



**DENOMINACIONES DE ORIGEN
CONDADO DE HUELVA
Y VINAGRE DEL CONDADO DE HUELVA**

Fundado en 1932



**DENOMINACIONES DE ORIGEN
CONDADO DE HUELVA
Y VINAGRE DEL CONDADO DE HUELVA**

I CURSO DE CATA DE VINOS Y VINAGRES GENERICOS DEL
CONDADO DE HUELVA

COMERCIALIZACION DE VINOS Y VINAGRES
DEL CONDADO DE HUELVA.

ENOTURISMO.



DENOMINACIONES DE ORIGEN
CONDADO DE HUELVA
Y VINAGRE DEL CONDADO DE HUELVA

SITUACION ACTUAL

Existen muchos estudios realizados por Comunidad Europea, El Ministerio, la Junta de Andalucía, empresas consultoras y demás, que nos vienen a decir que estamos muy mal.

Les paso a detallar algunos informes recientes como:

- El sector vitivinícola andaluz. Situación actual y posibles mejoras. Realizado por la SECRETARÍA GENERAL DEL MEDIO RURAL Y LA PRODUCCIÓN ECOLÓGICA de la Junta de Andalucía.

Índice de Contenidos

1. Importancia del sector vitivinícola andaluz
2. La OCM del sector vitivinícola: líneas principales
 - 2.1. Régimen de arranque y régimen de pago único
 - 2.2. Programas de apoyo y transferencia financiera
 - 2.3. Medidas reglamentarias
3. Aplicación de la OCM del vino en Andalucía
4. Problemática del sector y posibles propuestas de mejora

- PROPUESTA DE PLAN DEL SECTOR VITIVINICOLA DE LAS DDOO realizado por la CAP.
- Estudio del Mercado del Vino y su comercio exterior. Realizado por el ICEX.
- El Mercado del Vino y su futuro. Realizado por el Observatorio del Vino.



DENOMINACIONES DE ORIGEN
CONDADO DE HUELVA
Y VINAGRE DEL CONDADO DE HUELVA

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL SECTOR VITIVINÍCOLA

CONSUMO MUNDIAL Y SU EVOLUCIÓN
EXPORTACIONES-IMPORTACIONES DE TERCEROS PAÍSES

EL SECTOR EN ESPAÑA

BALANCE VITIVINÍCOLA ESPAÑOL

EL CONSUMO EN ESPAÑA

COMERCIO INTERIOR Y DISTRIBUCIÓN

Comercio Interior

Distribución comercial

COMERCIO EXTERIOR

Exportación española de productos vitivinícolas

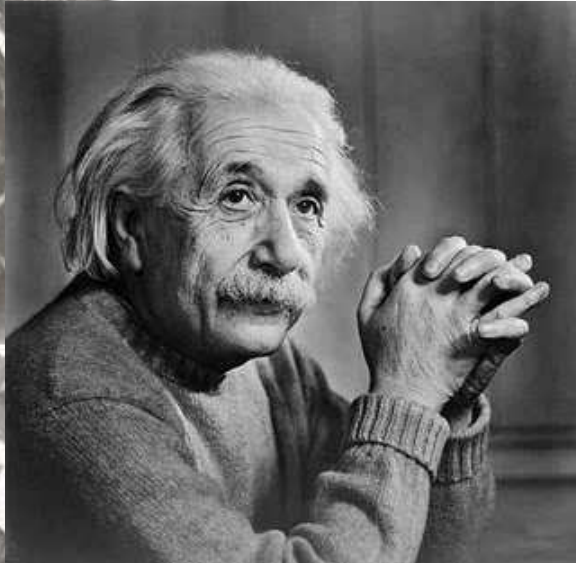
Comercialización de los V.D.O.



DENOMINACIONES DE ORIGEN
CONDADO DE HUELVA
Y VINAGRE DEL CONDADO DE HUELVA

LA CRISIS SEGUN ALBERT EINSTEIN....

No pretendamos que las cosas cambien si seguimos haciendo lo mismo.



La crisis es la mejor bendición que puede sucederle a personas y países porque la crisis trae progresos.

