotació entre l'any 2002 i l'any 2007, destaca el fort descens que han experimentat tant les empreses de Catalunya (-50,6%) com les del conjunt de l'Estat (-39,4%). En canvi, pel que fa al resultat de l'exercici, les empreses de Catalunya han experimentat, en aquest període un creixement (5,6%), mentre que en el conjunt de l'Estat, la variació ha estat negativa (-38,3%). L'increment del resultat de l'exercici en el cas de les empreses de Catalunya, sembla que s'explica per l'augment dels ingressos extraordinaris (170%).

Pel que fa als 4 grups en que s'han dividit les empreses de Catalunya, destaca el descens del valor de les vendes del grup A (-6,4%) i els increments en els grups d'empreses amb un import de vendes menor. De fet, en els grups B, C i D, a mesura que l'import de vendes és menor, els increments de les vendes entre el 2002 i el 2007, són majors.

Respecte el resultat d'explotació, en tots 4 grups aquest és de signe positiu, en canvi, respecte el resultat de l'exercici, només és positiu en els grups A i B.

Observatori de la vinya, el vi i el cava

Taula 4

Partides principals dels Comptes de Pèrdues i Guany de les mostres Espanya, Catalunya i grups definits (A, B, C i D). Valors en milers d'euros deflactats segons IPC

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de SABI

	ESPANYA						CATALUNYA											
	Espanya (640 empreses)			Catalunya (125 empreses)			Grup A (21 empreses)			Grup B (43 empreses)			Grup C (24 empreses)			Grup D (37)		
	Total 2007	Promig 2007	% 02-07	Total 2007	Promig 2007	% 02-07	Total 2007	Promig 2007	% 02-07	Total 2007	Promig 2007	% 02-07	Total 2007	Promig 2007	% 02-07	Total 2007	Promig 2007	% 02-07
Ingressos d'explotació	3.591.227	5.611	4,5	1.266.314	10.131	-6,5	1.136.934	54.140	-8,2	100.789	2.344	8,1	17.731	739	18,9	10.859	293	24,5
Vendes	3.474.014	5.428	5,2	1.243.526	9.948	-4,9	1.116.948	53.188	-6,4	99.071	2.304	8,6	17.327	722	18,1	10.180	275	20,9
Consum de matèries i mercaderies	1.832.407	2.872	0,4	614.424	4.915	-8,0	555.085	26.433	-8,8	48.763	1.134	-2,1	7.409	309	19,0	3.166	86	6,7
Resultat brut	1.758.819	2.748	9,2	651.890	5.215	-5,1	581.848	27.707	-7,6	52.026	1.210	19,9	10.322	430	18,8	7.693	208	33,6
Altres despeses d'explotació	1.554.892	2.430	22,0	595.358	4.763	3,9	528.872	25.184	1,9	49.098	1.142	23,4	9.900	413	20,0	7.487	202	27,2
Resultat Explotació (EBIT)	203.927	319	-39,4	56.531	452	-50,6	52.976	2.523	-52,0	2.928	68	-18,3	422	18	-4,8	206	6	260,4
Ingressos financers	30.394	48	3,2	12.594	102	-21,3	11.801	562	-24,3	520	12	190,2	169	7	-15,4	103	3	225,5
Despeses financeres	95.019	150	-14,9	31.067	249	-23,0	27.325	1.301	-26,3	2.671	62	5,8	628	26	34,8	443	12	38,0
Resultat financer	-64.625	-102	21,4	-18.473	-148	24,2	-15.524	-739	27,7	-2.151	-50	8,3	-459	-19	-72,7	-339	-9	-17,4
Resultats ordinaris abans Impostos	139.302	218	-45,2	38.058	304	-57,7	37.452	1.783	-57,9	777	18	-37,3	-37	-2	-120,7	-134	-4	68,0
Impostos sobre societats	53.986	84	-23,9	14.788	118	-13,8	13.498	643	-12,1	980	23	-35,2	116	5	-51,4	195	5	303,6
Resultat Activitats Ordinàries	85.316	133	-53,5	23.270	186	-68,1	23.954	1.141	-67,5	-203	-5	25,5	-153	-6	-149,5	-328	-9	29,4
Ingressos extraordinaris	90.502	161	-31,8	40.751	403	170,0	39.472	1.974	269,1	929	25	-73,3	205	11	-75,2	146	6	45,2
Despeses extraordinàries	30.867	50	-62,0	10.672	86	-71,5	9.873	470	-73,3	654	15	77,3	85	4	235,2	60	2	1548,1
Resultats activitats extraordinàries	59.635	93	15,5	30.080	241	234,8	29.599	1.409	212,5	275	6	-91,1	120	5	-85,0	86	2	-11,0
Resultat de l'exercici	144.951	226	-38,3	53.350	427	5,6	53.552	2.550	13,2	72	2	-97,4	-33	-1	-104,5	-242	-7	34,3

Balanç

A la taula 5 es mostren els balanços de les empreses del conjunt de l'Estat, de Catalunya i dels quatre grups definits (A, B, C, i D). De la mateixa manera, que en el Compte de Pèrdues i Guanys, es presenten les dades agregades de les empreses de l'any 2007 (Total 2007), el promig per empresa (Promig 2007) també de l'any 2007, i la variació entre l'any 2002 i l'any 2007, en percentatge (% 02-07).

L'actiu total (i per tant, passiu + fons propis) de les empreses vinícoles de Catalunya, l'any 2007, és de 1.833 milions d'euros, que representa un 27% sobre l'actiu total de les empreses del conjunt de l'Estat.

Pel que fa a l'actiu total promig (i passiu + fons propis) de les empreses catalanes, aquest és major al de les empreses del conjunt de l'Estat, aproximadament un 40%. No obstant, l'actiu del conjunt de les empreses de l'Estat ha crescut, entre el 2002 i el 2007, més que el de les empreses de Catalunya (10,4% i 3,8%, respectivament).

En relació als promitjos de les diferents partides del balanç dels 4 grups (A, B, C, D), s'observa com, en general, aquestes són inferiors a mesura que disminueix l'import de vendes. No obstant, també s'observa que l'actiu total (i passiu + fons propi) experimenta un major creixement, entre el 2002 i el 2007, a mesura que l'import de vendes de les empreses és menor. Per exemple, les empreses del grup D presenten un creixement de l'actiu del 77,3 %, mentre que les del grup A només un 1,1%.

Observatori de la vinya, el vi i el cava

Taula 5

Partides principals dels Balanços de les mostres Espanya, Catalunya i grups definits (A, B, C i D). Valors en milers d'euros deflactats segons IPC

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de SABI

	ESPANYA						CATALUNYA											
	Espanya (640 empreses)			Catalunya (125 empreses)			Grup A (21 empreses)			Grup B (43 empreses)			Grup C (24 empreses)			Grup D (37)		
	Total 2007	Promig 2007	% 02-07	Total 2007	Promig 2007	% 02-07	Total 2007	Promig 2007	% 02-07	Total 2007	Promig 2007	% 02-07	Total 2007	Promig 2007	% 02-07	Total 2007	Promig 2007	% 02-07
Actiu Fix (immobilitzat)	2.804.045	4.381	8,3	688.008	5.504	7,3	590.126	28.101	3,6	60.603	1.409	22,3	16.060	669	33,9	21.219	573	121,3
Im. Immaterial	160.087	254	28,5	74.584	601	116,0	70.453	3.523	136,9	2.668	62	-14,5	948	39	-13,3	516	14	-9,7
Im. Material	2.020.293	3.157	17,4	358.028	2.864	1,2	268.050	12.764	-7,2	55.583	1.293	22,7	15.021	626	39,3	19.375	524	116,7
Altres actius fixes	623.666	974	-16,2	255.396	2.043	1,1	251.624	11.982	0,1	2.352	55	107,7	91	4	-21,6	1.329	36	1685,6
Actiu circulant	3.878.621	6.060	12,0	1.145.000	9.160	1,8	999.693	47.604	-0,3	97.517	2.268	10,5	25.438	1.060	34,2	22.351	604	49,2
Existències	1.922.328	3.008	2,3	476.691	3.814	-16,8	397.795	18.943	-21,6	47.966	1.115	6,6	15.354	640	37,2	15.575	421	70,0
Deutors	1.442.778	2.254	7,5	567.716	4.542	15,2	517.312	24.634	15,0	37.747	878	12,2	7.788	324	42,4	4.869	132	30,8
Tresoreria	478.360	759	118,5	86.643	716	63,4	72.294	3.443	79,2	10.329	246	22,4	2.162	94	-3,3	1.858	53	-8,3
Altres actius líquids	35.155	38	117,1	13.950	89	64,7	12.292	585	162,1	1.476	29	27,7	134	2	104,8	48	-2	-35,0
TOTAL ACTIU	6.682.667	10.442	10,4	1.833.008	14.664	3,8	1.589.820	75.706	1,1	158.120	3.677	14,7	41.497	1.729	34,1	43.571	1.178	77,3
Fons propis	3.365.428	5.258	17,8	860.428	6.883	14,8	766.990	36.523	14,0	62.089	1.444	16,4	16.477	687	16,5	14.872	402	60,6
Passiu fix	937.856	1.548	-7,3	273.112	2.295	-13,3	217.231	10.862	-24,8	33.121	808	114,3	9.570	399	83,5	13.190	388	135,9
Passiu líquid	2.379.383	3.718	8,8	699.468	5.596	-0,3	605.599	28.838	-0,9	62.909	1.463	-8,8	15.451	644	33,3	15.509	419	59,5
TOTAL PASSIU I FONS PROPIS	6.682.667	10.442	10,4	1.833.008	14.664	3,8	1.589.820	75.706	1,1	158.120	3.677	14,7	41.497	1.729	34,1	43.571	1.178	77,3

A continuació, en el gràfic 1, es mostra el pes, en percentatge, de les partides del balanç (actiu circulat, actiu fix, passiu circulat, passiu fix i fons propis) de les empreses del conjunt de l'Estat, de Catalunya i dels quatre grups definits (A, B, C, i D).

