

Les empreses penedesenques s'aboquen a la recerca de nous mercats a través de la presència a fires internacionals



Imma Pulido

Fa uns anys la presència als certàmens firals es considerava necessària però cara. Ara alguns comencen a veure-la com un element vital per a la conquesta de nous mercats en temps de crisi. La competència és molt forta però la necessitat fa que cada vegada siguin més els cellers que afronten despeses importants per assistir a aquestes fires cada vegada més llunyanes. Ja no és estrany escoltar com la Xina i el Japó són destinacions habituals dels empresaris exportadors.

L'Institut del Cava ha estat present aquesta setmana a Prowein

Noms com els de Foodex, Prowein, Sial, Vinitaly o Vinexpo no són estranys en el món del vi perquè són moltes les empreses que marquen en els seus calendaris anuals la celebració i l'assistència a aquests certàmens internacionals dedicats al món del vi o l'alimentació i begudes. Els més recents han estat el saló Prowein que va acabar aquest dimecres a Dusseldorf, Alemanya; el Saló Internacional del Club de Gourmets, que va finalitzar ahir a Madrid, o el Foodex de Japó de principis de març. Per endavant queden ara moltes fires com Vinitaly, la London International Wine Fair, la Hofex de Hong Kong, Sial, a Xina o Vinexpo de Bordeus, potser la més propera i més important per al sector del vi català.

L'assistència a aquestes fires suposa una despesa important per a les empreses que han de fer front als costos de lloguer d'espais, muntatge i disseny d'estands i sobretot de desplaçament i representació de personal, però els resultats sembla que són positius si es té en compte que cada vegada són més les firmes penedesenques que assisteixen a fires internacionals i ja no tan sols del continent europeu.

Joan Gil, director de la patronal **Uvipe**, és contundent i qualifica de necessària l'assistència a les fires "tant nacionals com estrangeres, potser és millor fins i tot a l'estranger on hi ha molt camp per córrer i queda molta feina per fer, sense descartar aquelles nacionals importants". Tot depèn de les estratègies de cada empresa però per **Uvipe** "a fora hi ha grans possibilitats" i cal aprofitar-les.

Contacte previ

Rosó Gabarró pertany al departament de promoció de l'Institut del Cava i acaba de tornar de Prowein on la patronal ha muntat un estand propi amb la participació de cinc cellers: Mestres, Mas Tinell, Mascaró, Gramona i Maset del Lleó.

Aquesta és la segona vegada que l'Institut del Cava impulsa una acció d'aquestes característiques i creuen que no serà la darrera donat l'èxit de la convocatòria. Gabarró, però, explica que no es tracta tan sols d'anar a la fira sinó que cal una tasca anterior de contacte amb importadors nous i actuals. Per fer-ho van consultar les llistes oficials d'Alemanya de canal Horeca que eren els que més els interessaven a les caves de gamma alta que representaven. Els van presentar prèviament un perfil del celler i dels seus productes, es va fer el seguiment per veure quins importadors estaven interessats i quins es podien passar per la fira i es va contactar amb la premsa.

El resultat ha estat el contacte amb importadors danesos, finesos, belgues, italians, europeus i russos amb sessions de tast i presentació de cellers i molts contactes que ara hauran de continuar treballant perquè, segons Gabarró, s'han establert moltes voluntats de venir al territori a conèixer la zona i veure els cellers.

Des de l'Institut han quedat "gratament sorpresos" de la presentació del missatge del cava perquè hem comprovat que "s'ha aconseguit que es posi de moda el cava com a aperitiu, per exemple a Bèlgica on els sumillers ens comentaven que era un fet habitual i de moda".

Gabarró recorda que es tracta d'una tasca molt lenta però fonamental, sobretot la preparació prèvia, "perquè hi ha tants vins al món que la gent no passa per causalitat sinó perquè s'ha fet

una tasca anterior”.

Ara **Uvipe** i l'Institut del Cava estan mirant de dur a terme una altra acció similar a Txèquia, “en un moment en el qual és necessari que les empreses es moguin molt per afrontar el futur” segons Joan Gil, que reconeix que l'assistència a la Fira “és una despesa molt important però en un moment o altre tota empresa ha d'invertir. Ara s'ha de prendre com una inversió però també és cert que mai com fins ara hi havia hagut línies d'ajut a les empreses en aquest sentit”.

Ajudes a tercers països

Un exemple és el paquet d'ajudes a l'OCM a tercers països que acaba de finalitzar el primer període de presentació de sol·licituds i que ajuda a desplaçaments i presentacions a tercers països, tot i que “possiblement per raons de temps o de visió no quedaran aprofitats al màxim, cosa que seria una llàstima que no es pogués cobrir el pressupost amb accions”, segons Gil.

Accions conjuntes

Al Penedès tant Consell Regulador com **Uvipe** han fet una crida per fer accions col·lectives amb les empreses però “no hi ha hagut massa interès per part dels cellers, cosa que sí que han fet en altres DO catalanes”, ha lamentat Gil, que també ha avançat que veuran com va la iniciativa privada i estudiarem noves propostes de cara a la propera i última convocatòria.

Pel que fa al perfil dels emprenedors internacionals, des de les dues patronals recorden que ja no tan sols són les grans empreses les que surten a fora sinó que també n'hi ha de petites o de rang mitjà que s'estan movent molt per vendre a fora els seus productes.