

## Creació del Grup Operatiu per a l'estratègia de digitalització en el sector vitivinícola

### 01 Resum

La digitalització està transformant tots els sectors de l'economia a Catalunya. Afecta els sectors més intensius en l'ús de tecnologia, com l'industrial, però també a molts altres sectors com poden ser el turisme, l'alimentació i també a el sector vitivinícola català.

Conceptes com inbound *màrqueting*, xarxes socials, *big data*, *internet of things*, intel·ligència artificial o *blockchain*, entre d'altres, estan sobre la taula de molts directius d'empresa sense saber molt bé com assumir-los.

Cal que el sector vitivinícola català afronti la seva transformació digital sense complexos. Un primer pas seria l'elaboració d'una estratègia que coordini les activitats dels principals agents de el sector cap a un objectiu comú: dissenyar i implantar una estratègia amb ADN digital pel sector vitivinícola català.

La present proposta té l'objectiu de crear un grup operatiu que ajudi a dissenyar aquesta estratègia amb ADN digital per aplicar-la a les empreses de el sector vitivinícola català.

El sector es troba actualment en un terme mig pel que fa a digitalització, existint importants diferències entre les empreses amb la variable grandària com a molt rellevant. Els principals dèficits detectats estan en la comunicació entre els diferents actors de la cadena, en viticultura la manca d'automatització de la maquinària i en celler la poca sensorització i presa de dades de les operacions realitzades.

També és molt rellevant les poques dades del consumidor final de la que disposen els elaboradors de vins i escumosos, tasca en la que la digitalització hi pot fer una gran aportació

### 02 Objectius

Els **objectius principals** són:

1. Identificar els reptes i les oportunitats a què ha de fer front el sector vitivinícola català els propers anys, especialment el repte de la seva transformació digital.
2. A partir d'aquesta identificació, posar les bases per a una estratègia amb ADN digital que permeti un sector rendible econòmicament, sostenible, respectuós amb el medi ambient, i capaç de fer propostes innovadores.
3. Fomentar la cooperació entre els diferents agents de la cadena de valor per tal d'enfortir el posicionament del sector vitivinícola català davant la competència d'altres zones productores.
4. Fomentar la innovació en tota la cadena de valor del sector vitivinícola català.

**Objectius secundaris:**

Amb la consecució dels objectius principals es posaran les bases per assolir els següents objectius:

1. Posar els fonaments perquè les empreses de sector puguin desenvolupar nous models de negoci basant-se en un millor coneixement de l'consumidor.
2. Desenvolupar la multicanalitat (múltiples canals de venda en línia i presencial) i les tècniques de màrqueting associades.
3. Desenvolupar les tècniques anomenades "agricultura de precisió" que augmentin la productivitat, la qualitat i disminueixin els costos.

4. Augmentar l'atractiu de l'món rural fomentant el creixement de les empreses del sector arrelades al territori.

### 03 Conclusions

- Les empreses de el sector vitivinícola encara treballen molts processos en suport de paper, utilitzen freqüentment un full d'Excel, aprofiten l'email o el WhatsApp per a la comunicació, i en alguns casos encara es fa servir la trucada telefònica per coordinar els lliuraments de raïm a la celler. Després de l'avaluació de les entrevistes, i de valorar l'ús d'eines digitals, podem concloure que **el sector està en el nivell 2,5 de transformació digital, en una escala de 0 a 5.**
- Hem detectat que la interfície **entre viticultors i cellers** és la part **menys digitalitzada** de la cadena de valor.
- En vinya cal un esforç important en la sensorització i automatització de la maquinària via IoT, que millori la seva eficiència i eficàcia i redueixi impactes ambientals. També es rellevant el poc ús de la digitalització en la gestió i en la presa de decisions a partir de big data.
- Al celler, les tasques de producció que utilitzen màquines, observem que algunes, principalment les grans, tenen el seu propi sistema de control, com a molt tenen un SCADA per visualitzar el procés. Però **la gran majoria procedeix de l'època abans de l'IOT, i no estan connectades a altres sistemes de l'empresa.**
- Tot i que les empreses del sector utilitzin programari i maquinària, observem que **la seva integració amb altres sistemes corporatius està en un nivell baix.**
- El màrqueting i les vendes del sector **estan molt enfocats a la transacció i no en la relació amb el client.** No obstant això, en el present, que ja és digital, les empreses que tenen millor relació amb els seus clients, és a dir, que tenen el màxim de dades sobre els seus clients, tenen un avantatge competitiu en el sector.
- El sector de **HORECA** i de distribució està en la transició a un model de centricitat al client i en l'experiència de client basat en dades. Tots els actors que dominen la interfície entre client i les empreses, **dominen a les empreses que no tinguin accés a les dades dels clients.**
- El sector dels vins i escumosos corre **el perill que el sector de HORECA i el retail es quedin amb les dades** dels clients mitjançant l'ús d'eines digitals, com poden ser les APP de fidelització, els CRM, el comerç en línia, o bé per altres eines digitals. Per evitar acabar com un mer proveïdor de producte a aquests jugadors, **el sector de vi i escumosos de començar a prendre les regnes en el tema de conèixer bé a consumidor.**
- Si el sector vol treballar amb ADN digital cal tenir sempre en compte la següent seqüència: **registre de les dades (un cop) -> emmagatzematge de les dades en una ubicació -> anàlisi de les dades -> preparació de les dades per a diferents usos presentació de les dades per a diferents usos -> presa de decisions basat en dades per a diferents nivells a l'empresa.** Així cal traçar, preparar, planificar i executar els projectes que implantin l'ADN digital a tota la cadena de valor de el sector.
- En general, **la innovació de les empreses de el sector està enfocada a la qualitat del producte** i la millora dels processos de la vinya i de l'elaboració de el vi. És una innovació incremental, que busca introduir maquinària més eficient, més moderna, però no va més enllà de "renovar-se" o arribar en