Les empreses de Catalunya tenen un percentatge de actiu i passiu circulat més gran que les del conjunt de l'Estat. En canvi, el percentatge de fons propis a Catalunya és menor que a Espanya.

Per grups, segons import net de vendes, s'observa que a mesura que l'import de vendes disminueix, les empreses tenen una proporció menor d'actiu circulat.

Pel que fa als fons propis, el seu pes també és menor a mesura que les vendes disminueixen, compensant-se amb el percentatge de deutes a llarg termini (passiu fix) que s'incrementa.

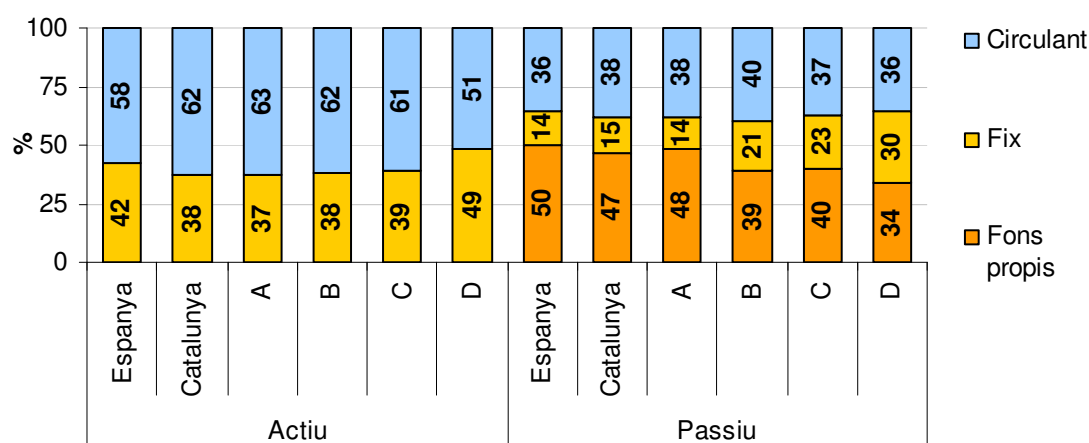
En qualsevol cas, podem anticipar que la situació de les empreses vinícoles catalanes es correcte des de el punt de vista de liquiditat. En efecte, l'actiu circulat és relativament superior al passiu circulat, tot i que la situació empitjora en les empreses de menor import de vendes.

En relació al endeutament, la situació empitjora a mesura que disminueix l'import de vendes. Per exemple en el grup D, els fons propis tot just cobreixen el 34% del passiu total (passiu + fons propis)

Gràfic 1

Pes de les partides del balanç de les mostres Espanya, Catalunya i grups definits (A, B, C i D) per a l'any 2007

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de SABI



Ràtios**Activitat comercial****Import de la Xifra de Vendes**

A la taula 6 es mostren les vendes promig de les empreses segons el grup per import de vendes i la localització geogràfica.

Les empreses de Catalunya, de promig, tenen un import de vendes molt superior a Espanya, en tots els anys. No obstant, les vendes de les empreses de Catalunya, com veïem en el Compte de Pèrdues i Guanys, disminueixen al llarg del període un 4,9% (de 10,45 a 9,94 milions d'euros) mentre que les d'Espanya s'incrementen un 5,2% (de 5,15 a 5,42 milions d'euros). Cal destacar el descens de les vendes en l'any 2004 de les empreses del grup A, que va ser del 11,5% respecte l'any 2003.

Taula 6

Evolució de l'import de les vendes promig per cada grup definit (A, B, C i D), Catalunya i Espanya (anys 2002-2007). Valors en milers d'euros deflactats segons IPC

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de SABI

	2002	2003	% 02-03	2004	% 03-04	2005	% 04-05	2006	% 05-06	2007	% 06-07
A	56.797	55.201	-2,8	48.869	-11,5	52.552	7,5	51.799	-1,4	53.188	2,7
B	2.122	2.129	0,3	2.180	2,4	2.193	0,6	2.258	3,0	2.304	2,0
C	611	646	5,6	649	0,5	678	4,5	693	2,2	722	4,1
D	228	249	9,5	241	-3,4	229	-5,0	244	6,7	275	12,8
Catalunya	10.457	10.204	-2,4	9.156	-10,3	9.781	6,8	9.684	-1,0	9.948	2,7
Espanya	5.158	5.422	5,1	5.304	-2,2	5.271	-0,6	5.281	0,2	5.428	2,8

Rotació

Com major sigui el valor d'aquesta ràtio indica que s'estan generant més vendes respecte els recursos utilitzats (actius totals)

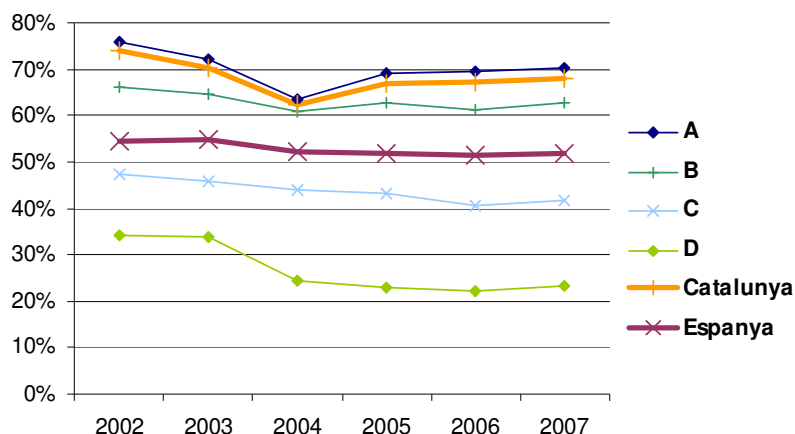
En el gràfic 2 s'observa que les empreses de Catalunya tenen una rotació propera al 70% i, en canvi, al conjunt de l'Estat es situa al voltant del 50%.

En relació a la rotació per grups, s'observa com aquesta augmenta a mesura que les empreses tenen major import de vendes. Així, pel grup A la rotació es troba entre el 76% i 64%, depenent de l'any, mentre que les empreses del grup D presenten valors menors al 30%, en la majoria del anys.

Gràfic 2

Evolució de la ROTACIÓ per cada grup definit, Catalunya i Espanya (anys 2002-2007)

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de SABI



Valor afegit

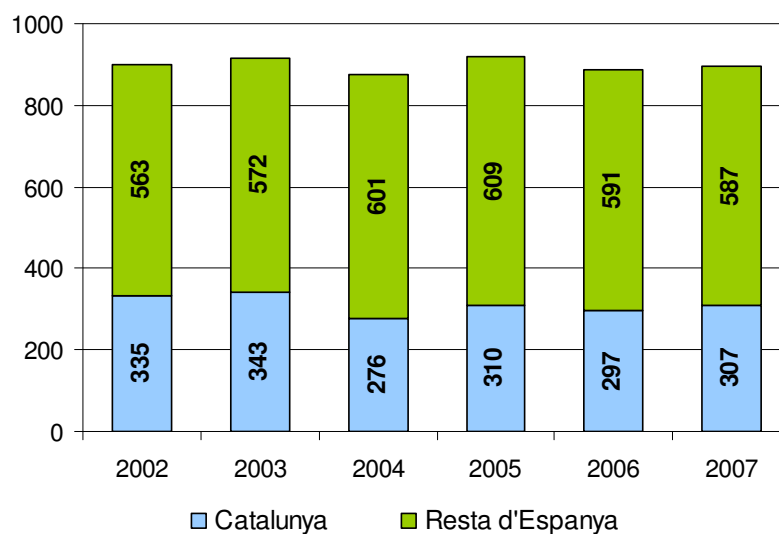
A continuació es mostra el valor afegit que el sector vinícola de Catalunya aporta al total d'Espanya (gràfic 3).

El sector vinícola de Catalunya aporta entre el 38% (2003) i el 31% (2004) del valor afegit del conjunt de l'Estat.

Gràfic 3

Evolució del VALOR AFEGIT TOTAL de Catalunya i de la resta d'Espanya (anys 2002-2007). Valors en milions d'euros deflactats

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de SABI



Productivitat

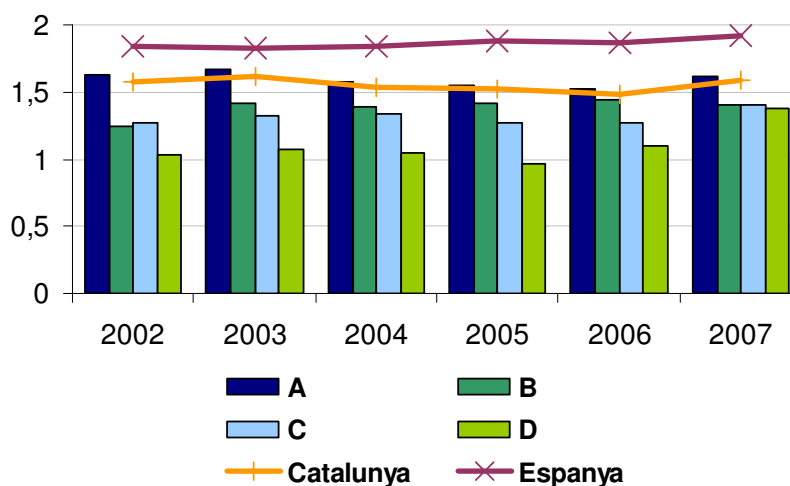
En el gràfic 4 s'observa que la productivitat de les empreses del conjunt de l'Estat és major a la de les empreses de Catalunya. En tots dos casos la productivitat s'ha mantingut bastant estable al llarg del període 2002-2007. No obstant, es constata un lleu increment de la diferencia de productivitat entre les empreses vinícoles de Catalunya i d'Espanya.

