

BARÒMETRE CATALÀ SOBRE CONSUM I VIVÈNCIES VERS EL VI

4^a onada - 2025

Estudi realitzat per



INCAVI

Institut Català de la Vinya i el Vi

INDEX

1. Introducció
2. Freqüència de consum de vi entre la població catalana (18-65 anys)
3. Presència del vi català en el record de consum
4. Tendències en la compra de vi
5. Convivència del vi amb altres begudes
6. Vivències relacionades amb el vi
7. La comunicació del valor del vi català
8. Síntesi
9. Annex





1. Introducció

2. Freqüència de consum de vi entre la població catalana (18-65 anys)
3. Presència del vi català en el record de consum
4. Tendències en la compra de vi
5. Convivència del vi amb altres begudes
6. Vivències relacionades amb el vi
7. La comunicació del valor del vi català
8. Síntesi
9. Annex

Introducció

El valor de ser un estudi públic i compromès.

La primera onada d'aquest Baròmetre català sobre consum i vivències amb el vi, l'any 2019, va ser una aposta valenta de 6 Denominacions d'Origen de Catalunya que veien necessari complementar altres estudis que es fan sobre consum del vi, amb un estudi centrat en els hàbits i les opinions del conjunt de la població catalana entre 18 i 65 anys. La segona onada, l'any 2022, l'INCAVI com institució en va assumir el gruix, i en la tercera i aquesta quarta onada (el 2023 i 2025 respectivament) n'ha mantingut el compromís.

La persistència fa augmentar el valor del coneixement.

En cada onada s'han mantingut algunes qüestions per poder copsar-ne l'evolució, i se n'han afegit de noves, o s'han preguntat de maneres diferents per veure'n diferents dimensions. A grans trets, en la primera onada, es van voler fixar els pilars bàsics d'anàlisi. En la segona onada, es van analitzar amb més profunditat les Denominacions i el comportament territorial. En la tercera onada, es va aprofundir en el valor del vi català en termes de projecció d'imatge, de segment de consum, de motivacions i desmotivacions. En aquesta quarta onada, hem volgut entendre quines són les motivacions que hi ha al darrere de la elecció d'un vi, quin és el pes del vi sense alcohol, què busquen els compradors quan acudeixen a cada canal de compra així com el pes de la sostenibilitat a la categoria.

Posant en valor la utilitat, el rigor, la senzillesa i la transparència.

I seguim creient en el valor que tenen les dades treballades amb la pretensió de ser útils, transparents, accessibles, sintètiques per a qui només vulgui fer-ne una ullada, i alhora aportant detall per a qui vulgui submergir-se. La continuïtat fa que aquest estudi, senzill i rigorós, sigui cada vegada més robust. Com des del primer dia que ens vam posar a treballar per fer realitat un Baròmetre, com tenen tants altres sectors, volem que contribueixi a enfortir el món del vi a Catalunya. Ens agradarà saber si hem assolit el propòsit. Novament, moltes gràcies per la vostra confiança!

Target

Ens hem adreçat a homes i dones de 18 a 65 anys residents a Catalunya i distribuïts de manera representativa segons dades poblacionals en termes de gènere, edat i regió (IDESCAT 2025).

Mostra i error mostral

S’han realitzat un total de 1.000 entrevistes, el que suposa un error mostral de $\pm 3,1\%$ per casos de màxima indeterminació ($p=q=50\%$, és a dir, quan el percentatge a comparar entre dos grups és del 50% en tots dos casos).

Recollida de la informació

La recollida de la informació ha estat a través d’enquesta online amb el panel de Netquest, d’una durada entre 15 i 18 minuts i molt similar a nivell de preguntes a la d’onades anteriors per permetre la comparabilitat. Com a anteriors onades, s’ha exclòs a aquelles persones que haguessin participat a les onades anteriors.

El treball de camp s’ha realitzat entre el 30 de juny i el 8 de juliol del 2025.

Ponderació

De cara a evitar alguna petita desviació a la mostra, aquesta ha estat ponderada per gènere, edat i regió fins arribar als percentatges exactes a nivell poblacional.

Distribució de la mostra per variables demogràfiques:

	Número enquestes	Error mostral
Homes	500	$\pm 4,4$
Dones	500	$\pm 4,4$
18 a 30 anys	215	$\pm 6,7$
31 a 45 anys	324	$\pm 5,4$
46 a 65 anys	461	$\pm 4,6$
Barcelona	714	$\pm 3,7$
Girona	112	$\pm 9,2$
Lleida	58	$\pm 12,9$
Tarragona	116	$\pm 9,1$
Total	1.000	$\pm 3,1$

Distribució geogràfica

S'han enquestat persones de 208 municipis (ordre per volum i alfabètic)

Lleida	Alcoletge
Balaguer	Almenar
Tàrrrega	Benavent de Segrià
Alcarràs	Borges Blanques (Les)
Almacelles	Linyola
Cervera	Sant Guim de Freixenet
Juneda	Sidamon
Mollerussa	Solsona
Seu d'Urgell (La)	Vall de Boí (La)
Aitona	Vielha e Mijaran
Albesa	

Tarragona	Espluga de Francolí (L')
Reus	Montbrió del Camp
Vendrell (El)	Perelló (El)
Cambrils	Pobla de Mafumet (La)
Tortosa	Sant Carles de la Ràpita
Mont-roig del Camp	Sant Jaume dels
Salou	Domenys
Vila-seca	Secuita (La)
Valls	Torredembarra
Calafell	Ulldecona
Sénia (La)	Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant
Alcover	
Montblanc	
Móra d'Ebre	
Albinyana	
Alcanar	
Altafulla	
Amposta	
Ascó	
Banyeres del Penedès	
Cabra del Camp	
Creixell	
Cunit	



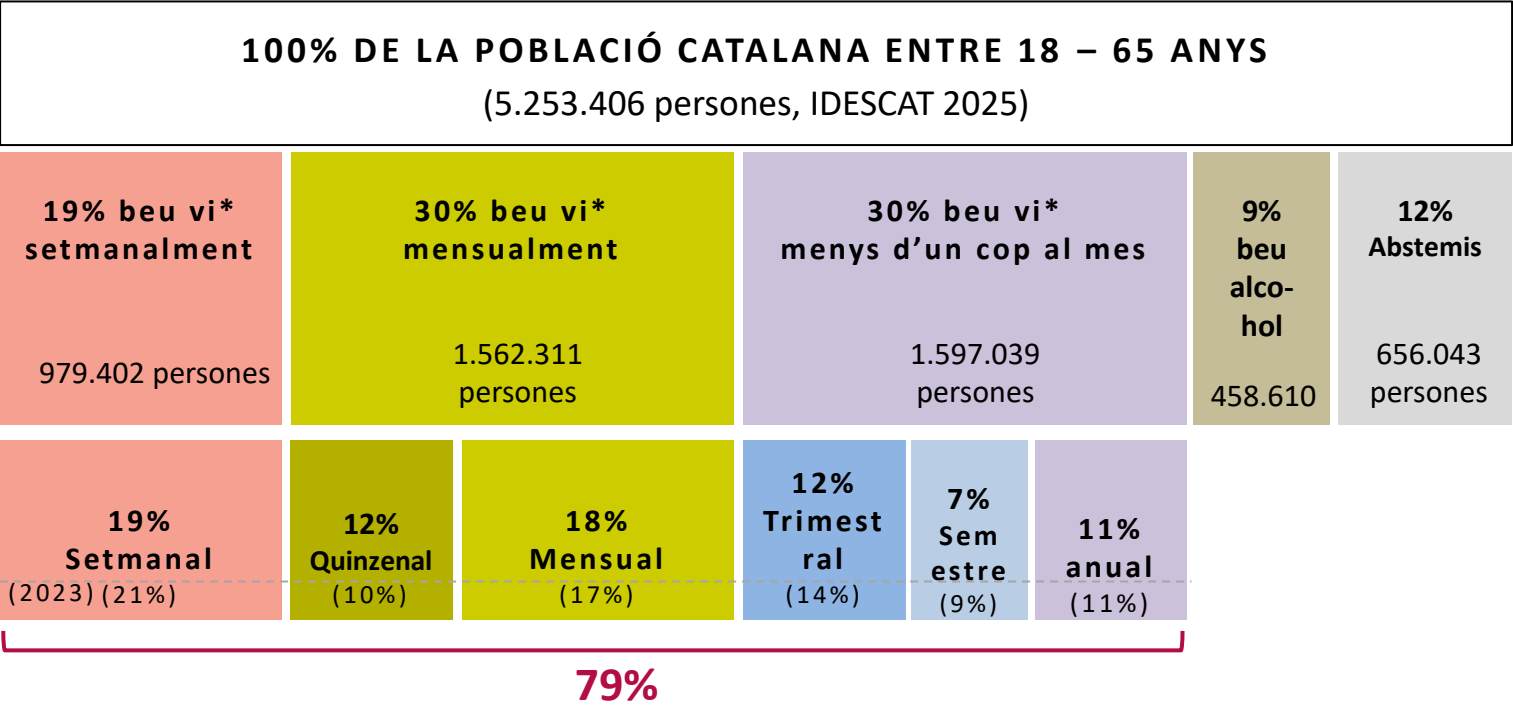
Girona	Lloret de Mar	Llagostera
Figueres	Roses	Llers
Blanes	Sant Gregori	Navata
Olot	Sils	Ordís
Salt	Tossa de Mar	Palamós
Bisbal d'Empordà (La)	Vidreres	Port de la Selva (El)
Banyoles	Vilafant	Puigcerdà
Calonge	Anglès	Ribes de Freser
Maçanet de la Selva	Avinyonet de Puigventós	Riells i Viabrea
Palafrugell	Cassà de la Selva	Sant Jaume de Llierca
Ripoll	Cellera de Ter (La)	Santa Coloma de Farners
Sant Feliu de Guíxols	Celrà	Santa Cristina d'Aro
Sant Julià de Ramis	Corçà	Torroella de Montgrí
Bescanó	Hostalric	Vilablareix
Castell-Platja d'Aro	Lladó	Vilobí d'Onyar

