

**POLS
ECONÒMIC**

Vins i Licors Grau va vendre el 2012 el 10% a través de la xarxa, xifra que vol doblar

Aposta per la venda en línia

SÍLVIA OLLER
Palafrugell

L'empresa distribuïdora de begudes Vins i Licors Grau, amb seu a Palafrugell, preveu incrementar enguany un 50% les vendes a través d'internet. Actualment les comandes en línia d'aquesta empresa familiar, fundada l'any 1977 per Jordi Grau i Maria Dolors Segarra, representen el 10% del total de facturació de la firma, que comercialitza uns dotze milions d'ampolles l'any. La previsió, segons els seus responsables, és incrementar les vendes a través del portal Graonline.com fins al 15%, però bé que els empresaris afirmen que és difícil predir exactament el creixement que pot experimentar enguany aquest canal, que ha sofert increments notables en els darrers anys. El 2009, quan l'empresa va començar a vendre a través de la xarxa, el volum de vendes era de l'1%.

Gran part de les comandes que es fan a través d'internet vénen de diferents punts de Catalunya i l'Estat espanyol, seguida de França. No obstant, l'empresa ven en línia a tot Europa. En total es comercialitzen a través de la xarxa fins a 9.000 referències, entre vins nacionals de més de 60 denominacions d'origen i de més d'una vintena de països d'arreu del món, xampany, cava i vins espumosos, així com altres tipus de begudes alcohòliques –cervesa, rom, tequila, ginebra– o altres productes com begudes energèti-



Una clienta a la botiga que Vins i Licors Grau té a Palafrugell

que l'empresa també vol ampliar l'espai de la vinoteca, que actualment ocupa uns 1.200 metres quadrats, cosa que la converteix en una de les més grans d'Europa. La previsió és incrementar en 400 o 500 metres quadrats l'espai per així poder ampliar també el nombre de referències, al voltant de 150 o 200 més aproximadament. Les obres començarien l'any que ve.

Actualment, les vendes a la bo-

L'empresa té previst ampliar el 2014 l'espai de botiga per poder incloure més referències

tiga representen el 12% del total, mentre que al sector majorista –al canal Horeca (hostaleria, restauració i càtering), així com a botigues especialitzades, petits supermercats o cadenes regionals– representen el 78% del total. Jordi Grau explica que gran part d'aquesta venda majorista se centra a la província de Girona, que suposa pràcticament el 95% del total. Tot i això l'empresa també manté "contactes puntuals" amb clients d'Espanya i països europeus com Holanda, Bèlgica, Alemanya, França, Itàlia, Hong Kong, Japó i la Xina, entre d'altres. Grau preveu que enguany "el canal majorista s'estabilitzarà, però, que en canvi, el canal minorista, sobretot la venda per internet, pujarà".●

ques, oli o vinagre. El 2003, quan es van obrir les noves instal·lacions, que fan uns 15.000 metres quadrats, el nombre de referències era de 4.500.

Consolidar el projecte de venda en línia és un dels reptes que es marca l'empresa per aquest 2013. L'aplicació per a iPhone que es va presentar l'any passat –disponible en català, castellà, anglès i francès– també ajudarà a incrementar els compradors potencials a través de la xarxa. L'enòleg i adjunt a gerència de l'empresa, Jordi Grau Segarra, explica

Un 10% de vins de l'Empordà

■ Els vins de la DO Empordà tenen cada cop més pes en les demandes dels consumidors. El 2012, Vins i Licors Grau va vendre un 10% de vins amb aquesta etiqueta. Jordi Grau Segarra parla d'un "creixement extraordinari" en els darrers anys, fet que atribueix a la varietat de cellers i marques no-

ves i també a l'interès del consumidor final. "Fa cinc o sis anys era impensable aquest percentatge de consum", diu. Al catàleg de productes hi són presents totes les denominacions d'origen i altres indicacions geogràfiques com Vins de la Terra i Vins de Qualitat produïts en una regió determinada.

ACUSTI ENSESA