Per grups, segons import de les vendes, s'observa que, en general, la productivitat creix a mesura que augmenta el import de vendes de les empreses. L'any 2007 però, s'observa que les empreses dels grups B, C i D, presenten unes ràtios de productivitat bastant similars.

Gràfic 4

Evolució de la PRODUCTIVITAT per cada grup definit, Catalunya i Espanya (anys 2002-2007)

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de SABI



Despeses

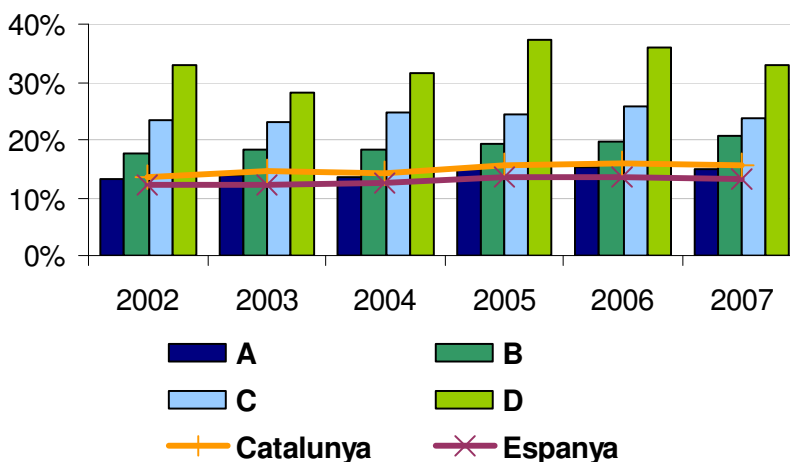
Les despeses de personal per cada 100 euros venuts (gràfic 5), són per les empreses de Catalunya de 15,6 euros, l'any 2007, i en canvi, pel conjunt de l'Estat, són de 13,3 euros.

Per grups, segons valor de vendes, s'observa que les despeses de personal per cada 100 euros venuts són majors a mesura que el valor de vendes disminueix.

Gràfic 5

Evolució de les DESPESES DE PERSONAL per cada grup definit, Catalunya i Espanya (anys 2002-2007)

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de SABI

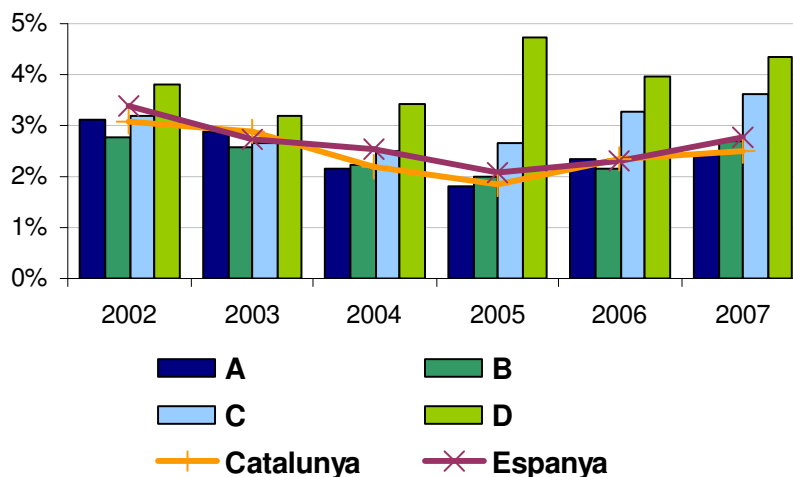


Respecte a les despeses financeres (gràfic 6) tant Espanya com Catalunya es situen per sota dels 5 euros per cada 100 euros venuts, que és el límit que s'aconsella no sobrepassar. En el gràfic, s'observa com les despeses financeres disminueixen, tant a Catalunya com a Espanya, fins a l'any 2005, any, a partir del qual s'observa un increment d'aquestes despeses per cada 100 euros venuts.

Per grups, s'observa que, en general, la proporció de les despeses financeres respecte les vendes augmenta a mesura que l'import de les vendes de les empreses és menor.

Gràfic 6
Evolució de les **DESPESES FINANCERES** per cada grup definit, Catalunya i Espanya (anys 2002-2007)

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de SABI



Rendibilitat

En el gràfic 7 es mostra la **rendibilitat econòmica**.

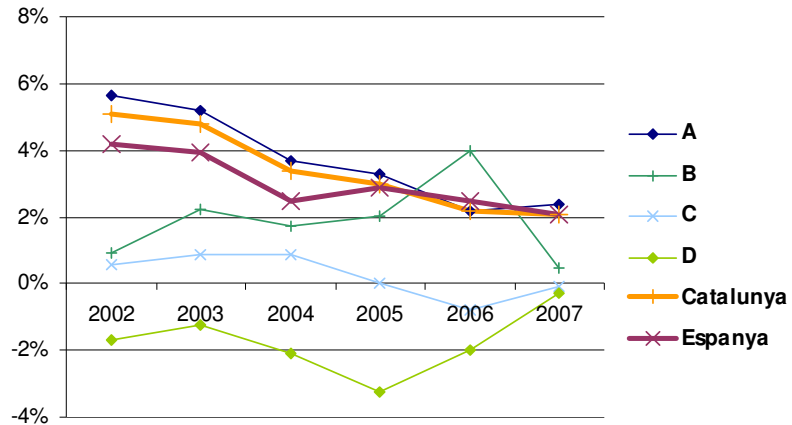
Respecte aquesta ràtio, no existeix un valor òptim, sinó que com més alta sigui millor. En el gràfic, s'observa com la rendibilitat econòmica ha tendit a disminuir al llarg del període. Concretament, la rendibilitat **econòmica** de les empreses de Catalunya ha passat del 5,1% al 2%. D'altra banda, també s'observa que en els primers 3 anys del període considerat, les empreses de Catalunya presentaven una rendibilitat econòmica majors al promig espanyol.

En relació a la rendibilitat econòmica dels 4 grups segons valor de vendes, les empreses que presenten una major rendibilitat són, en quasi tots els anys, les del grup A. Les empreses del grup D presenten una rendibilitat econòmica negativa en tots els anys. No obstant, en el darrer any, la ràtio es situa propera al 0. Les del grup C presenten ràtios negatives en els últims dos anys. El grup B mostra rendibilitats econòmiques positives per a tots els anys i, fins i tot, al 2006, supera al grup A. No obstant, en el 2007, la ràtio experimenta un descens considerable.

Gràfic 7

Evolució de la ràtio de RENDIBILITAT ECONOMICA per cada grup definit, Catalunya i Espanya (anys 2002-2007)

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de SABI



Pel que fa les **rendibilitats financeres**, aquestes es mostren en el gràfic 8.

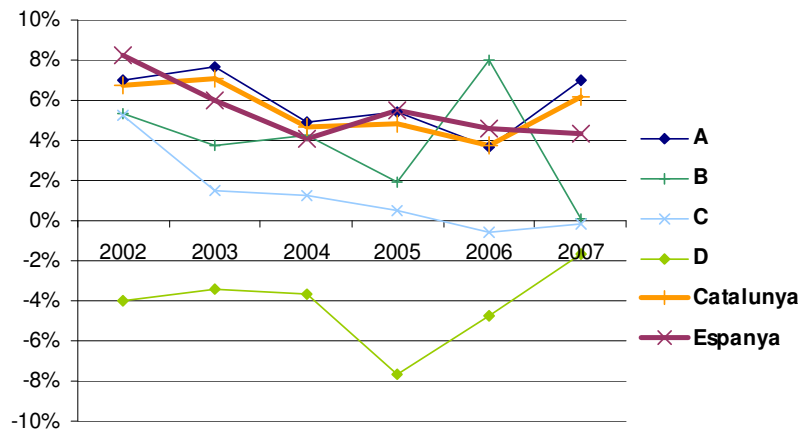
La rendibilitat financera de les empreses de Catalunya i del conjunt de l'Estat, també ha tendit a disminuir en el període considerat, no obstant, en el darrer any estudiat (2007), sembla que la rendibilitat financera de les empreses de Catalunya tendeix a recuperar-se.

En relació a la rendibilitat financera dels 4 grups segons valor de vendes, les empreses presenten tendències similars a les rendibilitats econòmiques, però amb valors més accentuats.

Gràfic 8

Evolució de la ràtio de RENDIBILITAT FINANCERA per cada grup definit, Catalunya i Espanya (anys 2002-2007)

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de SABI



Liquiditat

Pel que fa al valor òptim de la ràtio de liquiditat, alguns autors³ consideren que una ràtio de liquiditat inferior al valor 1,47 indica que l'empresa pot veure's forçada a fer suspensió de pagaments. Valors **molt** majors poden indicar que les empreses tenen líquids ociosos que podrien estar generant beneficis si estiguessin invertits.