Barcelona	Barberà del Vallès	Cabrils	Argençola	Rellinars
Hospitalet de Llobregat (L')	Castellar del Vallès	Esparreguera	Artés	Roca del Vallès (La)
Sabadell	Cubelles	Esplugues de Llobregat	Balsareny	Rupit i Pruit
Terrassa	Gavà	Garriga (La)	Cabrera de Mar	Sant Adrià de Besòs
Badalona	Montcada i Reixac	Gelida	Caldes de Montbui	Sant Andreu de Llavaneres
Santa Coloma de Gramenet	Olesa de Montserrat	Gironella	Caldes d'Estrac	Sant Celoni
Rubí	Sant Andreu de la Barca	Llagosta (La)	Callús	Sant Esteve Sesrovires
Cornellà de Llobregat	Tordera	Malgrat de Mar	Canovelles	Sant Feliu de Codines
Vilanova i la Geltrú	Argentona	Martorell	Canyelles	Sant Feliu de Llobregat
Mollet del Vallès	Badia del Vallès	Molins de Rei	Cardedeu	Sant Martí de Centelles
Granollers	Berga	Montgat	Castellbisbal	Sant Quirze de Besora
Igualada	Calella	Montornès del Vallès	Centelles	Santa Margarida de Montbui
Prat de Llobregat (El)	Cerdanyola del Vallès	Navarcles	Folgueroles	Santpedor
Sant Boi de Llobregat	Corbera de Llobregat	Olivella	Fonollosa	Sitges
Manresa	Masnou (El)	Palafolls	Granada (La)	Taradell
Vilafranca del Penedès	Piera	Premià de Mar	Lliçà de Vall	Vilanova del Camí
Castelldefels	Sant Cugat del Vallès	Sant Antoni de Vilamajor	Llinars del Vallès	Vilanova del Vallès
Mataró	Sant Joan Despí	Sant Pere de Ribes	Masquefa	Vilassar de Mar
Santa Perpètua de Mogoda	Sant Vicenç de Castellet	Sant Quirze del Vallès	Mediona	
Pineda de Mar	Sant Vicenç dels Horts	Sant Sadurní d'Anoia	Montesquiu	
Ripollet	Vallirana	Torelló	Palma de Cervelló (La)	
Vic	Viladecans	Abrera	Polinyà	
	Vilassar de Dalt	Arenys de Mar	Puig-reig	



1. Introducció
- 2. Freqüència de consum de vi entre la població catalana (18-65 anys)**
3. Presència del vi català en el record de consum
4. Tendències en la compra de vi
5. Convivència del vi amb altres begudes
6. Vivències relacionades amb el vi
7. La comunicació del valor del vi català
8. Síntesi
9. Annex

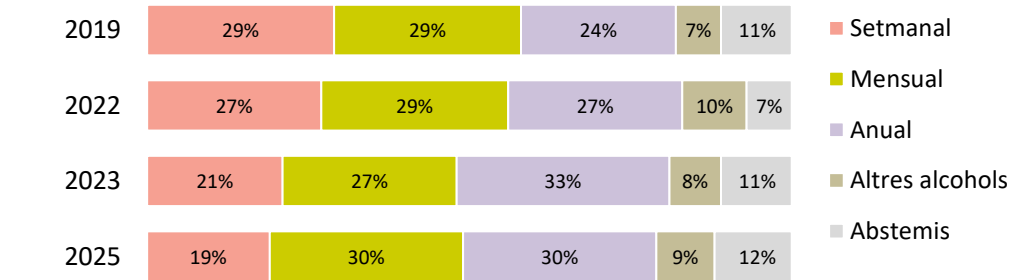
Quina proporció de població catalana beu vi i amb quina freqüència?



Actualment, el 79% de la població catalana entre 18 i 65 anys beu vi almenys 1 cop l'any. Aquesta proporció representa un total de 4.138.752 persones, segons dades d'IDESCAT. Tot i que encara es manté estable des de la 1ª onada del Baròmetre el 2019, es percep una lleugera tendència a la baixa en el consum (d'un 82% al 2019 a un 79% al 2025).

Respecte al 2019...

- Baixa 10 punts la proporció de persones que beuen vi habitualment (almenys un cop per setmana): d'un 29% el 2019 a un 19% el 2025.
- Augmenta la proporció de qui beu vi menys d'un cop al mes: d'un 24% (2019) a un 30% (2025).
- Es manté estable la proporció de qui beu vi ocasionalment (1-2 vegades al mes), de qui no beu vi però beu alcohol i de les persones abstèmies.



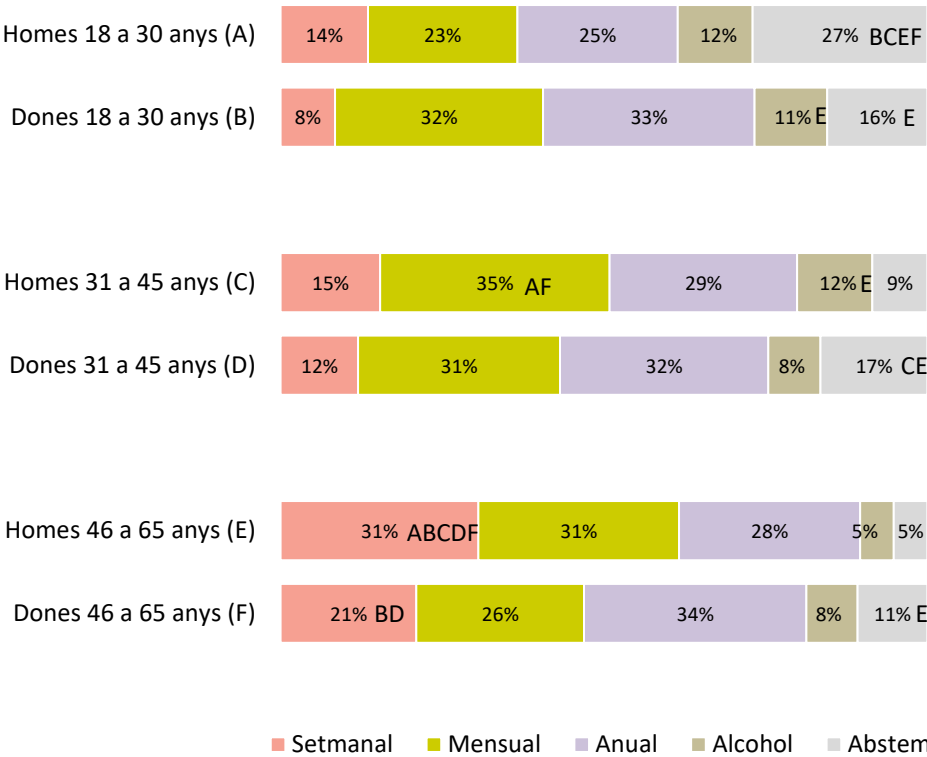
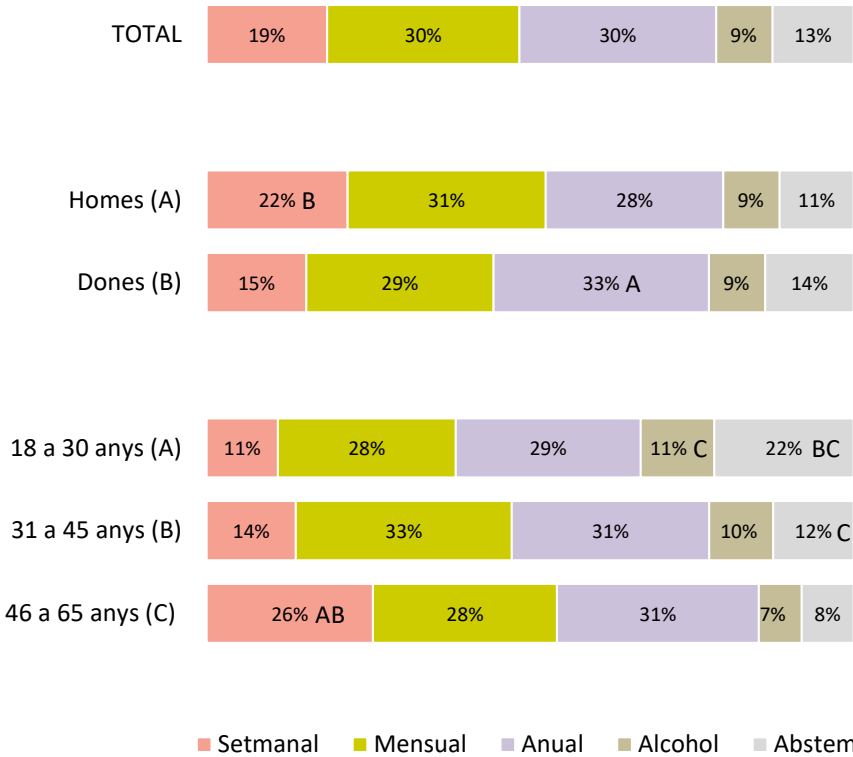
Base per als 4 anys: Població total (n=1.000; 100%; ±3%)

P6: Amb quina freqüència beus els següents tipus de begudes?
* Vi negre, blanc, rosat, escumós o cava (no inclou vi amb baix contingut d'alcohol i vi sense alcohol per permetre la comparabilitat respecte a onades anteriors)
Baròmetre català de consum del vi (4ª onada, 2025)

Diferències per gènere i edat en la freqüència de consum de vi



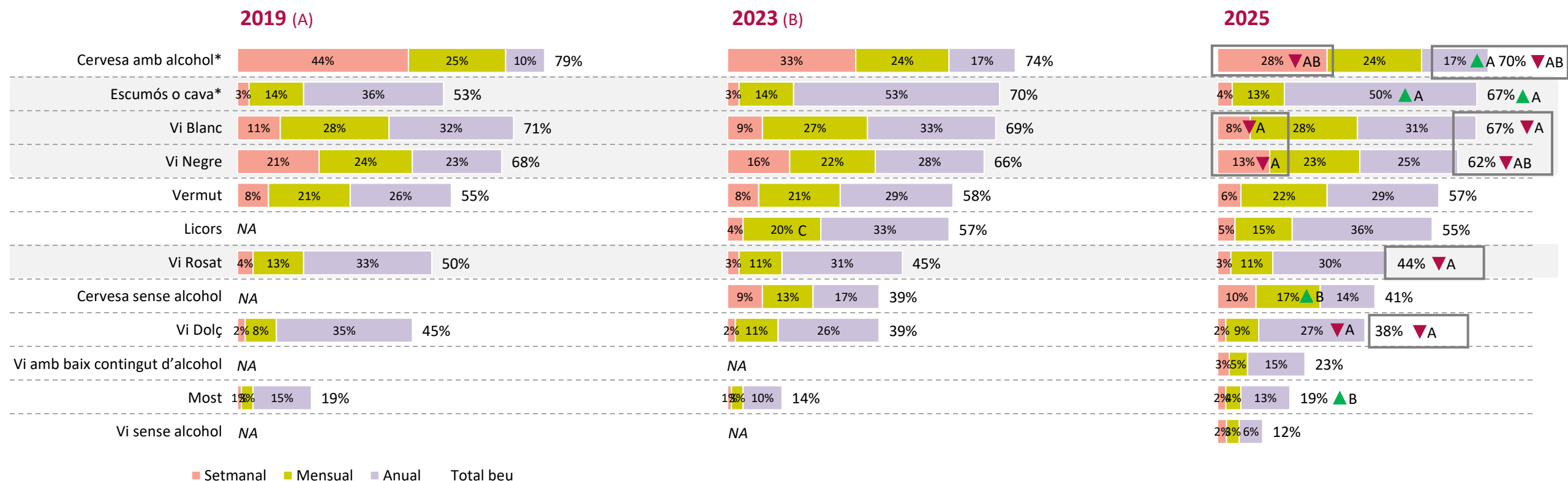
- Tal com s’ha vist a onades anteriors, existeixen diferències significatives entre grups, tant de gènere com d’edat: **els homes beuen vi més freqüentment que les dones** i, d’altra banda, **les generacions més grans (46 a 65 anys) beuen vi també més freqüentment que les generacions més joves (18 a 45 anys)**. Dins dels dos trams més joves, tot i que no hi ha diferències entre els que beuen vi més freqüentment, sí que hi ha una **proporció més alta d’abstemis entre la generació Z (18 a 30 anys) respecte els Millennials (31 a 45 anys)**
- Creuant gènere per edat, s’observa que les diferències més grans estan entre els homes: **els homes de 18 a 30 anys és clarament el grup més abstemi** (respecte els homes d’altres grups d’edat i respecte a les dones de la seva pròpia edat) i **els homes de 46 a 65 anys són els que beuen vi més freqüentment**, respecte a qualsevol altre grup, tot i que les **dones de la mateixa edat destaquen també en beure amb més freqüència** que les dones de la generació Z i les Millennials.



