

VILAFRANCA · SANT SADURNÍ

Importadors dels EEUU coneixen els vins del Penedès davant l'increment de consum

EEUU es convertirà en el primer consumidor mundial a partir de 2008 amb un moviment econòmic que s'estima al voltant dels 115 milions de dòlars

VILAFRANCA

348

El passat mes de juny va tenir lloc al Centre Agora un workshop entre diverses bodegues de la Denominació d'Origen Penedès i una missió d'importadors dels EEUU, acció organitzada per la Cambra de Comerç de Barcelona, i coordinada per la UVIPE i la DO Penedès, englobada en el programa PAI 07.

El motiu d'aquest workshop és potenciar la presència dels vins Penedès als mercats americans ja que, segons preveuen els experts analistes del sector vinícola mundial, el consum de vi augmentarà considerablement en els propers anys, fins i tot podria moure uns 115 milions de dòlars al llarg de 2008.

Els professionals que van integrar la missió americana van destacar l'excel·lent relació qualitat-preu que presenten els vins Penedès, productes que van sorprendre i els quals van definir com a vins d'excel·lent elaboració i de gran estructura, tant blancs, negres com rosats. En total van participar-hi 7 empreses que van presentar de forma directa els seus vins i caves.

L'increment en el consum de vi és conseqüència de l'interessant augment d'aficionats a la cultura del vi que deixen de costat altres begudes com la cervesa, que fins el moment s'enduia el primer lloc en quant a consum i vendes.

Segons el Wine Institute el consum de vi s'incrementa un 5% anualment. Actualment, el sector mou uns 17.600 milions d'euros tot i que només un 25% de la població adulta beu vi de forma regular.

Les taxes de creixement que es registren als EEUU pel que fa a la indústria del vi superen de llarg les de qualsevol altre mercat. El consum en termes absoluts se situarà en 27'66 milions d'hectolitres a finals de 2008, cosa que representaria un increment proper al 29% en relació al 2003.

Producció a Califòrnia.

El fet que la producció a Califòrnia es dugui a terme mitjançant un procés flexible i senzill ha estat un factor determinant per explicar aquest canvi de tendència. Pel consumidor nord-americà, acostumat a comprar en grans superfícies i en un temps rècord li és més fàcil entendre l'etiqueta d'un vi elaborat al seu país.

Amés, l'únic impediment que arrossegava la comercialització del vi "made in USA" era la venda



En total, al workshop, hi van participar 7 empreses que van presentar de forma directa els seus vins i caves

directa de productes alcohòlics de la bodega al consumidor, herència directa dels anys de la Llei Seca anul·lada el passat maig pel Tribunal Suprem dels EEUU. Fet que pos-

sibilita la lliure circulació de vins i licors entre els diferents estats del país, i obre la porta a la venda directa i a l'aparició de nombroses botigues virtuals a Internet.