

Miguel Torres: Hem d'ajuntar esforços per posicionar-nos com a marca de qua-



- Des del punt de vista econòmic i tenint en compte les interrelacions de les comarques del Penedès i el Garraf, podem parlar de l'existència d'un Gran Penedès?

"Cal recordar que històricament els ports de Vilanova i Sitges, van ser punts de sortida de la producció vinícola del Penedès de l'època, per tant aquest lligam comercial entre les dues comarques, ja de per si, ha fitxat una especial vinculació actuant en moltes ocasions d'interrelació econòmica, vinculació que, per altre banda, també ho ha estat en els darrers temps en aspectes més relacionats en els serveis mancomunats. Per aquesta raó, penso que precisament degut a aquesta interconnexió històrica, les dues comarques han format part de forma natural d'aquest Gran Penedès."

- I des del punt de vista empresarial, com veu el futur escenari d'aquest Gran Penedès?

"Si aquest Gran Penedès el traslladem al fet d'unir-lo per mitjà de la futura Vegueria, tots hi guanyarem, ja que possibilitarem potenciar el nom d'una administració territorial al d'una àmplia comarca. Aquest fet, sens dubte, potenciarà el conjunt del territori i, per tant, al conjunt dels agents que l'integrem."

- Què té el Penedès que no tinguin altres territoris?

"Des d'un vessant vinícola, el Penedès és un territori únic. La diversitat de microclimes i la seva diferenciació espais-altitud, permet el conreu de la més àmplia varietat de raïms. En aquest sentit, el fet que cada una d'aquestes varietats la puguem plantar en l'espai adequat i, a més, puguem obtenir la millor rendibilitat qualitativa de cada una de elles, dóna a aquesta zona una idiosincràsia difícil de trobar en altres parts del mapa vitivinícola mundial.

Si a tot això li afegim el perfil paisatgístic que li atorguen les pròpies vinyes a més del valor de l'espai marítim que li aporten les comarques veïnes com el Garraf i el Baix Penedès, el Penedès Vitivinícola guanya un valor afegit molt important, especialment des d'un vessant de les grans possibilitat enoturístiques que pot representar."

- Com a president d'UVIPE, quina reacció hauria de tenir el sector vitivinícola per guanyar posicions de mercat?

"Actualment estem treballant des de la Denominació d'Origen Penedès per establir les línies estratègiques de futur encaminades precisament a guanyar quotes de mercat, especialment en l'àmbit més proper com ara l'àrea de consum de la Barcelona metropolitana. També des de les empreses, tot i les grans dificultats de negoci que està representant l'enduriment de l'Euro, s'estan fent esforços importants per anar cap a la internacionalització dels nostres vins, obrir-nos a mercats emergents, especialment l'asiàtic o l'americà."

- Quins són els deures a fer per part dels elaboradors de la DO Penedès?

"Crec que actualment, el repte més important que tenim és el d'ajuntar esforços entre el conjunt d'agents que integrem la cadena vitivinícola per avançar tots plegats en una mateixa direcció i treballar plegats per posicionar-nos com a marca genèrica de qualitat. Disposar de l'excel·lència en el conjunt del territori, ja des d'aspectes qualitatis complementaris com ara els serveis, o bé, en el paisatge, en portarà a gaudir directament del reconeixement necessari dels vins de la DO Penedès."

- El màrqueting i l'enginy formen part d'aquestes assignatures pendents?

"Sens dubte. Des d'UVIPE i conjuntament amb el C.R. de la DO Penedès, fa anys que estem treballant diverses accions promocionals portant els vins de les empreses penedesenques arreu del país, a més de fer també accions puntuals en el territori. Concretament aquest any, per exemple, celebrarem el *XXV aniversari del Cava & Penedès Wine Institut*, una acció formativa dirigida especialment als professionals i prescriptors anglesos, acció que ens ha aportat bons resultats i, el que és més important, la possibilitat que cada 12 becaris visquin entre nosaltres el vi del Penedès i el cava. La mostra de vins negres en el marc de la Fira del Gall de Vilafranca, és un altre exemple d'èxit.

Però és evidentment que la forta i creixent competència ha d'augmentar el número d'accions a fer. Però qualsevol activitat de màrqueting a desenvolupar ha d'estar molt ben estudiada i dirigida. Aquest ha estat el motiu que ens ha portat a realitzar l'estudi estratègic de futur que s'està fent en aquests moments, aquest mateix serà doncs, el que mar-

carà el camí a emprendre, així com les accions de màrqueting a realitzar."

- Al Penedès, creu que s'està fent millor producte vinícola avui que anys enrere? "Indiscutiblement. Els vins que actualment estem portant als mercats de consum, són molt millors que els de fa uns anys. Prova d'això són les nombroses medalles i reconeixements que els vins de la DO Penedès estan obtenint en els més prestigiosos Concursos de Vins Internacionals. Per altra banda tenim encara fresca la interessant experiència del Tast Comparatiu celebrat a París on, com és sabut, els vins de les nostres firmes van jugar un immillorable paper obtenint resultats sorprenents."

- Valoració de la temporada de la verema

"Tot i que va començar amb diferents incògnites degut als factors climatològics que es van donar a l'inici, finalment va resultar una verema normal quan a volums, però alhora molt qualitativa pel que fa a la sanitat del raïm."

- Les normatives de trànsit han condicionat uns canvis d'hàbit en el consum de vi. Fins a quin punt està afectant el sector?

"Sí, efectivament. El carnet per punts ha estat un desencadenant que a contribuït a la baixada molt important de consum de vi. Els dubtes i la por han portat a què, fins i tot molts consumidors moderats hagin optat per no veure en els àpats. Fa un parell d'anys vam realitzar un estudi "en viu" el qual demostrà que 2 copes de vi (200 cl.) per als homes i 1 copa de vi (100 cl.) en les dones, consumides en cada un dels àpats, deixaven en tots els casos estudiats, encara lluny, els màxims permisos per la reglamentació de circulació de vehicles."

- En què està treballant UVIPE? Quins són els seus projectes de futur?

"Estem preparant l'Assemblea General Ordinària que, en aquesta ocasió i per segon any consecutiu, tindrà un format més participatiu del empresarial, els quals mitjançant unes taules de debat, que aniran relacionades amb l'objectiu d'aconseguir una aportació empresarial consensuada en el Pla Estratègic que s'està treballant a la DO Penedès. A més, participarem activament al VIJAZZ-Penedès 2008, també estarem presents a diverses Fires i, conjuntament amb l'Associació Vinícola Catalana, portarem endavant l'organització d'una nova edició del CARTAVI (II Concurs de cartes de vins dels restaurants de Catalunya).