P6: Amb quina freqüència beus els següents tipus de begudes?
* Vi negre, blanc, rosat, escumós o cava (no inclou vi amb baix contingut d'alcohol i vi sense alcohol per permetre la comparabilitat respecte a onades anteriors)
A/B/C/... Mostra diferències significatives entre grups
Baròmetre català de consum del vi (4ª onada, 2025)

Com evoluciona la freqüència de consum de les diferents begudes?

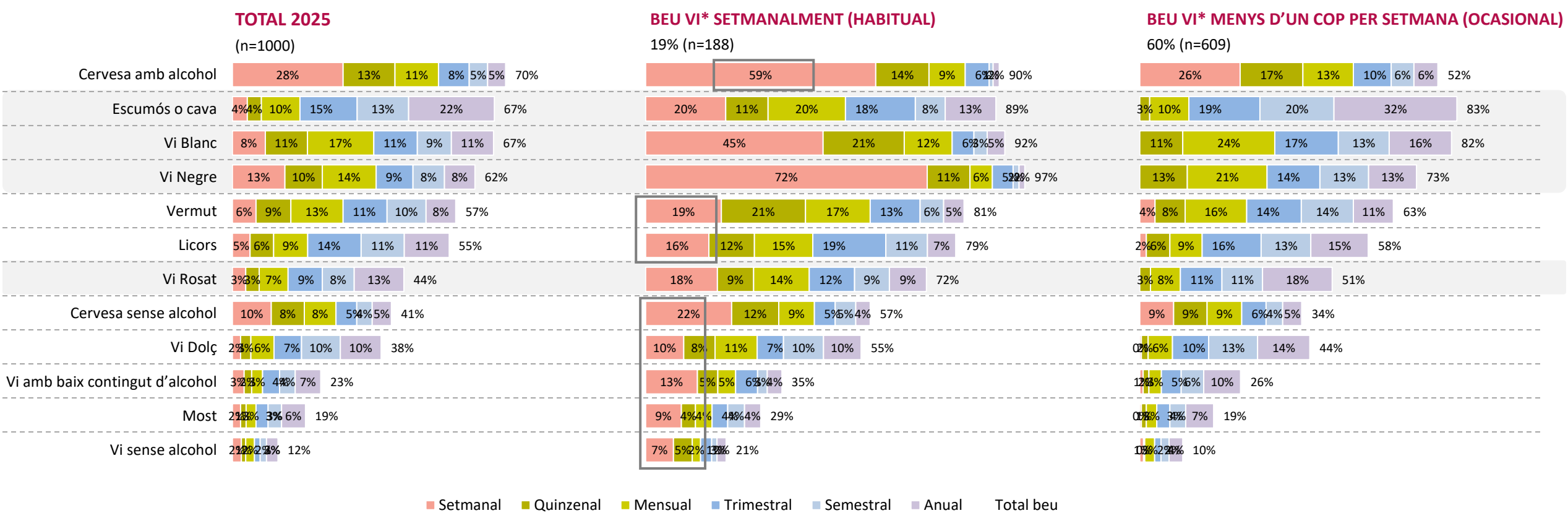
- Tenint en compte que un 79% de les persones entre 18 i 65 anys beuen vi, **desglossem els diferents tipus de vi** juntament amb altres begudes i contrastem l'evolució en les freqüències de consum del 2019 (1ª onada), el període anterior (2023 - 3ª onada) i el període actual (2025).
- S'observa que les begudes més populars (cervesa amb alcohol, **vi blanc i vi negre**) **experimenten en els últims anys una baixada entre els consumidors setmanals**, incrementant-se els esporàdics en el cas de la cervesa amb alcohol o **reduint-se la proporció de consumidors** en el cas de vi blanc i vi negre, així com també en el cas de la cervesa.
- Respecte al 2019 es manté la **davallada en el percentatge de consumidors de vi rosat** (d'un 50% al 2019 a un 44% al 2025) i al **vi dolç** (d'un 45% a un 38%)



P6: Amb quina freqüència beus els següents tipus de begudes?
* 2019 només vam preguntar per "Cervesa" (no diferenciàvem entre cervesa amb alcohol i sense alcohol) i "Escumós" (vam incloure "Cava" al 2023)
▲ ▼ A/B Mostra diferències significatives del 2025 respecte al 2019 (A) o al 2023 (B)
Baròmetre català de consum del vi (4ª onada, 2025)

Diferències de consum entre els consumidors habituals i els ocasionals de vi

- Observant la **frequència desagregada** entre els que consumeixen vi habitualment vs. els ocasionals, veiem una **alta correlació amb la resta de begudes: aquells que consumeixen vi freqüentment consumeixen també amb major freqüència altres begudes** com cervesa, vermut, licors o fins i tot vi amb baix contingut d'alcohol o vi sense alcohol, totes dues begudes incorporades en aquesta 4ª onada. Passa el mateix amb el consum global de les begudes: és més alt entre els consumidors habituals de vi que entre els ocasionals, en totes les begudes, els quals fan un consum més moderat.



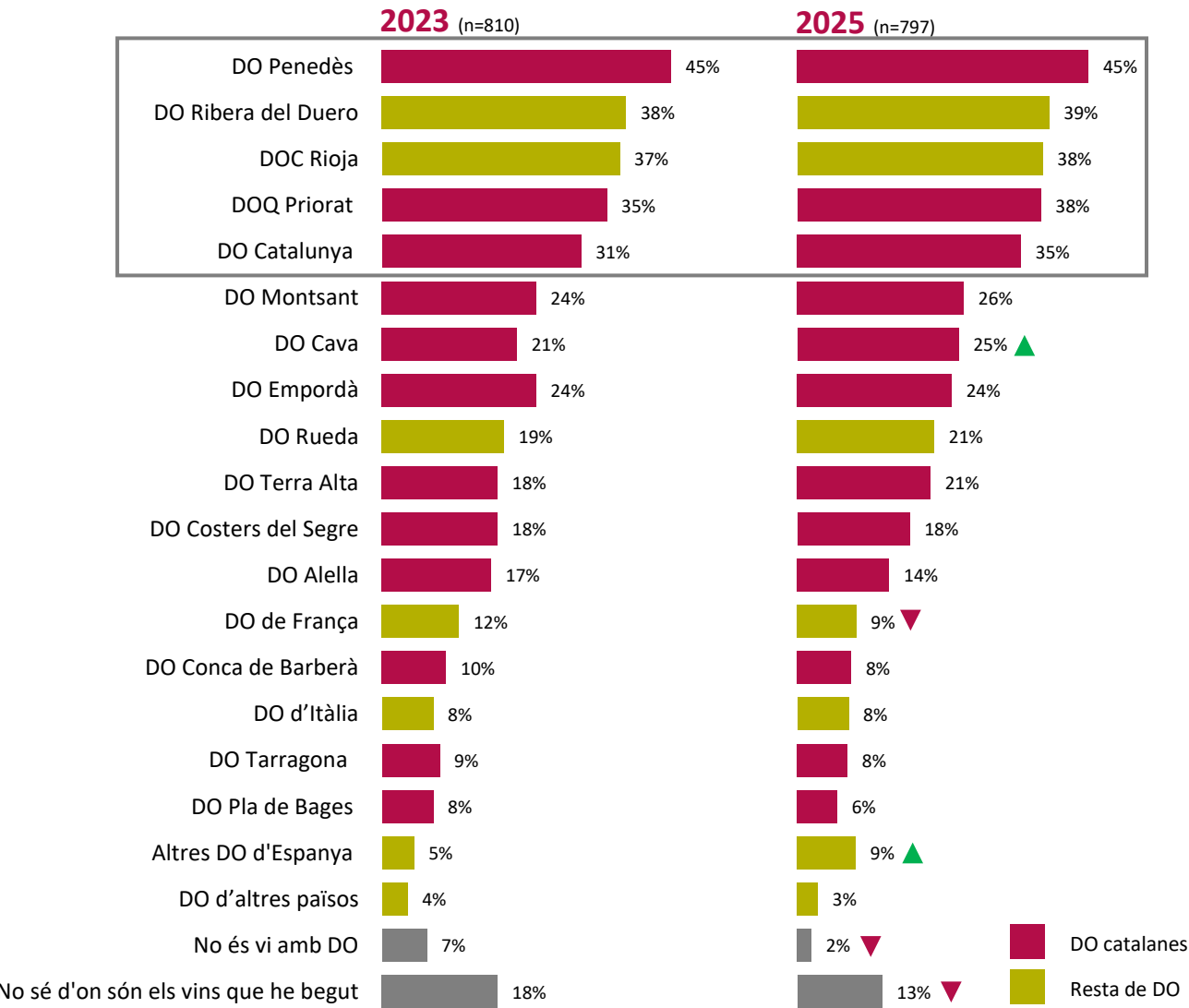
P6: Amb quina freqüència beus els següents tipus de begudes?
* Vi negre, blanc, rosat, escumós o cava (no inclou vi amb baix contingut d'alcohol i vi sense alcohol per permetre la comparabilitat respecte a onades anteriors)
Baròmetre català de consum del vi (4ª onada, 2025)



1. Introducció
2. Freqüència de consum de vi entre la població catalana (18-65 anys)
- 3. Presència del vi català en el record de consum**
4. Tendències en la compra de vi
5. Convivència del vi amb altres begudes
6. Vivències relacionades amb el vi
7. La comunicació del valor del vi català
8. Síntesi
9. Annex

DO de les que recorden haver begut vi en l'últim any

Base: Beu vi almenys un cop l'any



- Les principals DO de les que recorden haver begut vi en l'últim any (consumidors habituals i ocasionals de vi) es mantenen respecte a la onada anterior, encapçalant la llista la DO Penedès, seguit de Ribera del Duero, Rioja, Priorat i Catalunya. En aquest sentit, gairebé la meitat dels que beuen vi almenys un cop l'any, declaren haver consumit DO Penedès en els últims 12 mesos.
- Puja respecte al 2023 el consum de la DO Cava, mentre que baixa el consum de la DO de França
- Tal com ja veiem a la onada anterior, tot i que la mitjana de DO diferents que recorden haver begut en l'últim any és de 4,0 DO, aquesta varia en funció de la freqüència de consum: mentre els que consumeixen setmanalment beuen una mitjana de 5,9 DOs, els que consumeixen anualment en beuen 2,2.