A continuació es presenten les mitjanes de la ràtio de liquiditat de les empreses localitzades a Espanya i a Catalunya i, les dels 4 grups (gràfic 9).

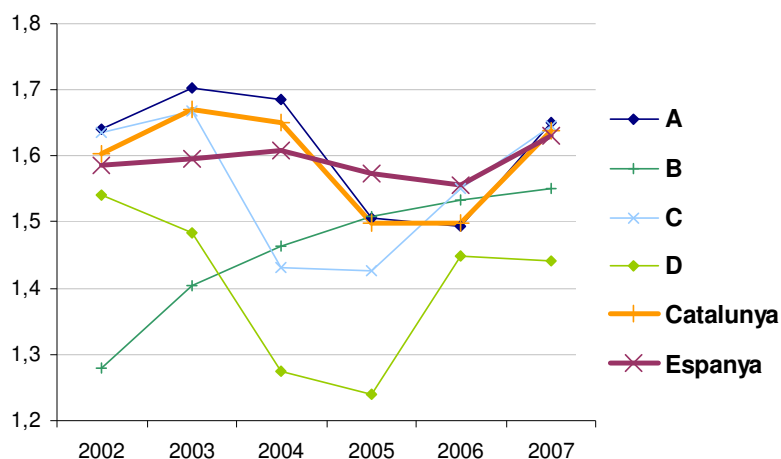
Si es compara la ràtio de liquiditat de les empreses de Catalunya amb la de les empreses del conjunt de l'Estat al llarg del període, s'observa que la ràtio de Catalunya presenta una menor estabilitat en el període. En els anys 2003 i 2004, la ràtio de liquiditat de les empreses de Catalunya es situa per sobre de la del conjunt de l'Estat, en canvi els anys 2005 i 2006, es situa per sota. En la resta d'anys (2002 i 2007) les ràtios dels dos àmbits geogràfics són bastant semblants.

En relació a la ràtio dels 4 grups d'empreses definits per a Catalunya s'observa que, en la majoria del anys, les ràtios de liquiditat més altes corresponen a les empreses del grup A, i les més baixes, però mai per sota de 1, a les del grup D. Destaca el creixement de la ràtio de les empreses del grup B al llarg del període. En el primer any del període (2002) la ràtio era de 1,28 sent la més baixa dels 4 grups, i en canvi al finalitzar el període (2007), era de 1,55.

Gràfic 9

Evolució de la ràtio de LIQUIDITAT de cada grup definits, Catalunya i Espanya (anys 2002-2007)

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de SABI



³ "Análisis Económico Financiero", Oriol Amat, 2002.

Solvència

El valor òptim pel que fa a la ràtio d'endeutament, es situaria entre el 40 i el 60 %.

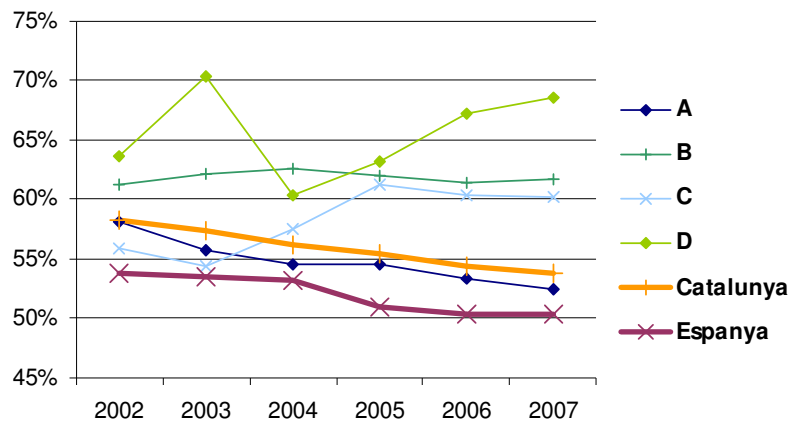
En el gràfic 10 s'observa que les empreses de Catalunya presenten un major grau d'endeutament que les del conjunt de l'Estat. D'altra banda, també s'observa que en tots dos casos l'endeutament decreix al llarg del període.

Comparant la ràtio d'endeutament dels diferents grups d'empreses de Catalunya, s'observa que, en la majoria del anys del període considerat, les empreses amb endeutaments més baixos són les del grup A. La resta de grups tenen endeutament superiors al 60% en alguns dels anys (grup C) o per a tots els anys (grups D i B).

Gràfic 10

Evolució de la ràtio d'ENDEUTAMENT per cada grup definit, Catalunya i Espanya (anys 2002-2007)

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de SABI



Pel que fa a la qualitat d'aquest deute, com més baix sigui aquesta ràtio millor.

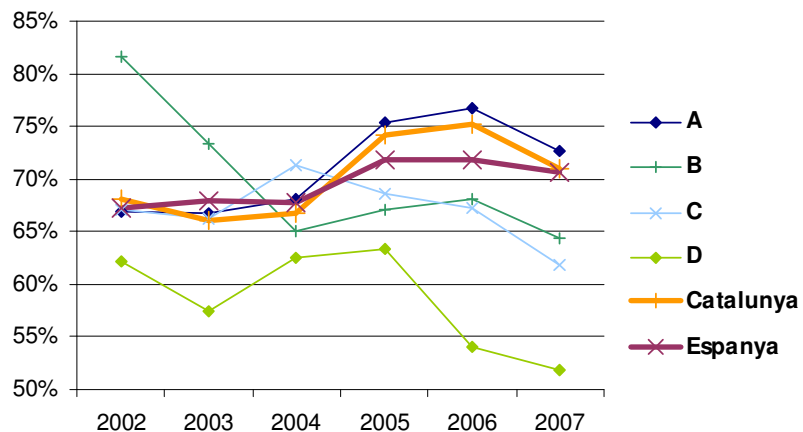
Al gràfic 11, s'observa que les empreses de Catalunya (també les del conjunt de l'Estat) han empitjorat la qualitat del deute a partir de 2004, tot i que, en el darrer any millora.

La qualitat del deute segons els grups definits, mostra que les del grup D són les que tenen menors deutes a curt termini.

Gràfic 11

Evolució de la ràtio de QUALITAT DEL DEUTE per cada grup definit, i Catalunya i Espanya (anys 2002-2007)

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de SABI



Estat d'origen i aplicació de fons

En la taula 7 es mostra els orígens i aplicacions de les inversions de les empreses catalanes en el període estudiat.

S'observa que les inversions fetes en Actius Fixes (47 milions d'euros) han estat finançades per Fons Propis. Aquestes inversions en Actius Fixes han estat, bàsicament, en Immobilitzat Material. Una altra part dels Fons Propis (41,9 milions d'euros) s'ha utilitzat per disminuir Deutes a Llarg Termini (Passius Fixes), fet que indica que el sector prefereix autofinançar-se.

També s'observa com s'han venut existències per valor de 96,3 milions d'€, però no s'han cobrat en la seva totalitat, sinó que gran part, 74,9 milions d'euros, ha passat a augmentar el compte de clients (deutors).

El fet de que el valor de les aplicacions líquides sigui similar al valor dels orígens líquids, i que succeeixi el mateix amb els orígens i aplicacions fixes indica un creixement bastant equilibrat del conjunt de les empreses vinícoles de Catalunya.

Taula 7

Estat d'origen i aplicació de fons entre els anys 2002 i 2007 per la mostra total de Catalunya. Valors en Milers D'€ deflactats segons IPC

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de SABI

		Aplicació	Origen
ACTIU	FIX	Material (40.056) Immaterial (4.241) Altres A. F. (2.717) Total: 47.014	
	LIQUID	Deutors (74.862) Tresoreria (33.609) Altres A. L. (7.965) Total: 116.436	Existències (96.336) 96.336
PASSIU I FONS PROPIS	FONS PROPIS		111.144
	PASSIU FIX	41.851	
	PASSIU LIQUID	2.180	

Conclusions

Les empreses vinícoles de Catalunya representen el 14% del total d'empreses de l'Estat, però en canvi aporten el 36% de les vendes de vi totals espanyoles al 2007. L'import mitjà de les vendes per empresa a Catalunya és de 9,9 milions d'euros, mentre que al conjunt de l'Estat és de 5,4 milions d'euros.

De les vendes catalanes, un 90% les aporten les 21 empreses que tenen imports de vendes majors a 5 milions d'euros (2007).

Entre les empreses catalanes, les de major import de vendes (per sobre dels 5 milions d'euros l'any 2007), són les que presenten un millor comportament financer (majors rendibilitats, menors despeses financeres i de personal, més liquiditat, menor endeutament,...).

El sector vinícola català durant aquest període ha experimentat un empitjorament de les principals ràtios financeres. En els primers anys del període considerat (2002-2004) el sector a Catalunya és trobava en una posició millor que el conjunt de l'Estat en la majoria de ràtios. No obstant, a partir de l'any 2005 passa a trobar-se en una situació similar pel que fa a la rendibilitat econòmica, o fins i tot pitjor en algunes característiques (liquiditat, qualitat del deute, rendibilitat financera). La majoria d'aquestes ràtios però, milloren l'any 2007.

En d'altres ràtios, com la productivitat, les despeses de personal i l'endeutament, les empreses de Catalunya estan pitjors situades que les empreses del conjunt de l'Estat al llarg del període considerat. En canvi, respecte a la rotació, el sector a Catalunya presenta millors ràtios que els del conjunt de l'Estat.

