

Els cellers de la Terra Alta miren al Japó i Rússia per exportar els vins d'alta gamma

Les empreses vitivinícoles de la Terra Alta treballen per millorar la seua competitivitat. Dins el projecte 'Terra Alta +', impulsat pel Consell Comarcal, han definit un pla d'actuacions que passa per actuacions com ara obrir nous mercats o atraure un consumidor més jove.

TERRES DE L'EBRE V.A.

Rússia o el Japó són dos dels mercats internacionals que les empreses vitivinícoles de la Terra Alta volen començar a treballar dins el seu pla per obrir nous mercats per als vins de gamma mitjana i alta produïts a la comarca. Així es va acordar en el marc de l'última jornada que es va dur a terme dins el projecte *Terra Alta +*, impulsat pel Consell Comarcal, durant la qual es va definir un pla d'actuacions per dinamitzar el sector vitivinícol. En concret, va ser el grup de treball encarregat de definir l'estratègia de comercialització dels vins de gamma mitjana i alta el que va estudiar la necessitat d'apostar per entrar a nous mercats amb el producte fet a la comarca. A hores d'ara, els cellers de la Terra Alta facturen 6,5 milions d'euros anuals per exportacions dels 41 milions d'euros

LA DADA

Els cellers de la Terra Alta volen apropar-se a un consumidor més jove

total.

A més a més d'identificar aquests mercats internacionals en què es poden fer prospeccions comercials, també es va analitzar la necessitat de millorar la distribució dels vins de més qualitat entre la restauració de Barcelona, principalment. I un altre dels objectius estratègics per poder millorar la comercialització d'aquest tipus de vins és atraure un nombre major de visitants als cellers de la comarca per afavorir la venda directa a través d'accions enoturístiques.



A la Terra Alta hi ha 55 cellers. / ARXIU

GRAN CONSUM En aquesta jornada també es va reunir el grup de treball d'estratègia en gran consum. En aquest grup es va marcar un gran objectiu: atraure un consumidor més jove. Entre les accions que es van acordar hi ha la de posar en marxa un projecte que afavorisca l'entrada de vins de la Terra Alta a la gran distribució del país, ja que Catalunya és el mercat consumidor de vi català. També es va analitzar la possibilitat d'oferir un programa de desenvolupament en gestió estratègica d'empreses i estratègia comercial adreçat als cellers de la Terra Alta, acció que, segons expliquen els responsables del projecte, respon a la voluntat de prioritzar l'apropament a la gran distribució que es dirigeix a un consumidor final més sofisticat.

També es va acordar incloure al pla d'actuacions diferents missions que atraguen importadors i prescriptors a la zona per donar-los a conèixer el producte.

El sector del vi de la Terra Alta és un dels motors econòmics de la comarca. Està integrat per 1.450 viticultors i 55 cellers que treballen una superfície de vinyes de 5.800 hectàrees. El sector té una facturació agregada de 41 milions d'euros, 6,5 milions dels quals corresponen al valor de les exportacions.

FASE FINAL DEL PROJECTE En aquesta jornada va participar una desena d'empreses, que van definir el pla d'actuacions per dinamitzar el sector i reforçar la posició competitiva de les empreses vitivinícoles

LA DADA

Dels 41 milions d'euros de facturació de tot el sector, 6,5 milions són per exportacions

que en formen part. Això és una part més del projecte que va engregar fa mesos el Consell Comarcal de la Terra Alta, amb el suport del SOC (Servei d'Ocupació de Catalunya), el finançament del Servei Públic d'Ocupació Estatal i el Fons Social Europeu, per millorar la competitivitat de les empreses del sector del vi a la Terra Alta. Un cop realitzada la diagnosi del sector i identificats els principals canvis en el negoci i els reptes empresarials, el projecte ha arribat a la seua darrera fase, caracteritzada per definir accions que responen a les estratègies de futur del sector. Van ser aquests dos grups de treball els encarregats de fer-ho. ■