Mitjana DO recorden haver begut

Total beuen vi	4,0
Setmanal	5,9
Mensual	4,5
Anual	2,2

Altres DO o zones d'Espanya mencionades (més d'1 cop i per volum de mencions):

Somontano, Albariño, Castilla La Mancha, Andalucía, Cariñera, Extremadura, Galicia, Valdepeñas, Toro, Aragón, Castilla y León, Jumilla, Canarias, Madrid, Castilla, Rias Baixas.

Altres DO estrangeres mencionades (més d'1 cop i per volum de mencions):

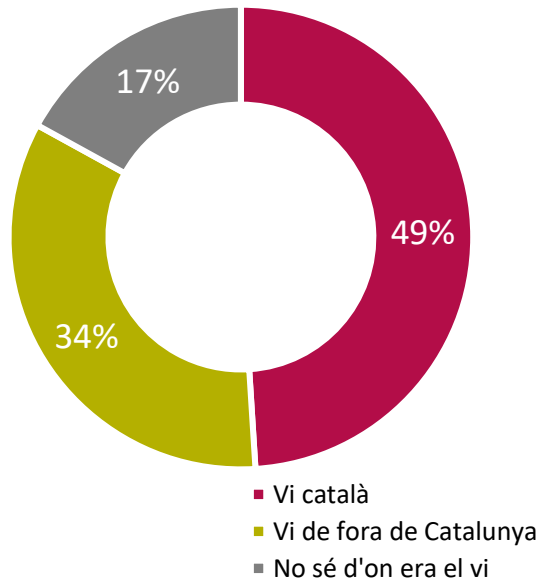
Argentina, Alemanya, Xile, Bordeus, Austràlia, Uruguai, Sudàfrica, Malbec, Portugal.

P14: De quines Denominacions d'Origen has begut algun vi en l'últim any (últims 12 mesos)?
▲ ▼ Mostra diferències significatives del 2025 respecte al 2023
Baròmetre català de consum del vi (4ª onada, 2025)

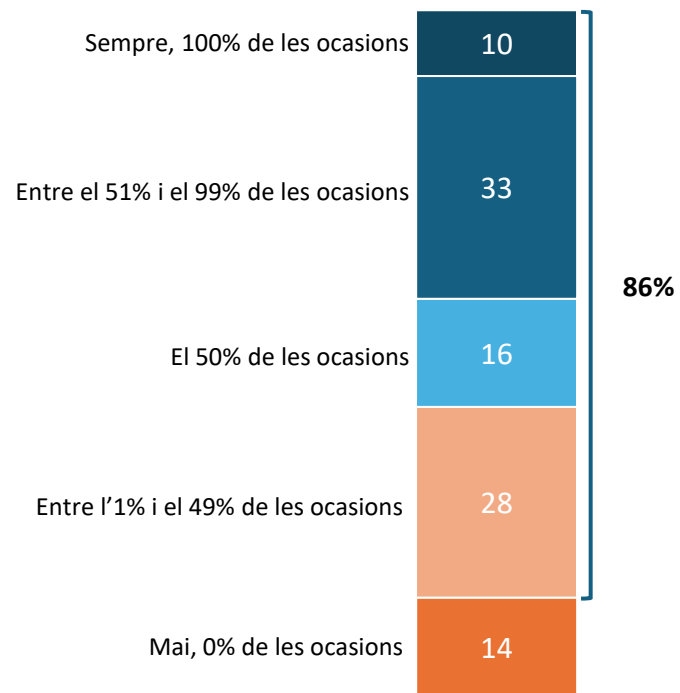
Proporció consum vi català



Proporció vegades beu vi català vs. fora



Vegades beu vi català



- El 86% de qui beu vi almenys un cop l'any recorda haver begut algun vi català en les últimes 10 ocasions que ha begut vi, mentre que el 14% no n'ha begut cap.
- D'altra banda, el 42% n'ha begut en més del 50% de les ocasions on beu vi.
- De mitjana, en el 49% de les ocasions beuen vi català, en el 34% beuen vi de fora de Catalunya i en el 17% de les ocasions no saben d'on és el vi que beuen.
- Tot i que no s'observen diferències en el consum de vi català, el **desconeixement** sobre la procedència del vi és superior entre les **dones** (el 20% de les vegades no saben d'on és el vi, respecte al 14% entre els homes), els **joves** (el 25% de les vegades no saben d'on és el vi, respecte el 13% entre 46 i 65 anys) i entre els **consumidors esporàdics** (el 27% de les vegades que beuen vi, no saben d'on és, respecte el 12% dels ocasionals (almenys 1 cop al mes) i 8% dels habituals (setmanals)).

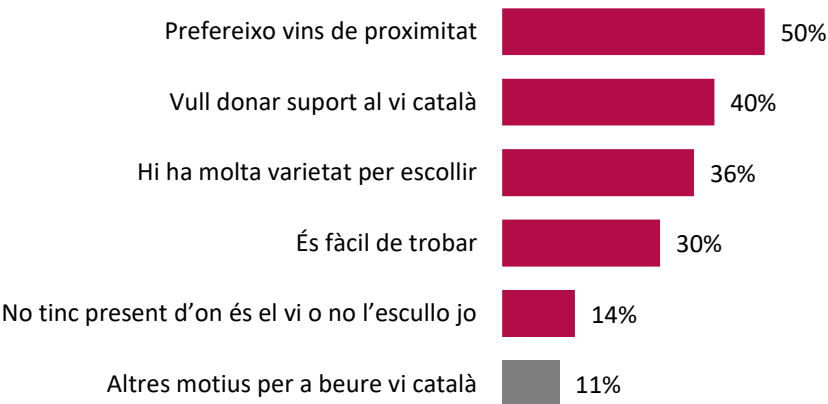
Base: Beu vi almenys un cop l'any (n=797)
P35: De les últimes 10 ocasions on has begut vi, podries dir en quantes ocasions era vi català o vi de fora de Catalunya?
Baròmetre català de consum del vi (4ª onada, 2025)

Motius i barreres al consum de vi català

- **Aquells que consumeixen vi català** en almenys 1 ocasió de cada 10, ho fan per **preferència cap als vins de proximitat**, per donar **suport al vi català** i perquè hi ha molta varietat on escollir. Aquests 3 motius estan més presents entre aquells que consumeixen vi català en més de la meitat d'ocasions, mentre entre aquells on el consum del vi català és inferior, augmenta els que diuen que no ho tenen present o no l'escullen.
- **Aquells que no consumeixen vi català**, es deu principalment a **no tenir present d'on és el vi o no escollir-lo**. 1 de cada 4 d'aquest 11% que no beu vi català, declara preferir vins d'altres regions.

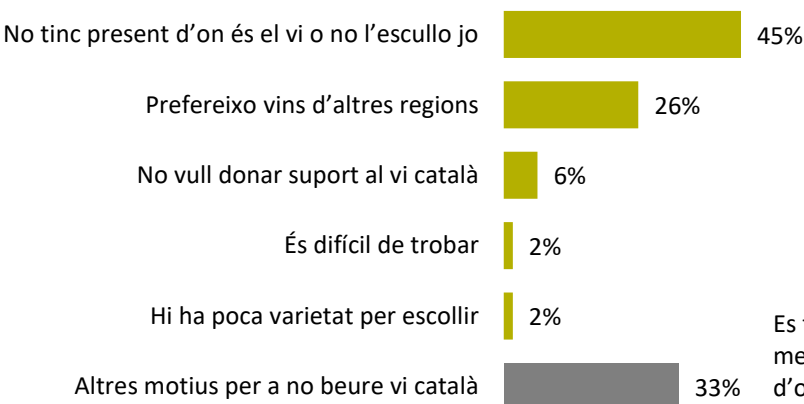
Base: Beu vi català (n=690; 68%)

Motius beu vi català



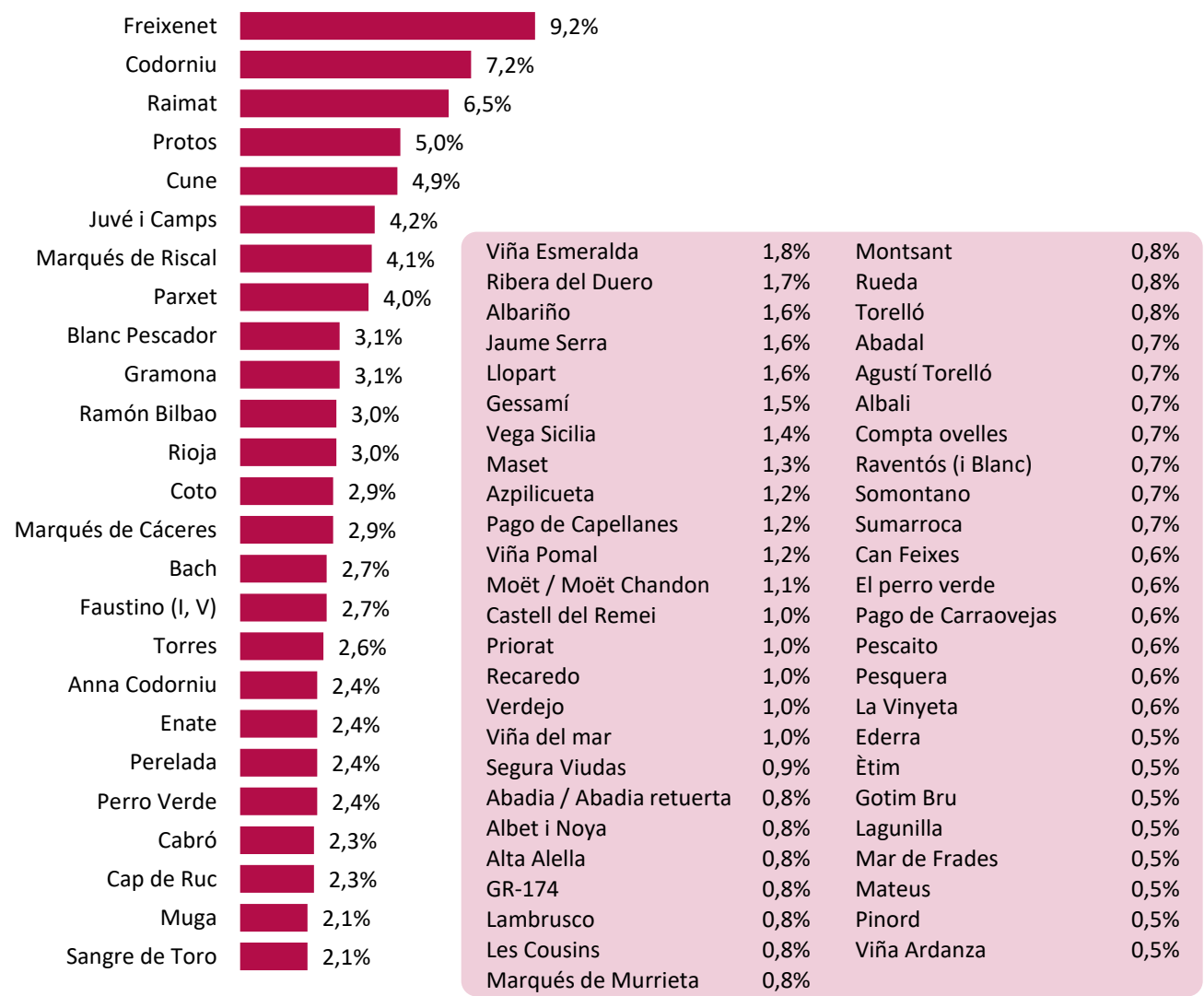
Base: No beu vi català (n=117; 11%)