algun cas a fer servir la "millor tecnologia disponible" al mercat. El sector ha de digitalitzar-se per poder innovar millor. **En l'era digital, digitalització i innovació van de la mà, no s'entén una sense l'altra.**

#### 04 Líder del Grup Operatiu

ENTITAT: ASSOCIACIÓ AEI INNOVI

E-MAIL DE CONTACTE: emontcada@innovi.cat

#### 05 Àmbit/s temàtic/s d'aplicació

- Sistema de producció agrària
- Pràctica agrària
- Equipament i maquinària agrària
- Ramaderia i benestar animal
- Producció vegetal i horticultura
- Paisatge / Gestió del territori
- Control de plagues i malalties
- Fertilització i gestió dels nutrients
- Gestió del sòl
- Recursos genètics
- Silvicultura
- Gestió de l'aigua
- Clima i canvi climàtic
- Gestió energètica
- Gestió de residus i subproductes
- Gestió de la biodiversitat i del medi natural
- Qualitat alimentària / processament i nutrició
- Cadena de subministrament, màrqueting i consum
- Competitivitat i diversificació agrària i forestal
- General

#### 06 Àmbit/s territorial/s d'aplicació

PROVINCIA/ES	COMARCA/QUES
TOTA CATALUNYA	TOTA CATALUNYA

#### 07 Difusió del projecte (publicacions, jornades, multimèdia, pàgina web...)

- 22/10/20 – Jornada de presentació dels resultats preliminars i recollida d'inputs del sector
- Creació del lloc web: <https://www.innovi.cat/digicell/>
- Difusió mitjançant Newsletter el dia 20/10/20 entre els socis d'INNOVI

#### 08 Altra informació del projecte

DATES DEL PROJECTE	PRESSUPOST APROVAT
Data d'inici (mes-any): maig 2020	Pressupost total: 14.223,00€
Data final (mes-any): setembre 2020	Finançament DARP: 5.674,98€
Estat actual: Executat	Finançament UE: 5.674,98€
	Finançament propi: 4.266,90€

## Amb el finançament de:

---

Projecte finançat a través de l'Operació 16.01.01 (Cooperació per a la innovació) a través del Programa de desenvolupament rural de Catalunya 2014-2020.

*Ordre ARP/133/2017, de 21 de juny, per la qual s'aproven les bases reguladores dels ajuts a la cooperació per a la innovació a través del foment de la creació de grups operatius de l'Associació Europea per a la Innovació en matèria de productivitat i sostenibilitat agrícoles i la realització de projectes pilot innovadors per part d'aquests grups, i Resolució ARP/1531/2019, de 28 de maig, per la qual es convoquen els corresponents a 2019.*



Generalitat de Catalunya  
**Departament d'Agricultura,  
Ramaderia, Pesca i Alimentació**



**Fons Europeu Agrícola  
de Desenvolupament Rural:**  
Europa inverteix en les zones rurals