BLOC II: EVOLUCIÓ DE PREUS AL CONSUM

Preus en Establiments Comercials d'Alimentació

Seguint la metodologia establerta en el butlletí número 2⁴, es determinen els preus de determinats vins i caves catalans (vins de referència) en diversos establiments comercials d'alimentació (supermercats i hipermercats).

En el present informe, es modificarà la presentació de les dades, respecte la metodologia citada, recodificant-les de la següent forma:

Taula 8

Correspondència entre la nova codificació i l'anterior dels vins i caves de referència.

Font: Observatori de la Vinya, el Vi i el Cava

Codificació anterior	Nova codificació	
1	Jove	Vi blanc
2	Agulla	
3	Jove 1	Vi negre
6	Jove 2	
4	Criança 1	
5	Criança 2	
7	Criança 3	Cava
8	Brut	
9	Brut Nature	
10	Reserva	

A més, a partir d'ara de dades es recolliran trimestralment i juntament amb la publicació dels diferents informes previstos (als mesos de Març, Juny, Setembre i Desembre).

La darrera recollida de preus es va realitzar durant el mes de Març del 2009 (taula 9).

S'observa que els **vins blancs** escollits estan molt representats als establiments observats, al igual que els caves brut i reserva.

Pel que fa als **vins negres**, la representació és –de nou– més baixa i irregular, tot i que independent a la gamma dels establiments. Els productes joves segueixen sent més representats que els criança en els establiments, però disminuint la seva representació respecte la darrera recollida preus.

⁴ Butlletí 2, Setembre 2007, on s'estableix els vins i els establiments escollits per a al seguiment de preus.

Taula 9

Preus al consum. Abril 2009. Resultats obtinguts classificant els establiments d'alimentació en funció de la seva gamma comercial (àrea metropolitana de Barcelona)

Font: Observatori de la Vinya, el Vi i el Cava

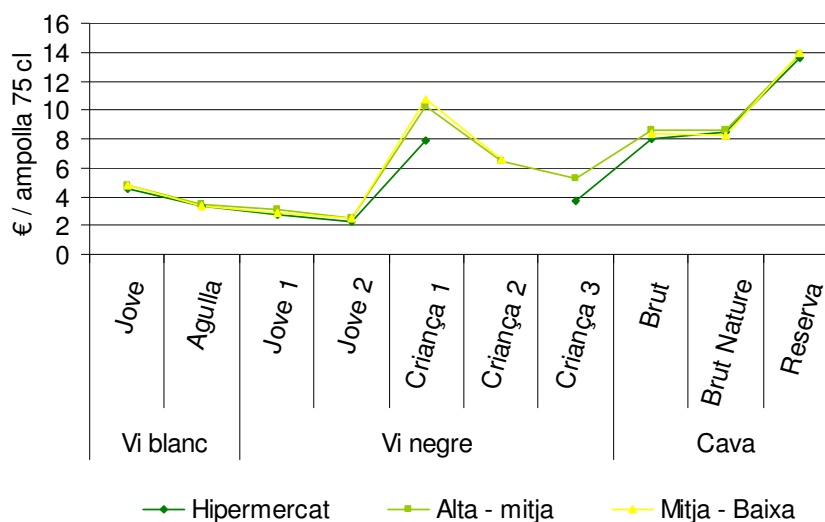
Producte	Tipus d'establiment				
	Hipermercat	Supermercat		Promig	
		Gamma Alta-mitja	Gamma Mitja-Baixa		
Vi blanc	Jove	4,54	4,75	4,74	4,68
	Agulla	3,39	3,42	3,39	3,4
Vi negre	Jove 1	2,74	3,05	2,84	2,87
	Jove 2	2,27	2,55	2,49	2,44
	Criança 1	7,85	10,25	10,8	9,63
	Criança 2		6,5	6,59	6,55
	Criança 3	3,65	5,27		4,46
Cava	Brut	7,95	8,55	8,32	8,27
	Brut Nature	8,49	8,65	8,24	8,46
	Reserva	13,58	13,82	13,96	13,78

Tanmateix, **s'observa que no existeix gaire variació de preus segons el tipus d'establiment, tot i que en els hipermercats, els preus han estat prop d'un 7% més baixos.** Destaquen especialment els vins negres criança (gràfic 12) on s'observa diferències de preu força marcades (proper 2€).

Gràfic 12

Comparativa de preus segons tipus d'establiment (dades taula 9)

Font: Observatori de la Vinya, el Vi i el Cava



Continuant amb l'anàlisi anual realitzat en el darrer butlletí, s'observa com els preus han incrementat per al conjunt de productes en la darrera observació, respecte el mateix període de l'any anterior.

Pel que fa l'increment de preus respecte la darrera recollida (desembre 2008) s'observa un lleu (-0,3%) descens de preus promig.

En el cas del **vi blanc**, s'observa un increment del preus en el d'agulla mentre que el jove, ha disminuït el seu preu.

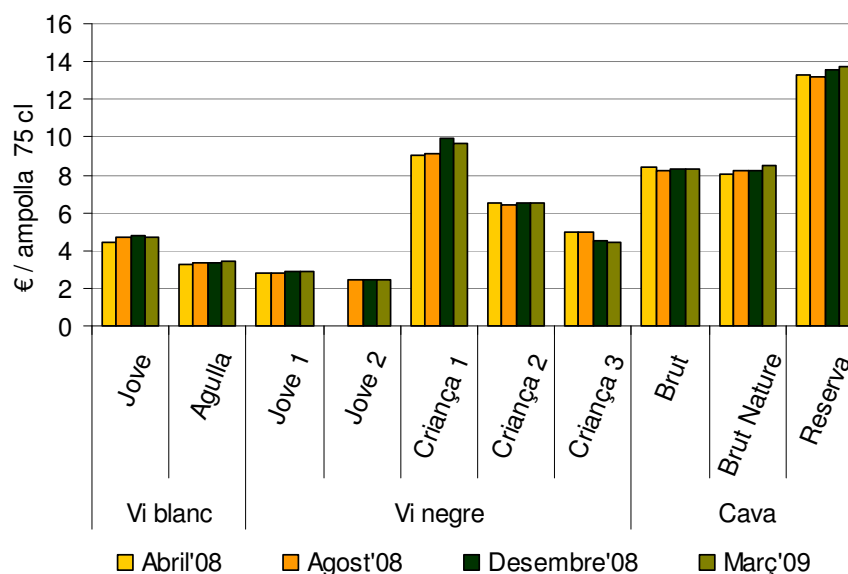
Per al **cava** s'observa un augment en dos dels tres productes.

Pel **vi negre** s'observa una baixada dels preus respecte el període anterior, excepte en dos productes (jove 1 i criaça 2), en que el preu es manté.

Gràfic 13

Evolució dels preus al consum: abril, agost i desembre del 2008 i abril del 2009

Font: Observatori de la Vinya, el Vi i el Cava



BLOC III: EL MERCAT DEL VI ALS ESTATS UNITS

Aquest bloc recull la informació més rellevant publicada en el darrer informe sobre el mercat del vi als Estats Units portat a terme per l'Oficina Econòmica i Comercial de l'Ambaixada d'Espanya a Nova York, finançat per l'ICEX (2008). Per a més informació poden dirigir-se a la font principal (ICEX. Estudio de Mercado. El mercado del vino en Estados Unidos. Noviembre 2008).

Introducció: Alguns trets del mercat de vi als EUA

- El consum del vi als Estats Units ha augmentat els últims deu anys de manera constant al voltant d'un 3% anual. Les previsions diuen que si aquest creixement es manté, el mercat del vi dels Estats Units sigui el major del món al 2010. Aquest creixement es troba sobretot en el segment de vi de preus més alts.
- En quant a productor mundial de vi, el trobem en el 4^o lloc, darrera de França, Itàlia i Espanya.
- Els vins francesos i italians es troben àmpliament introduïts, després dels nacionals, i Espanya es trobaria en 4^o posició amb una quota del 6% del mercat en valor. Les importacions de vins espanyols es basen sobretot en vi negre.
- La introducció de vins espanyols en les cartes creix paulatinament, però segueixen trobant-se dins de la classificació "altres vins" mentre que Itàlia i França tenen apartats propis dins les cartes de vins dels restaurants nord-americans.
- Altres vins que han crescut molt als darrers anys són els Australians, país que es troba actualment en 3^a posició com a importador.
- Els vins americans no tenen la tradició Europea de Denominacions d'Origen. La majoria son monovarietals, de raïm de diferents orígens, sobretot francès.
- Cal tenir en compte que, per qüestions de regulació, EUA es un país de 50 països. Les normatives i pautes son diferents per a cadascun d'ells.
- La entrada de vi als EUA ha de realitzar-se a través de l'anomenat sistema de tres escalones o "*Three Tier System*". En aquest sistema els tres esglaons son legalment inevitables. Aquest sistema fa el preu **ex-cellar** del vi es multipliqui **per tres** quan arriba als consumidors, als supermercats i tendes minoristes, i **per cinc** als restaurants.
- Com es el cas d'altres mercats, el canal HORECA (Hotels, Restaurants i Càtering) o venta "On-Premise" distribueix menys **volum** que el "Off-Premise" (aquell on el productes es consumeixen fora del lloc de compra). Tot i això, degut al major marge del canal HORECA, gairebé s'igualen en **valor**.
- El mercat del vi nacional esta dominat per grans companyies, com E&J Gallo o Constellation Brands, que ofereixen un amplia gamma de productes i tenen grans produccions. L'activitat d'aquestes companyies és molt intensa, i la competència és enorme. Per això, qualsevol valor afegit que el venedor pugui donar al producte, es molt important.