La creatividad nace de la angustia como el día nace de la noche oscura. Es en la crisis que nace la inventiva, los descubrimientos y las grandes estrategias. Quien supera la crisis se supera a sí mismo sin quedar 'superado'. La verdadera crisis es la crisis de la incompetencia. El inconveniente de las personas y los países es la pereza para encontrar las salidas y soluciones. Sin crisis no hay desafíos, sin desafíos la vida es una rutina, una lenta agonía. Sin crisis no hay méritos. Es en la crisis donde aflora lo mejor de cada uno. Hablar de crisis es promoverla, y callar en la crisis es exaltar el conformismo. En vez de esto trabajemos duro. Acabemos de una vez con la única crisis amenazadora que es la tragedia de no querer luchar por superarla.



DENOMINACIONES DE ORIGEN
CONDADO DE HUELVA
Y VINAGRE DEL CONDADO DE HUELVA

PROPUESTAS Y POSIBLES SOLUCIONES

Todos los estudios de posibles mejoras además de líneas I+D+i, reestructuraciones, ayudas al arranque incentivado, exportaciones, etc. coinciden en **DIVERSIFICACION** en nuevos productos como los vinos tintos, los vinos Naranja, los Vinagres, en acuerdos con el canal HORECA y en entrar en canal del ENOTURISMO.

Para eso no hace falta salir ya que **LOS CLIENTES** los tenemos aquí en este momento y sin necesidad de invertir mucho dinero.

DATOS DEL PATRONATO DE TURISMO

La provincia supera por quinto año consecutivo el millón de turistas. Los establecimientos hoteleros onubenses recibieron 1.088.706 viajeros en 2010, 22.399 más que en el año anterior. Huelva crece en todos los indicadores turísticos con respecto a 2009



DENOMINACIONES DE ORIGEN
CONDADO DE HUELVA
Y VINAGRE DEL CONDADO DE HUELVA

NICHO DE MERCADO (segmentado de los 7.785
establecimientos inscritos en el epígrafe HORECA de la Provincia de Huelva)

RESTAURANTES DE CUATRO TENEDORES	2
RESTAURANTES DE TRES TENEDORES	16
RESTAURANTES DE DOS TENEDORES	238
SERV.HOSPEDAJE: HOTELES Y MOTELES	142
SERV.HOSPEDAJE: HOSTALES, PENSIONES	174
SERV.HOSPEDAJE: FONDAS,CASAS HUESP.	22
SERV.HOSPEDAJE: HOTELES-APARTAMENTO	21
ALOJAMIENTOS TURIST. EXTRAHOTELEROS	69
CAMPOS DE GOLF	11
TOTAL CLIENTES	695



RESUMEN de posibles iniciativas para aumentar el consumo de vino en el canal HORECA (datos PriceWaterHouseCoopers y Observatorio Español del Vino)

- 1 - Enfoque y sensibilización al consumidor para influir en la percepción que el consumidor tiene del vino, así como aumentar el conocimiento del producto y de su entorno.**
- 2 - Innovación en el desarrollo de nuevas gamas y productos tanto en lo referente a las características de la propia categoría como en el formato y diseño del envase y su etiqueta.**
- 3 - Implantar un nuevo modelo de relación en la cadena de suministro aumentando la colaboración entre los distintos agentes y potenciando rol de los distribuidores como puente entre el productor y el cliente.**
- 4 - Potenciar el enfoque al canal “Go to market” formando a los profesionales de los establecimientos y creando nuevos momentos y circunstancias para el consumo.**



DENOMINACIONES DE ORIGEN
CONDADO DE HUELVA
Y VINAGRE DEL CONDADO DE HUELVA

Iniciativas:

1- Enfoque y sensibilización al consumidor

- Fomentar catas y cursos de vino entre consumidores con bajo nivel de conocimientos
- Distribuir en establecimientos HORECA material informativo sobre selección de vinos según gustos y necesidades
- Realizar campañas directas degustando el producto “in situ” e informando sobre elaboración de vino y sus distintas características
- Aprovechar el auge de los valores “local” y “natural” para atraer nuevos segmentos de consumo
- Potenciar las zonas de fuerte tradición vinícola
- Potenciar el enoturismo como parte de la oferta turística
- Desarrollar contenidos y actividades para identificar y difundir nuevas oportunidades y circunstancias de consumo del vino (cocina, repostería).



DENOMINACIONES DE ORIGEN
CONDADO DE HUELVA
Y VINAGRE DEL CONDADO DE HUELVA

- Ampliar el posicionamiento del vino potenciando productos de entrada, considerando:
 - Imagen y diseño de producto.
 - Precio-Calidad
 - Nuevos canales
- Convertir el vino en aspiracional para los jóvenes con imagen moderna y novedosa
- Aumentar el empleo de estrategias de “product placement” (series de tv)
- Publicitar el vino para su percepción como producto compatible con ritmo actual de vida y trabajo, salud, etc.