Motius no beu vi català

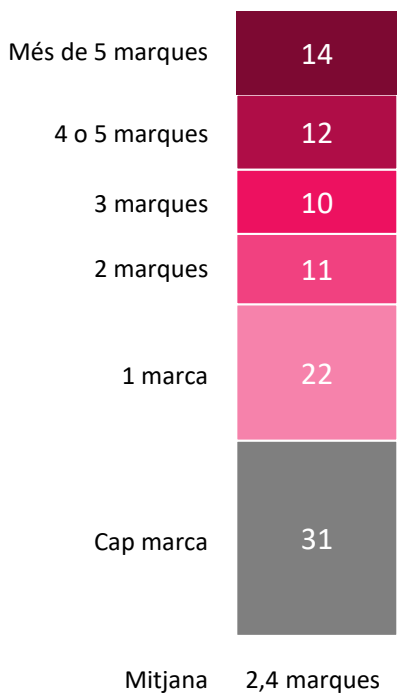


Es tracta de persones que beuen vi menys d'un cop al mes (76%) i no saben d'on és el vi que consumeixen, per tant no és que no beguin vi català, sinó que no saben d'on és.

Record de marques o cellers han comprat o begut vi en les últimes ocasions



- Quan preguntem de manera espontània per el nom, la marca o el nom del celler dels vins, vins escumosos o caves comprats o beguts últimament, s'observa una **gran dispersió de marques**.
- **Freixenet, Codorniu, Raimat, Protos i Cune són les marques que encapçalen la llista**, seguit de Juvé i Camps, Marqués de Riscal i Parxet.
- **De mitjana, es coneixen 2,4 marques**, tenint en compte que gairebé 1 de cada 3 que beu vi almenys un cop l'any no li ve al cap, cap marca de forma espontània.

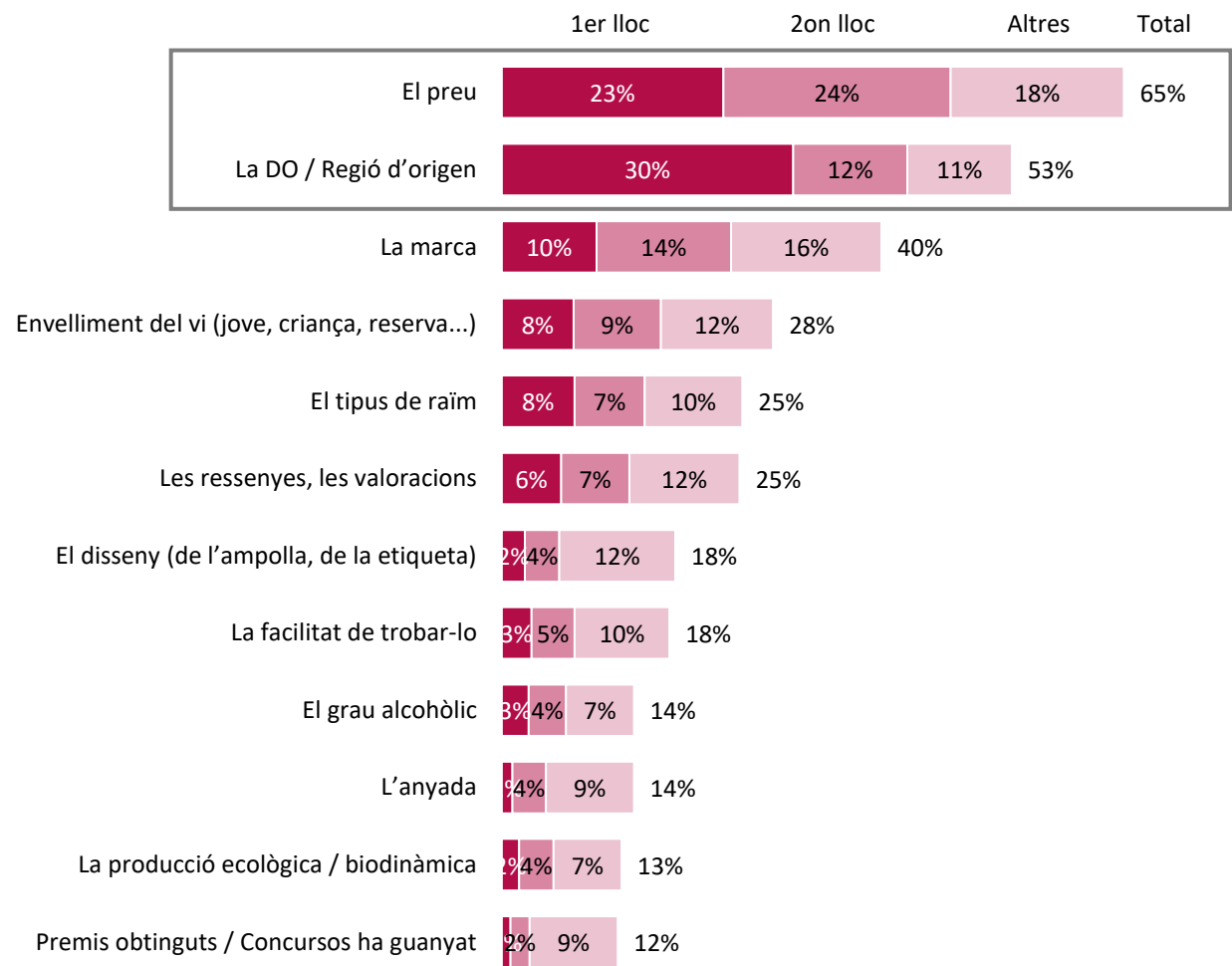


Base: Beu vi almenys un cop l'any (n=797)
P15: Recordes el nom, la marca o el nom del celler de 10 vins, vins escumosos o caves que has comprat o begut últimament?
Baròmetre català de consum del vi (4ª onada, 2025)



1. Introducció
2. Freqüència de consum de vi entre la població catalana (18-65 anys)
3. Presència del vi català en el record de consum
- 4. Tendències en la compra de vi**
5. Convivència del vi amb altres begudes
6. Vivències relacionades amb el vi
7. La comunicació del valor del vi català
8. Síntesi
9. Annex

Aspectes més importants en la tria d'un vi

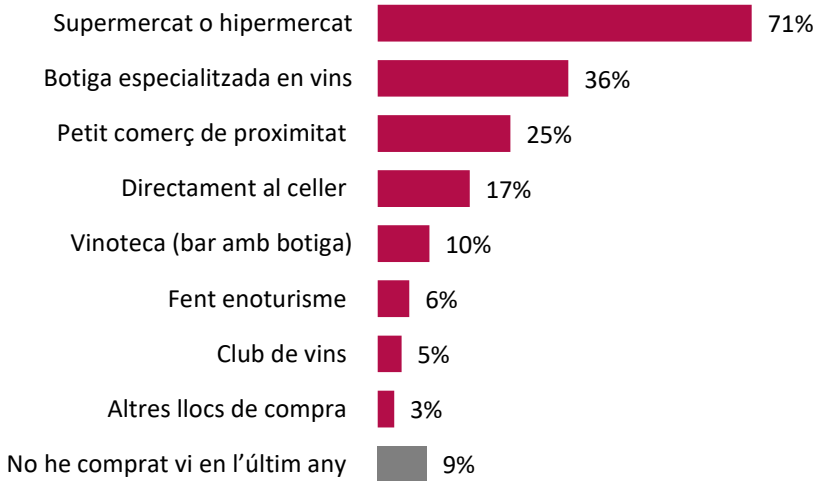


- En el moment d'escollir un vi, **el consumidor té en compte en primer lloc la DO o regió d'origen** (especialment els de més edat), però **en segon lloc s'hi fixa en el preu** (molt especialment els joves), sent tots dos els principals aspectes a considerar per més de la meitat dels consumidors.
- **La marca** es situaria en **tercer lloc** amb un 40% de consumidors que la consideren important i un 10% l'aspecte més rellevant a tenir en compte.