Volument del mercat

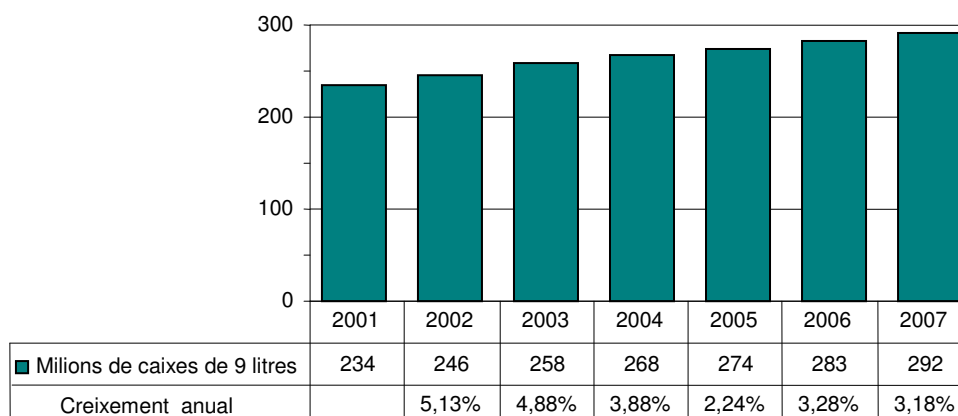
Consum i evolució

Segons la revista *Wine Spectator*, el consum de vi al 2008 als EUA ha arribat als 306 milions de caixes de 9 litres (el que correspondria a 25 milions de dòlars), sent el 2^o consumidor a nivell mundial, per darrera de França. El creixement del consum des de l'any 2001 ha. Es troba al voltant del 3% anual (gràfic X) i si continua a aquest ritme, al 2010, EUA es convertirà en el major consumidor de vi mundial.

Gràfic 14

Evolució del consum de vi als EUA

Font: Adams Wine Handbook en Icxex 2008



Tot i que els EUA es trobin en 2a posició com consumidors de vi en volum, quan analitzem el consum per persona, veiem que ocupa la 11^o posició, amb un consum per càpita de 8,7 litres¹ (2007), fet que indica que el gran consum de vi dels EUA és causat per la seva gran població (304 milions d'habitants; agost 2008) que supera la població dels països de més tradició vitícola (França, Itàlia, Portugal, Espanya) on el consum per càpita supera els 30 litres per persona i any⁵

Quant mirem el consum per càpita per estats (taula 10) trobem que aquest consum és major pels estats *No Controlats*⁶ que pels *Estats Controlats*⁷, i que es situa sobretot a les costes (tal i com succeeix amb la producció, que es mostra en el mapa del gràfic 15).

⁵ Consums per càpita calculats tenint en compte la població total

⁶ Estats *No Controlats*: Estats en els quals el govern no està involucrat directament en la distribució.

⁷ Estats *Controlats*: Aquells estats on el propi govern distribueix begudes alcohòliques

Taula 10:

Consum total, població i consum per càpita dels EUA, segons estats, per l'any 2007.

Font: Adams Wine Handbook en l'ex 2008.

^a: EC = Estat Controlat
NC = Estat No Controlat

^b: Població adulta: Major de 21 anys

Estat	Tipus d'estat ^a	Milers de caixes de 9 litres	Població adulta ^b (Milers de persones)	Consum per càpita en adults (litres)
Califòrnia	NC	52.695	25.824	18,4
Florida	NC	24.189	13.694	15,9
Nova York	NC	23.485	14.178	14,9
Texas	NC	13.847	16.448	7,6
Nova Jersey	NC	12.853	6.361	18,2
Illinois	NC	12.781	9.197	12,5
Massachusetts	NC	10.891	4.788	20,5
Washington	EC	8.597	4.738	16,3
Pennsilvania	EC	8.068	9.201	7,9
Michigan	EC	8.001	7.278	9,9
Virgínia	EC	7.914	5.627	12,7
Ohio	EC	7.797	8.340	8,4
Carolina del Nord	EC	6.578	6.549	9,0
Geòrgia	NC	6.309	6.706	8,5
Arizona	NC	6.127	4.475	12,3
Maryland	NC	5.246	4.069	11,6
Connecticut	NC	5.227	2.564	18,3
Colorado	NC	5.075	3.524	13,0
Oregon	EC	4.962	2.776	16,1
Wisconsin	NC	4.947	4.089	10,9
20 primers		235589	160426	13,2
No controlats		226009	157803	12,9
Controlats		66081	59729	10,0
Total EUA		292090	217532	12,1

Producció local

Casi les **tres quartes parts** del vi consumit en aquest país és **d'origen nacional**. D'aquesta producció el 89% es concentra a l'àrea de Califòrnia, que compta amb el 44% de cellers americans.

Gràfic 15:

Situació de les explotacions vitícoles als Estats Units

Font: www.elgrancatador.com



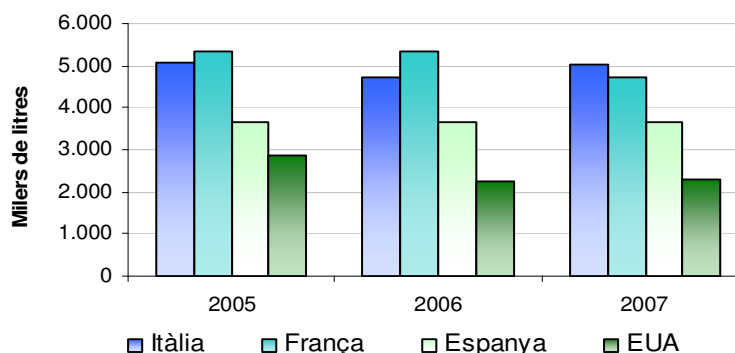
La **principal varietat** de la producció nacional és el raïm blanc Chardonnay. Després d'aquest, dins les cinc primeres varietats, trobem 2 varietats blanques (White Zinfandel i Sauvignon Blanc) i dues de negres (Merlot i Cabernet Sauvignon).

Tal i com es mostra al gràfic 16, la producció de raïm dels Estats Units cobreix el **8,7%** de la producció mundial, amb **2.300 milions** de litres l'any 2007. Aquesta producció només és superada per Itàlia, França i Espanya.

Gràfic 16

Producció de vi dels 4 primers països productors

Font: World Trade Atlas en ICEX 2008



Comerc exterior

Importacions dels EUA

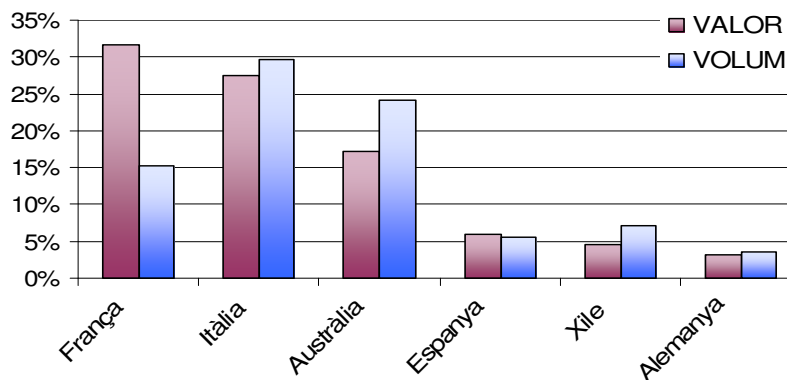
Només **una quarta part** de vi consumit a EUA prové de vins estrangers. D'aquest percentatge, més de la meitat són vins italians i francesos que es troben àmpliament introduïts. El gràfic 17 mostra les importacions de vi estranger als EUA. En ell es veu com Espanya es troba en 6ª posició darrera de Xile, en Volum. Tot i això, ocupa en 4ª posició en valor (any 2007).

Entre 2006 i 2007, les importacions han augmentat un 7,9% en volum. Les importacions procedents de Espanya han crescut a un ritme lleugerament superior (8,9%), però queda encara molt lluny del creixement de països com Argentina (66%) i Nova Zelanda (33%). L'únic país que mostra un descens en les exportacions a EUA es Austràlia (-5,4%) per al 2008.

Gràfic 17

Importacions de vi als EUA en percentatge sobre valor i volum (any 2007)

Font: World Trade Atlas en ICEX 2008



Exportacions Espanyoles als EUA

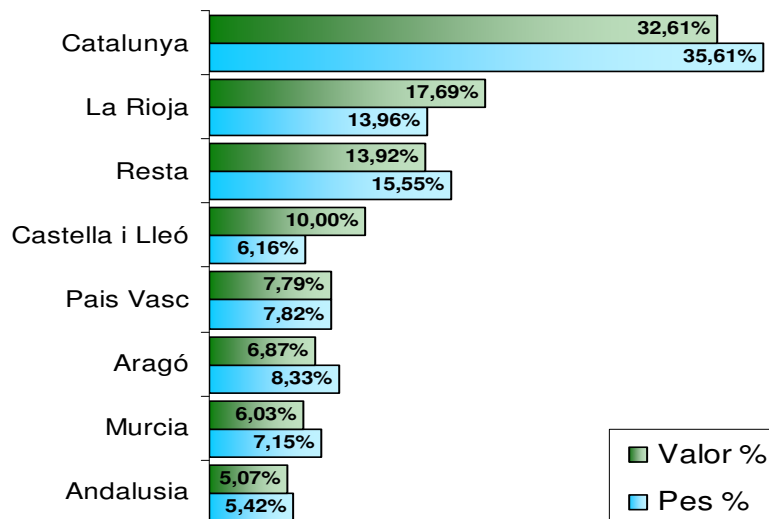
Pel que fa a les exportacions espanyoles als Estats Units per Comunitats Autònomes, el gràfic 18 mostra que Catalunya aporta un terç de les esmentades exportacions, en termes de volum, sobre tot degut al cava. Només a la Rioja i Castella i Lleó la importància relativa de les exportacions en valor supera als valors en volum, fet que indica un major preu mig dels vins exportats des d'aquestes CC.AA.