DENOMINACIONES DE ORIGEN
CONDADO DE HUELVA
Y VINAGRE DEL CONDADO DE HUELVA

2- Innovación

- Promocionar los productos de entrada (monovarietales, afrutados, gasificados,...)
- Analizar e incrementar el conocimiento de preferencias del consumidor
- Promocionar productos de calidad aceptable a precio inferior a 20€/botella en punto de venta,
- Abandonar promoción de vino de bajo coste y calidad inaceptable
- Incentivar producción de vinos de baja graduación
- Potenciar la I+D en productos de viña sin alcohol con características similares a los vinos tradicionales
- Comercializar estos productos en entornos con baja presencia actual (deporte, ámbito laboral,...)
- Analizar posibilidades de comercialización a través de expendedoras y vending.
- Concienciar para la potenciación de vino a copas y el aumento de gama vendida de este modo



- Estandarizar tamaños de copas
- Indicar precio por copa en carta
- Utilizar como promoción elementos de conservación en condiciones de presión y temperatura adecuadas
- Fomentar producción de amplia gama de tamaños (1/2 litros, 3/8,...).
- Realizar campaña a establecimientos HORECA para que insten al consumidor a llevar el vino restante
- Potenciar a través de los profesionales de HORECA la posibilidad de llevarse el vino y proporcionar elementos facilitadores



DENOMINACIONES DE ORIGEN
CONDADO DE HUELVA
Y VINAGRE DEL CONDADO DE HUELVA

3- Nuevo modelo de relación en cadena de suministro

- Asociar el consumo de vino en platos frecuentes como pasta o arroz mediante acuerdos con hostelería organizada
- Establecer acuerdos comerciales con restauración organizada para menús diarios
- Aumentar presencia en hostelería organizada, creando espacios y ambientes propicios para su consumo
- Incorporar el vino en menús y combinaciones ofertadas
- Aprovechar conocimiento de distribuidor sobre el punto de venta para diseño de campañas comerciales
- Apoyar al establecimiento en la elaboración de carta de vino
- Implantar tarjetas de fidelización para conocer mejor al cliente
- Fomentar la distribución especializada de vino
- Asesorar a establecimientos HORECA en traslación de menor margen a mayor rotación de producto



- Aumentar promoción en punto de venta por bodegas comercializadoras y distribuidores
- Crear iniciativas o eventos puntuales de disminución de precios de vino a consumidor final para incremento de promoción de producto y facturación
- Potenciar la realización de cursos para empleados de hostelería, en especial en categorías de establecimientos media y baja
- Aumentar formación en maridaje a profesionales hostelería
- Incrementar formación en elaboración de cartas de vino
- Subvencionar cursos para empleados hostelería
- Realizar campaña a establecimientos para difusión del “protocolo del vino” sobre conservación y servicio
- Potenciar el vino como bebida de noche con incremento de su presencia (neveras visibles, botelleros, audiovisuales,...)
- Incrementar los puntos de venta (cines, auditorios, ...)
- Promocionar el vino fuera del contexto de las comidas



DENOMINACIONES DE ORIGEN
CONDADO DE HUELVA
Y VINAGRE DEL CONDADO DE HUELVA

4- Go to Market

- Aumentar promoción de vinos blancos y rosados en bares y terrazas de verano
- Aumentar la presencia del vino en zonas de playa (neveras, grandes cubiteras,...)
- Asistencia a campos de golf con patrocinio de hoyos y ofreciendo vino al terminar el recorrido
- potenciar actos culturales y religiosos de carácter nacional e internacional (el Rocío)
- Ofrecimiento de vino en la entrada y salida de los hoteles
- Fortalecer mediante publicidad el posicionamiento de vinos blancos y rosados como bebidas refrescantes



DENOMINACIONES DE ORIGEN
CONDADO DE HUELVA
Y VINAGRE DEL CONDADO DE HUELVA

MUCHAS **GRACIAS**

CONSEJO REGULADOR Condado de Huelva
Fundado en 1932

Antonio Izquierdo García
Secretario General CR. DD.OO.
Condado de Huelva
y Vinagre del Condado de Huelva
a.izquierdo@condadodehuelva.es



DENOMINACIONES DE ORIGEN
CONDADO DE HUELVA
Y VINAGRE DEL CONDADO DE HUELVA