Canals de compra del vi

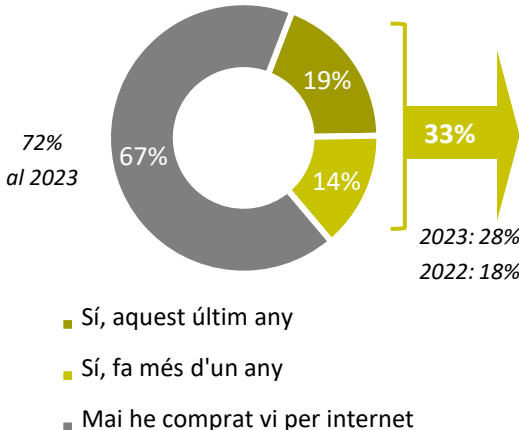
- El **supermercat / hipermercat** continua sent el **principal canal de compra** pels consumidors de vi: 7 de cada 10 persones que beuen vi, n'han comprat. Li segueix a una distància considerable la botiga especialitzada en vins i el petit comerç de proximitat. A nivell de canal de compra no s'observen diferències respecte al 2023
- D'aquells que han comprat vi en l'últim any, **un terç declara haver comprat vi online en alguna ocasió** (19% en l'últim any i 14% fa més d'un any). **Aquesta proporció s'incrementa respecte al 2023**, on el percentatge dels que havien comprat vi online era del 28% (5 punts menys), **i encara més respecte al 2022** (18%)
- Entre els que han comprat vi online en algun moment, el supermercat passa a un segon lloc, superat per la **botiga especialitzada en vins**, que **encapçala la llista de canals de compra online**: un 37% de qui compra vi online, el compra a botigues especialitzades. Aquesta proporció **creix significativament respecte al 2023** (23%) de la mateixa manera que baixa els que declaren haver comprat vi online al petit comerç de proximitat (d'un 26% al 2023, posicionat en 3er lloc, a un 16% actualment i en un 5è lloc)

Canals de compra



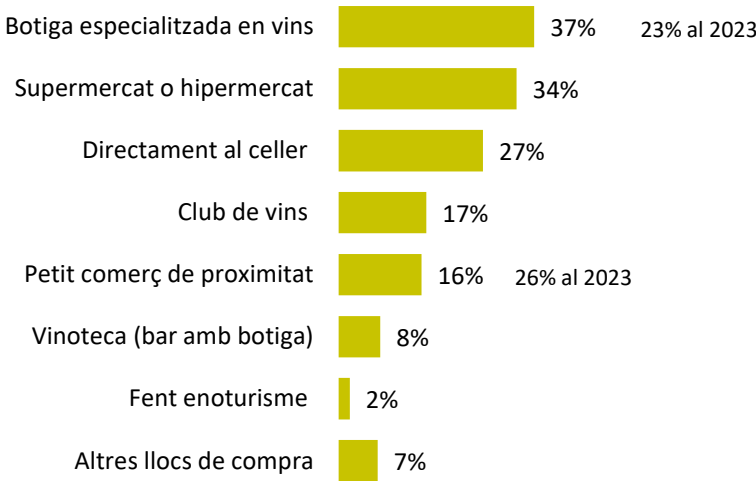
Ha comprat vi online

Base: Ha comprat vi en l'últim any (n=724)



Canals de compra online

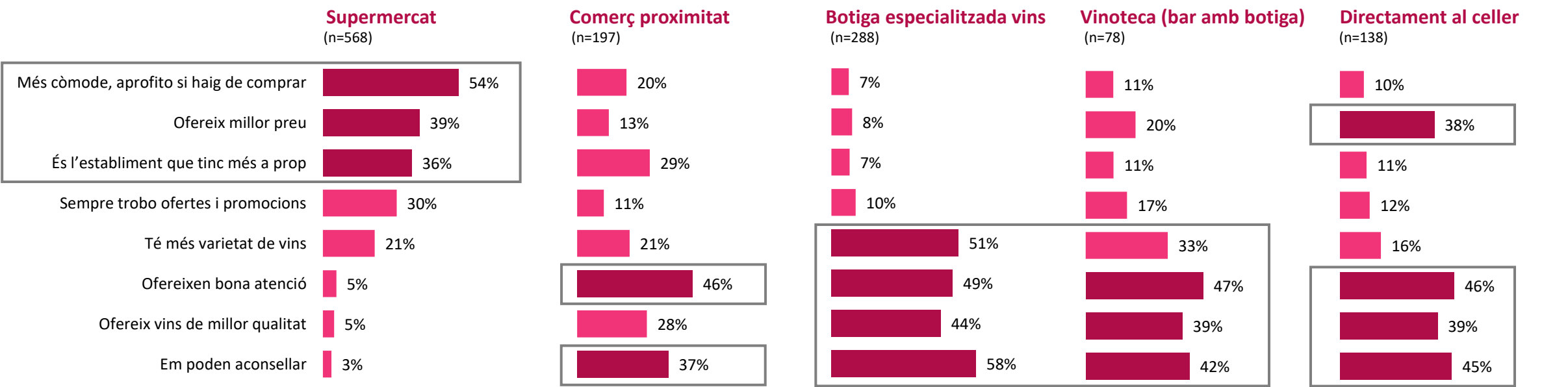
Base: Ha comprat vi online (n=238)



Base: Beu vi, escumós o cava almenys un cop l'any (n=797)
P8: En l'últim any, en quins llocs has comprat vi, vi escumós o cava?
P9: Has comprat vi, vi escumós o cava per internet alguna vegada? / P10: En quin tipus de llocs online has comprat vi, vi escumós o cava?
Baròmetre català de consum del vi (4ª onada, 2025)

Motius de compra per canal

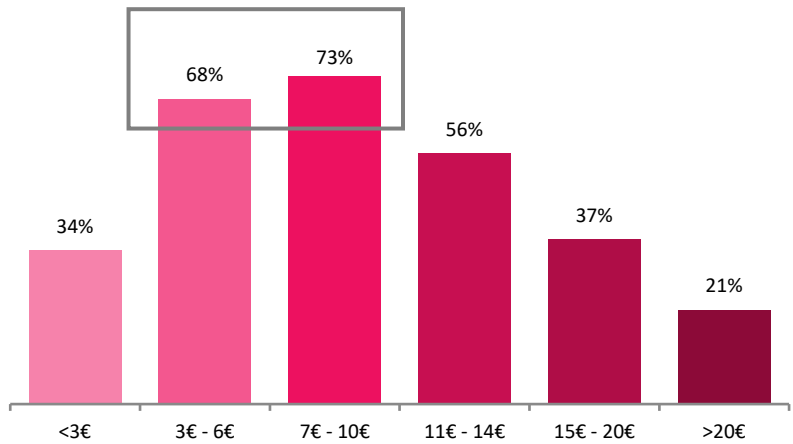
- Aquells que compren vi al **supermercat** ho fan bàsicament per **comoditat**, aprofitant que fan la compra de casa, però també per **preu** i per **proximitat**.
- Per contra, els que compren a **botigues especialitzades, vinoteques o directament al celler**, busquen **consell, varietat** (excepte en el cas del celler), **bona atenció** i vins de **bona qualitat**. El celler, a més, ofereix millor preu que la resta de canals especialitzats.
- El **comerç de proximitat** ofereix **bona atenció** i **consell**, tot i que la varietat de vins resulta més limitada.



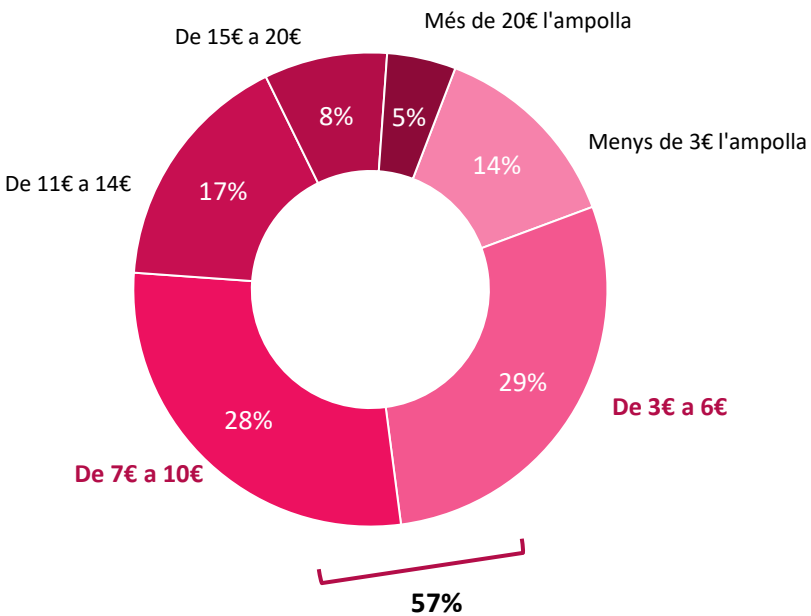
Distribució del preu de les ampolles de vi comprades

- **Les ampolles de 3€ a 6€ i les de 7€ a 10€ són les més comprades:** aproximadament 7 de cada 10 compradors de vi en l'últim any compren ampolles dins d'aquest rang de preu. Aquesta proporció de compradors baixa a mesura que incrementa el preu, arribant a un 21% dels individus que declara comprar ampolles superiors als 20€.
- A nivell de **repartiment de les ampolles en base al rang de preu**, observem que el **57% de les ampolles que es compren tenen un preu entre els 3€ i els 10€**. Un 14% de les ampolles té un preu inferior als 3€ mentre que el 13% val 15€ o més