Gràfic 18:

Exportacions espanyoles de vi total (partida 2204) per CC.AA.

(percentatges sobre el valor i el pes total de l'any 2008)

Font: Duanes Espanyoles (<http://aduanas.camaras.org/>)



Exportacions dels EUA a la resta del Món

Com a gran productor, Estats Units ha exportat vi per total de 747,9 milions de dòlars (any 2007). Dos tercers parts, aproximadament, van dirigides al regne Unit i Canadà. Tal com es mostra en la taula 11, en els darrers 7 anys les exportacions de vi nord-americà s'han incrementat en un 77%. Els països on més han crescut les exportacions de vi de EUA són Itàlia, Xina, Corea del Sud, mentre que ha disminuït en els casos de Japó, Països Baixos i França el darrer any.

Taula 11:

Exportacions de vi nord-americà a la resta del món (milions de dòlars)

Font: World Trade Atlas en ICEX 2008

País	2000	2005	2006	2007	Quota 2007	% 06-07	% 00-07
Regne Unit	140,2	150,3	268,5	281,4	37,6%	5%	101%
Canadà	94,5	134,8	175,5	217,6	29,1%	24%	130%
Japó	62,6	60,1	65,9	56,6	7,6%	-14%	-10%
Itàlia	1,8	42,5	46,8	49,7	6,6%	6%	2618%
Alemanya	14,3	25,8	41,8	46,9	6,3%	12%	228%
Suïssa	21,9	11,2	14,1	24,8	3,3%	76%	13%
Països Baixos	75,8	34,4	38,6	21,3	2,9%	-45%	-72%
Corea del Sud	3,1	10	11,2	17	2,3%	53%	442%
França	6	9,7	19,5	16,5	2,2%	-15%	176%
Xina	1,2	5,9	9,3	16,1	2,2%	73%	1203%
TOTAL	421,6	484,7	691,2	747,9	100%	8%	77%

Preus

En la següent taula 12 es mostren dades de volums, preu mitjans i vendes en el sector minorista de vi de taula separades en 5 segments depenent del preu de venda al públic.

Com es pot apreciar la presència de vi importat en el segment de preu econòmic es gairebé nul·la. En els segments on més presència (més volum) trobem del vi importat és en el Sub-Premium (2,2- 5,1€) i Premium (5,1-7€), sent aquest darrer cas on la quota respecte al vi nacional és més alta (45%).

Finalment, es pot veure també que el creixement de vi importat ha estat major que el de vi domèstic en els segments de menor volum de vendes (Super-Premium i Luxe) i en el segment “econòmic”.

Taula 12:

Segmentació per preu del vi de taula

Font: Impact Databank Review and Forecast. “The U.S. Wine Market” en ICEX 2008

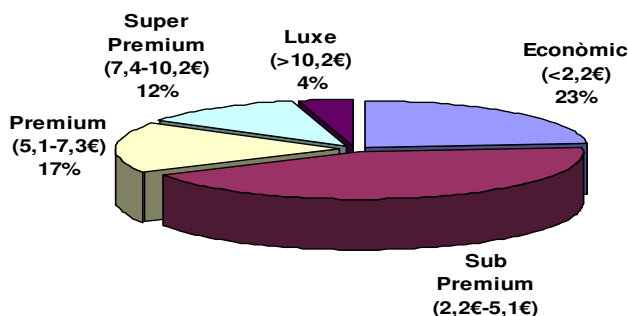
Segment de preu (€)	Volum (milers de caixes de 9 litres)		Preu mig ampolla (750 ml)		Vendes Minoristes	
	2007	06/07	€	06/07	Milions €	06/07
Total Econòmic (<2,2€)	61.725	0,6%	1,56	0,1%	1.158	0,7%
Domèstic	61.610	0,6%	1,56	0,1%	1.155	0,7%
Importat	115	4,5%	2,01	0,0%	3	4,5%
Total Sub-Premium (2,2€ - 5,1€)	115.875	5,4%	3,99	0,4%	5.550	5,9%
Domèstic	72.350	6,0%	3,84	0,7%	3.333	6,7%
Importat	43.525	4,5%	4,25	0,1%	2.217	4,6%
Total Premium (5,1 - 7,3€)	45.500	5,0%	6,43	0,4%	3.511	5,4%
Domèstic	25.050	8,5%	6,53	0,3%	1.961	8,8%
Importat	20.450	1,0%	6,32	0,4%	1.550	1,4%
Total Super-Premium (7,4 - 10,2€)	31.825	4,3%	9,50	0,1%	3.629	4,4%
Domèstic	22.750	2,5%	8,81	0,1%	2.605	2,6%
Importat	9.075	9,0%	9,42	0,2%	1.025	9,3%
Total Luxe (>10,2€)	10.050	9,1%	14,36	0,3%	1.732	9,4%
Domèstic	8.175	7,5%	13,80	0,0%	1.354	7,5%
Importat	1.875	16,5%	16,78	0,0%	377	16,5%
Total Taula	264.975	4,2%	4,90	1,2%	15.581	5,4%
Domèstic	189.935	4,1%	4,57	1,3%	10.408	5,4%
Importat	75.040	4,3%	5,75	0,9%	5.172	5,3%

En el següent gràfic 19 podem veure gràficament la quota segons volum que cada segment de preus aporta al total. Es veu clarament que les categories que més vendes tenen són la “Sub-Premium” i la “econòmic”

Gràfic 19:

Quota de vi segons segments de preus (percentatge sobre el volum total venut al 2007)

Font: Impact Databank Review and Forecast. "The U.S. Wine Market" en ICEX 2008



Sistema de distribució i formació de preus

Un altre tema important en el mercat nord-americà és el procés, obligat per les lleis d'EUA, per a l'entrada de productes al seu mercat.

Aquest sistema, anomenat de tres escalons, es basa en que no es pot exportar directament a consumidors, sinó que s'ha de fer a través d'un **importador amb llicència federal** que al seu torn revén als **majoristes/distribuïdors**. Aquests distribueixen als **minoristes** i finalment s'arriba als **consumidors**.

Per tal de poder entendre com funciona aquest sistema i com afecta al preu que arriba al consumidor us presentem aquest exemple:

Taula 13:

Exemple de Costos de distribució del vi des de la sortida del celler fins al consumidor (comerç minorista o restaurant) Dades en caixes de 9 ampolles i ampolles de 750 ml.

(Dades per a l'estat de Nova York, 2007)

Font: ICEX 2008

	Vi de mesa	Vi de Jerez	Cava
Preu Ex-cellar (€/caixa)	52,63 €	52,63 €	52,63 €
Transport (menys de 400 caixes)	4,39 €	4,39 €	4,39 €
Aranzels (€/caixa) (1)	0,41 €	1,11 €	1,30 €
Impost Federal (FET) (€/caixa) (2)	1,86 €	2,73 €	5,91 €
Impost Estatal Nova York (€/caixa) (3)	0,33 €	0,33 €	1,65 €
Cost importador (€/caixa)	59,62 €	61,19 €	65,88 €
Marge Importador (30%)	17,89 €	18,36 €	19,77 €
Transport i magatzem (€/caixa)	0,95 €	0,95 €	0,95 €
Cost Distribuïdor (€/caixa)	78,46 €	80,50 €	86,59 €
Marge Distribuïdor (30%)	23,54 €	24,15 €	25,98 €
Cost detallista (€/caixa)	102,00 €	104,64 €	112,57 €
Marge Detallista (50%)	51,00 €	52,32 €	56,29 €
PVP al detall (€/caixa)	153,00 €	156,97 €	168,86 €
PVP al detall (€/ampolla)	12,75 €	13,08 €	14,07 €
Cost Restaurador	102,00 €	104,64 €	112,57 €
Marge Restaurador (150%)	153,00 €	156,97 €	168,86 €
PVP restaurador (€/caixa)	254,99 €	261,61 €	281,44 €
PVP restaurador (€/ampolla)	21,25 €	21,80 €	23,45 €

	Vi de taula	Vi de Jerez	Cava
(1) Aranzels: (€/litre)	0,046 €	0,124 €	0,145 €
(2) Impost Federal (FET) €/galó	0,782 €	1,148 €	2,485 €
(3) Impost Estatal Nova York €/galó	0,139 €	0,139 €	0,694 €

Veiem doncs com el preu del vi es multiplica per 3 en la venda al detall (comerços minoristes) i per 5 per als restaurant. Cal aclarir que els impostos i aranzels poden variar força en diferents estats.

Consumidors

Primer de tot caldria valorar quina es la importància relativa del vi en el mercat de begudes alcohòliques als Estat Units. A la taula 14 es mostra l'evolució del consum de begudes alcohòliques als EUA. La cervesa ocupa un lloc predominant concentrant prop del 85% del consum total. El vi es troba allunyat en segon lloc amb un 9,3%.

