

TERRA ALTA Els cellers de la DO fan promoció per començar a solucionar la falta de presència en la restauració i les botigues de Barcelona

El vi de la Terra Alta busca quota de mercat

Els vins de la Terra Alta cada cop obtenen més premis i reconeixements. Però no arriben a gran part dels consumidors. Per fer front a aquesta solució s'està portant a terme una important campanya de promoció i la primera gran plaça a conquerir és la capital del país.

BARCELONA *Dani Gutiérrez*

Més de 500 professionals, segons l'organització, van assistir dilluns a la presentació *Els vins de la Terra Alta, tresors per descobrir*, que es va celebrar a l'edifici modernista del Palauet de passeig de Gràcia, a Barcelona. Agents del món del vi, restaurants, distribuïdors i premsa especialitzada van assistir a l'acte de promoció, on es van poder tastar més de 100 vins de 23 cellers de la Terra Alta.

Un dels especialistes del sector, el coordinador de l'Espai del Vi Català, Miguel Figini, explica que, "tenint vins extraordinaris", la DO Terra Alta "encara té una quota de mercat molt petita en la restauració i en les botigues". Figini assegura que "la feblesa està en la part comercial" perquè per molt que els vins obtinguen premis i bones prescripcions d'experts, els consumidors tenen dificultats per trobar-los al mercat. Fer de les debilitats fortes sembla l'objectiu de l'eslògan *Tresors per descobrir* i del missatge del president del Consell Regulador de la DO, Joan Arrufí, que transforma el poc impacte en el mercat en la promesa d'una experiència gairebé única i innovadora: "La Terra Alta és una sorpresa per al consumidor, és una sorpresa per al restaurador que vol oferir un producte nou, és una sorpresa per al botiguer que vol donar-li una novetat al client i és una sorpresa al mercat de Barcelona".

TERRA ALTA +. Per dinamitzar el sector, reforçar la posició de les empreses vitivinícoles del territori i, a la llarga, deixar de ser una sorpresa, s'està desenvolupant el projecte Terra Alta +, impulsat pel Consell Comarcal, subvencionat pel govern i

cofinançat per Europa i l'Estat. El seu pla d'acció es divideix fonamentalment en la necessitat d'enfortir la gamma mitjana-alta, per un costat, i la del gran consum, per l'altre.

I s'ha optat per començar a treballar en el primer sector per tal d'augmentar la presència de la DO de la Terra Alta en la restauració catalana, especialment en la de Barcelona i la rodalia. I en aquesta lògica Carles Luz, president comarcal, explica la importància de jornades com la de dilluns a la capital catalana: "Tenim un molt bon producte, estem fent una molt bona feina, però hem de continuar treballant en la promoció, és el salt qualitatiu que hem de fer".

Per al secretari d'Ocupació i Relacions Laborals, Joan Aregio, present en l'acte a Barcelona, el posicionament i la unitat d'acció és bàsica: "El més important és vendre primer marca Terra Alta, perquè darrere de la marca després ja hi haurà l'oferta concreta de cada celler i de cada productor".

MÉS I MILLOR La millor carta de presentació dels vins de la Terra Alta estan sent els reconeixements en certàmens com els premis Vinari o la *Guia Peñín*, que n'estan destacant els seus millors caldos. Les garnatxes blanques estan sent el mitjà a través del qual la DO s'està començant a fer un lloc en el mercat, però els vins negres també estan prenent cert protagonisme, aspecte reforçat amb el premi al millor vi del país que ha concedit *La Guia de Vins de Catalunya* a una garnatxa peluda d'Edetària Celle.

El sector considera que ara cal afavorir una major implantació durant els pròxims anys i contribuir així a la consolidació dels cellers de la comarca com a sector estratègic en



Dos imatges de la trobada que es va fer al Palauet de passeig de Gràcia, a Barcelona. / CEDIDA

termes de generació de riquesa i creació de llocs de treball.

I en el que no tenen dubtes és en

la necessitat de seguir promoció-
nant les bondats de la zona vinícola
més meridional de Catalunya i que

aquest missatge s'estenga pels prin-
cipals punts de consum, com a mí-
nim, del mateix país. ■