% individus que compren vi a cada rang de preu

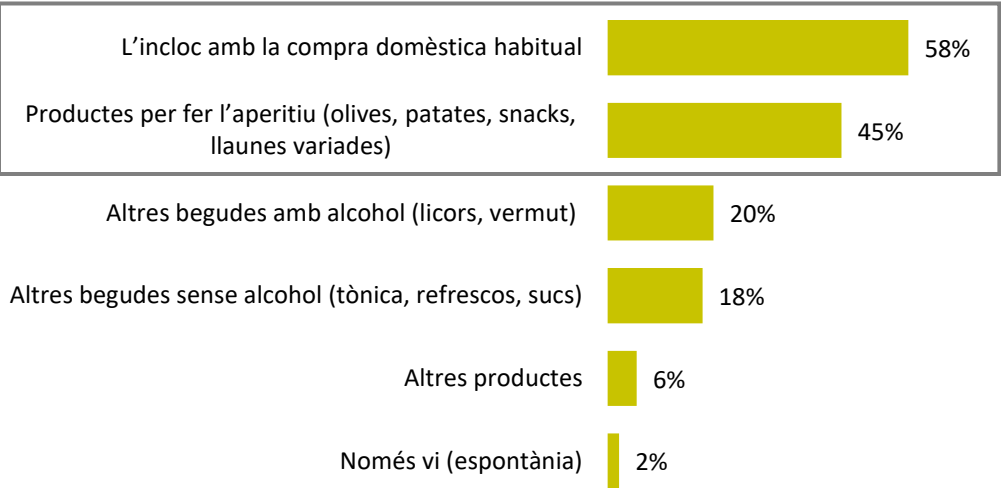


Distribució de la compra en funció del preu de l'ampolla



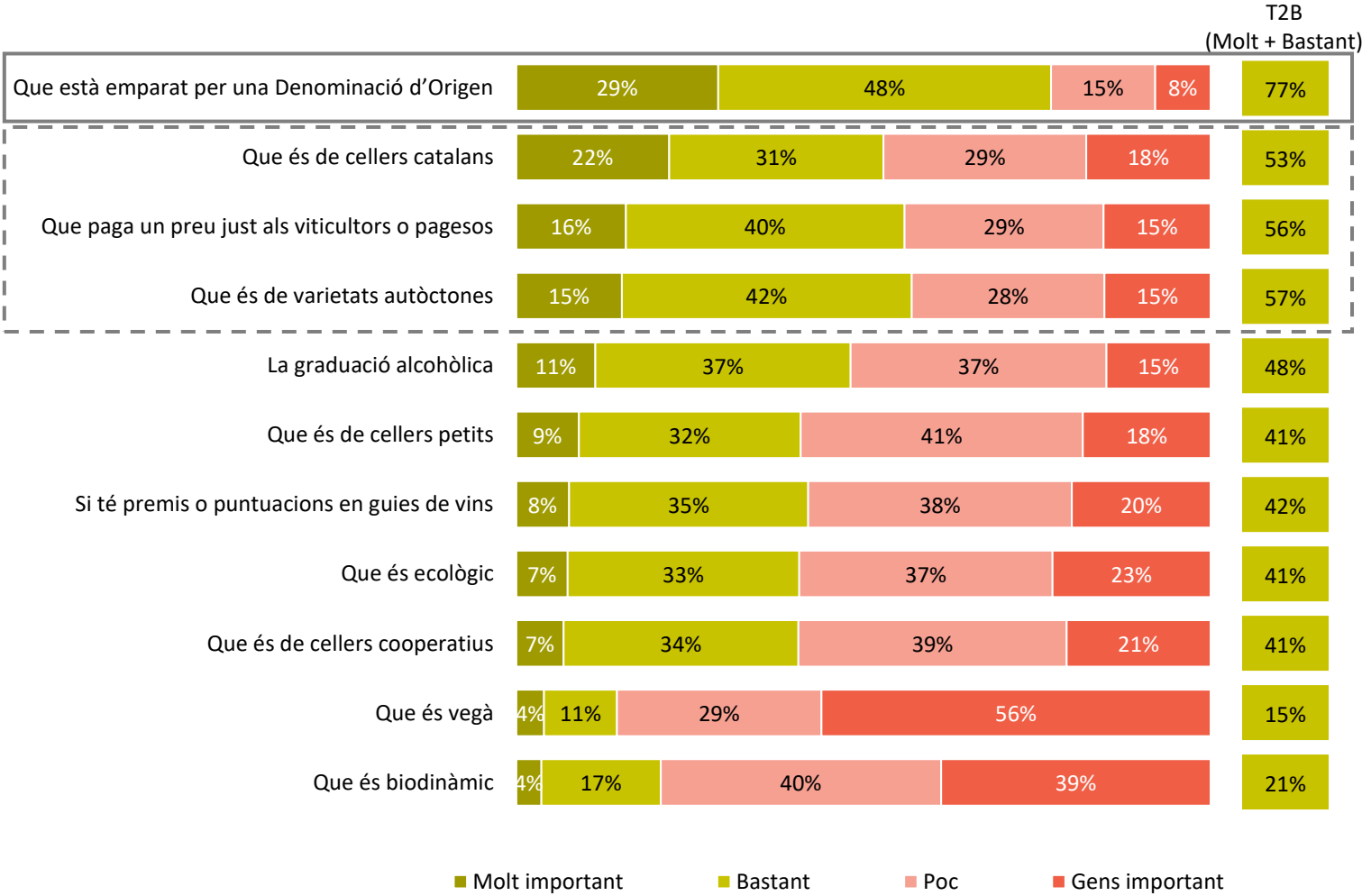
Altres productes compren, quan compren vi

- En la majoria dels casos, la compra de vi s’inclou amb la compra domèstica habitual o amb productes per fer l’aperitiu.
- **Conforme l’edat del comprador augmenta**, són més els que inclouen el vi a la cistella de la compra domèstica, mentre els més joves el compren més junt amb productes per fer l’aperitiu, tenint també més pes la compra d’altres begudes, amb i sense alcohol.
- D’altra banda, els compradors setmanals de vi, inclouen més la compra del vi a la cistella de la compra de casa o juntament amb altres begudes alcohòliques.



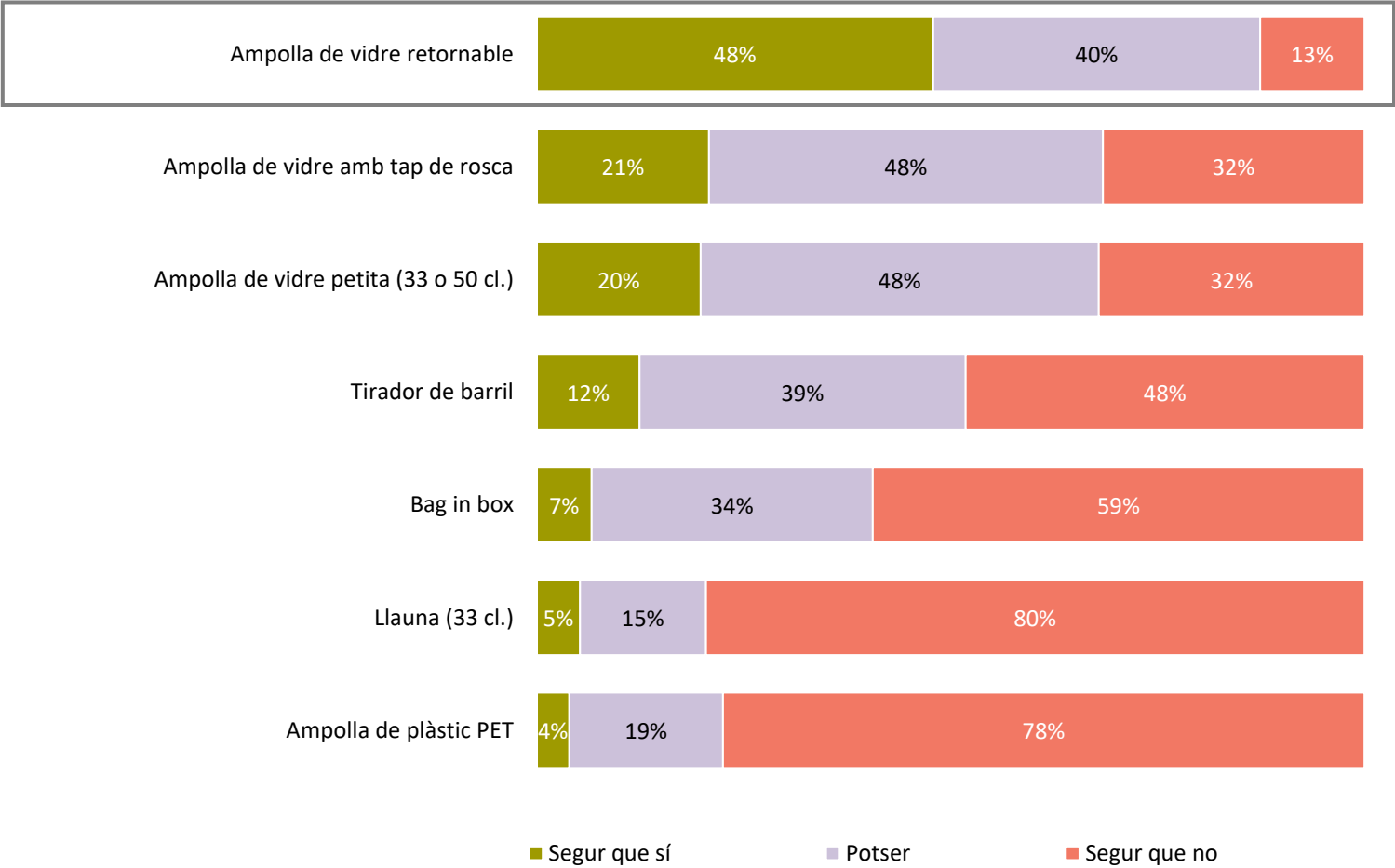
18 a 30 anys (n=134) A	31 a 45 anys (n=229) B	46 a 65 anys (n=361) C	Setmanal (n=187) A	Mensual (n=295) B	Anual (n=242) C
42%	57% A	65% A	68% BC	58%	50%
63% BC	50% C	35%	46%	44%	46%
30% BC	20%	17%	28% BC	20%	15%
28% BC	16%	16%	18%	16%	21%
1%	7% A	7% A	4%	7%	5%
0%	4% A	2%	1%	4% C	1%

Informació important que ha de contenir l'etiqueta



- Al igual que veiem a l'onada anterior, el fet que el vi estigui emparat per una **Denominació d'Origen** és l'aspecte més important que es té en compte en el moment de triar un vi, i per tant, el més important que ha d'aparèixer a la etiqueta.
- Altres característiques importants per més de la meitat dels consumidors és que sigui de **cellers catalans**, que es **pagui un preu just als viticultors o pagesos** i que sigui de **varietats autòctones**.
- Per contra, que el vi sigui vegà o biodinàmic és una informació considerada poc o gens important per la majoria de consumidors

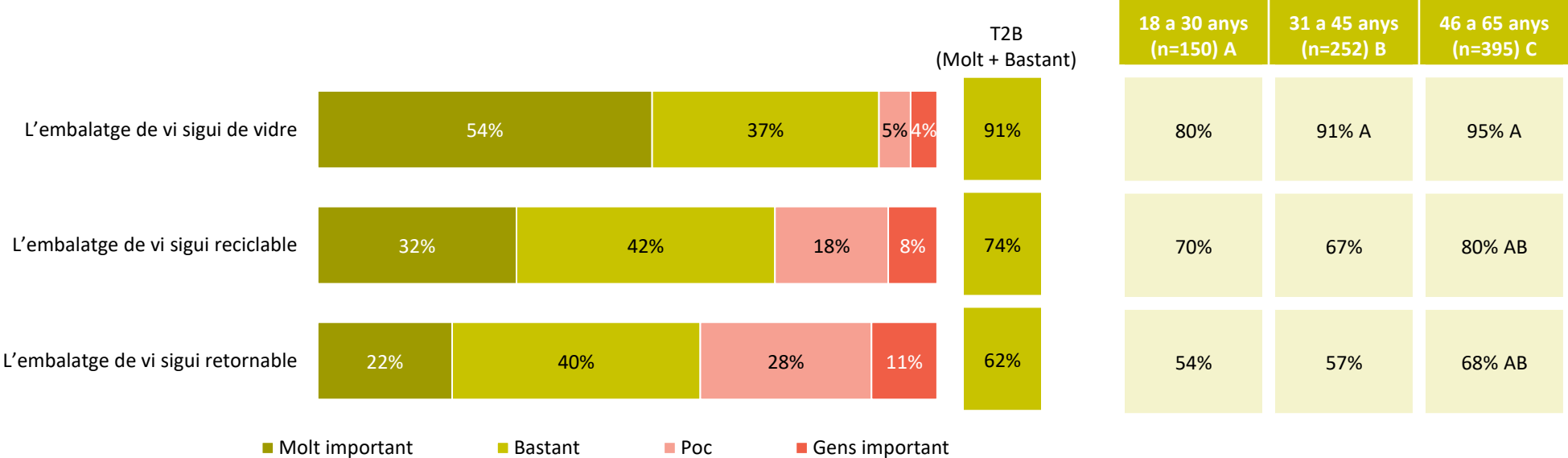
Intenció de compra de cada format



- Novament, **l'ampolla de vidre retornable és clarament l'opció preferida com a format d'envàs**: la meitat dels que beuen vi en comprarien segur, i un 40% potser ho farien.
- **Li segueixen, a una distancia considerable, l'ampolla de vidre amb tap de rosca i l'ampolla de vidre petita** (de 33 o 50 cl.), totes dues amb un 20% que declaren que segur que comprarien i un 50% que no rebutgen la opció.
- Per contra, **la llauna (33cl.) i l'ampolla de plàstic PET són clarament els formats amb més rebuig**: al voltant d'un 80% tenen clar que no comprarien vi que es presentés amb aquest format.
- Respecte al 2023 no s'observen diferències significatives, mantenint el mateix ordre de preferència.
- D'altra banda, es confirma la major predisposició a la compra d'aquests formats entre els més joves, a excepció de l'ampolla de vidre retornable, que és l'únic format on la predisposició a la compra s'equipara per a totes les edats (entre el 45% i el 50%)