Taula 14:

Evolució del consum de begudes alcohòliques als EUA (milions de litres)

Font: Impact Databank Review and Forecast. The U.S. Wine Market en ICEX 2008

Categoria	2003	2004	2005	2006	2007
Cervesa	23.242	23.432	23.473	23.788	24.064
Vi	2.332	2.430	2.510	2.608	2.707
Destil·lats	1.427	1.488	1.537	1.594	1.635
Altres	628	621	602	628	598
Total	27.630	27.970	28.122	28.618	29.004

Dins del consum de vi, trobem que gairebé tot (un 91,4% al 2007) seria considerat com a vi de taula⁸. El 8,6 restant està compost pels vins espumosos, fortificats,...

Dins del vi de taula, separat per color (es mostra en la taula 15), veiem que el vi blanc ha estat el més consumit fins 2006. Però a partir del 2007 el consum de vi negre ha superat al de vi blanc.

Taula 15:

Consum de vi de taula per color (percentatge sobre el total)

Font: Impact Databank. The U.S. Wine Market en ICEX 2008

	2003	2004	2005	2006	2007
Negre	40,8%	41,5%	42,4%	43,5%	44,5%
Blanc	43,5%	43,6%	44,0%	43,5%	43,4%
Rosat	15,7%	14,8%	13,6%	12,9%	12,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Estructura del consum

El mercat del vi dels EUA és relativament jove i la cultura del vi és bastant nova per al nord-americà mig. No es element bàsic en les dietes com passaria en els països mediterranis sinó que s'associa sobretot a esdeveniments especials.

A més a més s'ha de tenir en compte que aquest consum varia molt entre estats. Per exemple a les costes i en algunes zones interiors (Chicago, Dallas i Houston) el consum és més habitual. En general el consum és major en capes de població més cultes, amb més poder adquisitiu i que solen viatjar al estranger.

Segons un estudi patrocinat pel *Wine Market Council*, del total de població nord-americana, un 35 % (75,6 milions de persones al 2007) són consumidors de vi com a primera preferència. Entre aquests podem diferenciar els que són habituals (1 o més cops per setmana) dels que tenen un consum més marginal (menys de 4 cops al mes) tal com es mostra a la taula 16. Veiem doncs, que els consumidors habituals han passat d'un 46% (l'any 2000) a un 55% al 2007.

⁸ Als EUA es consideren vi de taula tots els vins amb un contingut d'alcohol entre el 7% i el 14% i que no es poden classificar com espumosos ni fortificats

Taula 16:

Segmentació del consum de vi per freqüència

Font: Wine Market Council en ICEX 2008

Freqüència	Consumidors			Quota consum 2007
	2000	2006	2007	
Habituals	46%	51%	55%	91%
Marginals	54%	49%	45%	9%

Per edats, veiem que els majors consumidors de vi son Baby-Boomers (43-61 anys). Però aquests han reduït el seu consum en els darrers anys. Els únics que mostren un creixement continu des de 2004 són la generació Mil·lenni (entre 13 i 30 anys).

Taula 17:

Segmentació del consum de vi per edat

Font: Wine Market Council en ICEX 2008

Generació (edat)	2004	2005	2006	2007
Més de 62 anys	17%	19%	21%	18%
Baby Boomers (43-61)	48%	45%	38%	39%
Generación X (31-43)	25%	21%	23%	24%
Mil·lenni (13-30)	10%	15%	17%	19%

Percepció del producte espanyol

Cal diferenciar entre la percepció que consumidors americans tenen sobre el vi espanyol i la dels especialistes del sector i/o prescriptors d'opinió.

Els darrers, tenen una bona visió del vi espanyol, i el reconeixen com a vi de qualitat, atribuint bones característiques a les denominacions d'origen espanyoles.

En canvi els consumidors perceben una bona qualitat/preu en els vins espanyols, però consideren que altres vins, com els francesos i italians, son de major qualitat. A més a més, desconeixen el sistema de D.O.s espanyol.

Tot i això, gracies a l'activitat promocional duta a terme per importadors i cellers els darrers anys, el coneixement dels consumidors ha millorat i es comença a associar les Denominacions d'Origen amb la idea de producte de qualitat.

Un altre factor que contribueix a millorar aquesta imatge és el numero de bars de tapes, en augment, que es poden trobar als Estats Units i que ofereixen vins espanyols a les seves cartes. Cal destacar que la demanda de vins espanyols és creixent en els estrats de consumidors més joves.

Els vins espanyols dels que millor opinió tenen són els negres i espumosos, però, mentre que els negres es perceben com a vins de qualitat, els espumosos es valoren per tenir una bona relació qualitat/preu.

BLOC IV: PRINCIPALS RESULTATS DE L'ESTUDI: HÀBITS DE COMPRA I ACTITUDS DELS RESTAURADORS DE LA COSTA CATALANA VERS ELS VINS DE CATALUNYA

Els objectius específics de l'estudi varen ser:

- Caracteritzar el sector restaurador des del punt de vista de les seves compres de vi
- Analitzar els atributs que consideren rellevants els restauradors a l'hora d'adquirir una determinada marca o un determinat origen
- Analitzar el posicionament competitiu dels vins amb D.O. catalans en relació a d'altres D.O., segons el punt de vista dels restauradors
- Analitzar les preferències a l'hora d'adquirir vins i descriure el seu "modus operandi"
- Establir orientacions sobre les possibles estratègies futures de comercialització dels vins D.O. catalans en el sector HORECA

Elaboració:

CREDA (Centre de Recerca en Economia i Desenvolupament Agroalimentari)

Metodologia:

Per tal d'obtenir aquesta informació, es va realitzar una enquesta a 150 restaurants i hotels localitzats a la costa Brava i a la costa Daurada, de dues o més forquilles o estrelles, amb un nivell de confiança del 95%.

La mostra es va estratificar per població i tipus d'establiment.

Els resultats obtinguts posen de manifest que:

- Existeix una certa inèrcia en el sector HORECA, que modifica la seva carta de vins únicament 1 vegada a l'any, basant gran part de la seva carta en marques reconegudes i, en general, el seu nivell de coneixement sobre el sector del vi es podria considerar com mig-baix.
- Els principals criteris considerats pels restauradors per introduir un vi a la carta són la demanda dels clients i una marca reconeguda.
- Aquests factors es consideren vinculats, ja que un 58% dels clients demana un vi per la seva marca.
- Tanmateix, un 55% dels clients demana per una D.O. catalana o bé per un vi català en general, factor que es considera un criteri per introduir un vi a la carta en un 30.4% dels restaurants.
- El principal criteri d'ordenació de la carta de vins és la Denominació d'Origen, factor molt important per a la diferenciació de vins. Els vins catalans ocupen un lloc preferent en la carta de vins en

un 35% dels casos.

- Les D.O. Catalanes – excepte Penedès– no arriben a assolir la seva presència en el 50% dels restaurants. En alguns casos, aquesta no arriba al 25%, el que denota una manca de penetració de les D.O. catalanes en el sector HORECA
- D'altra banda, la presència de vins de països del nou món es troba únicament al voltant del 15%
- Al voltant d'un 69% dels restauradors recomana als seus clients sempre o gairebé sempre un vi català, fet que els proporciona un sentiment d'orgull i d'afavoriment del creixement de les D.O. catalanes → es considera que els restauradors tenen una actitud molt positiva vers els vins de Catalunya.
- No obstant, un cop demanats pels atributs dels vins catalans, els restauradors consideren que haurien de millorar quant a preu, reconeixement per part dels clients i sabor, textura i paladar
- Gairebé la totalitat dels restaurants disposa de vi de la casa negre, blanc i rosat.
- L'origen del vi de la casa és generalment català. La principal D.O. és Penedès, que es presenta al voltant d'un 50% dels casos pel vi blanc i rosat, i en un 35% pel vi negre. Per aquest darrer, el seu principal competidor és La Rioja (21%). La següent D.O. en importància és Empordà CB, seguida de Catalunya.
- Destaca un nombre considerable de proveïdors amb els que treballen els restaurants (4,3 de mitjana), juntament amb l'elevat grau de satisfacció dels restauradors amb els seus proveïdors (8,19 / 10). No obstant, els restauradors valorarien una millora en l'oferta de descomptes i la presència d'ofertes que no són vins. D'aquest darrer atribut, cal recordar que els proveïdors són majoritàriament especialistes en vins o, en begudes alcohòliques.
- Quant a la formació sobre vins dels restauradors aquesta no és gaire elevada, destacant un 46% al que no se li ha ofert mai cap curs de formació.

Es recomana:

- Necessitat d'una major interacció entre el segment elaborador i el canal HORECA. Excepte les grans empreses, la comercialització sembla estar basada en proveïdors independents.
- Tenir en compte que el 50% del consum de vi es realitza fora de la llar.
- S'haurien de vincular les estratègies dels restauradors amb les polítiques comercials del sector elaborador → sembla existir un gran desconeixement de les demandes i necessitats del sector HORECA, i aquesta vinculació, podria donar lloc a resultats molt interessants quant a augment de la presència i les vendes de les D.O. Catalanes al sector.
- Necessitat de fomentar la formació específica en el sector del vi per a la major part de restauradors. Tenint en compte les actituds positives dels restauradors vers els vins catalans, una correcta formació sobretot a nivell de tast, podria millorar la penetració de les D.O. Catalanes en el sector, així com les seves vendes.