Importància dels embalatges sostenibles

- En aquesta onada s’ha afegit la rellevància dels embalatges sostenibles.
- En aquest aspecte, tot i que pràcticament **la totalitat dels consumidors de vi consideren important que l’embalatge de vi sigui de vidre**, 3 de cada 4 **també veuen rellevant que sigui reciclable** i 6 de cada 10 veuen interessant **que pugui ser retornable**.
- La importància de que els embalatges siguin sostenibles puja a mesura que incrementa la edat del consumidor, així un 80% dels consumidors entre 46 i 65 anys considera important que sigui reciclable vs. un 70% dels mes joves i, igualment un 68% dels més grans considera important que sigui retornable davant d’un 54% del grup més jove.



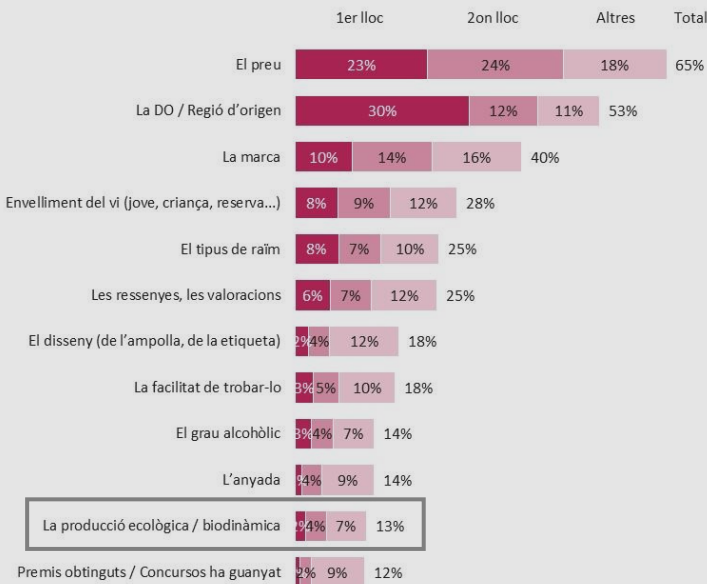
Base: Beu vi, escumós o cava almenys un cop l’any (n=797)
P16A: En quina mesura consideres important que...?
A/B/C Indica diferències significatives entre grups
Baròmetre català de consum del vi (4ª onada, 2025)

El vi i la sostenibilitat

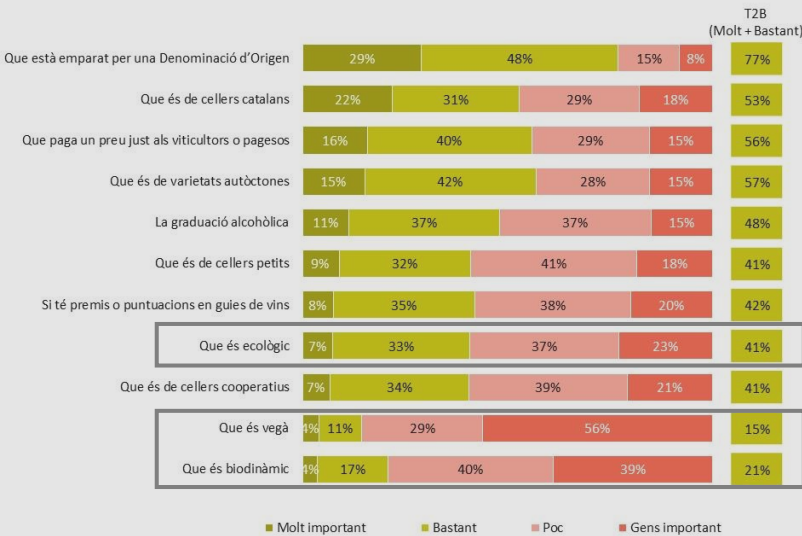
- Tot i que, en la tria del vi, la producció ecològica està entre els últims punts a tenir en compte, ja veiem que 4 de cada 10 consumidors consideraven important que a l'etiqueta aparegués que és ecològic (menys, els fet de ser vegà o biodinàmic).
- De la mateixa manera, també 4 de cada 10 consumidors consideren que el canvi climàtic està afectant la qualitat del vi i tenen en compte que es produeixi de manera sostenible.

RECORDATORI

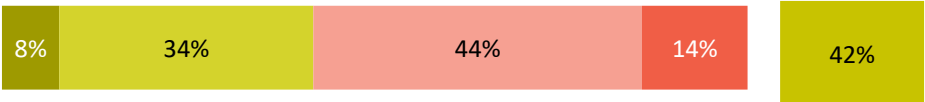
Aspectes més importants en la tria d'un vi



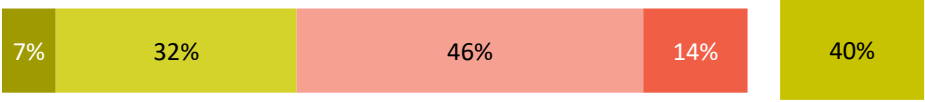
Informació important que he de contenir l'etiqueta



Sento que el canvi climàtic està afectant la qualitat del vi



Quan trio un vi, tinc en compte que es produeixi de manera sostenible

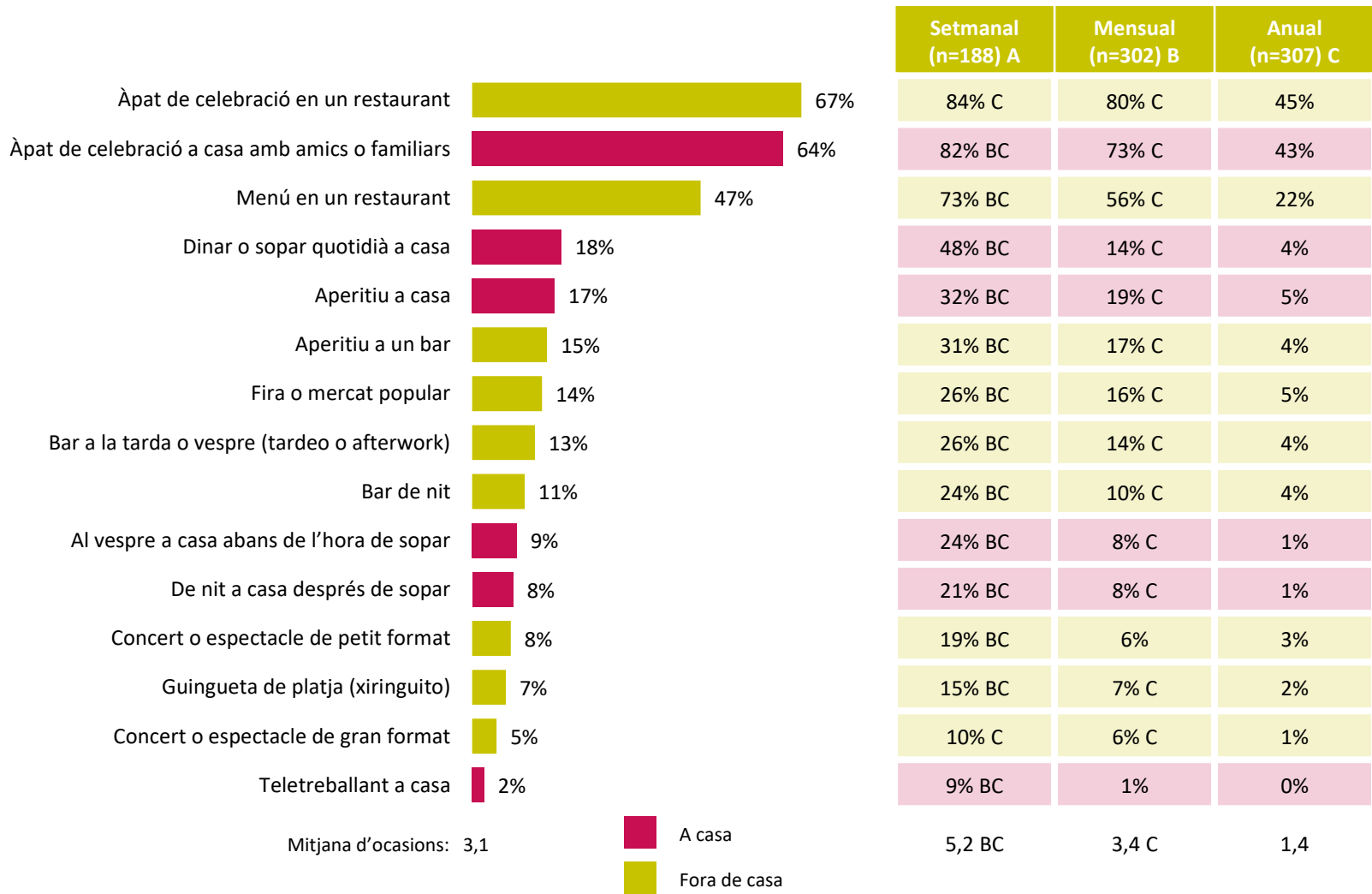


Molt d'acord Bastant Poc Gens d'acord



1. Introducció
2. Freqüència de consum de vi entre la població catalana (18-65 anys)
3. Presència del vi català en el record de consum
4. Tendències en la compra de vi
- 5. Convivència del vi amb altres begudes**
6. Vivències relacionades amb el vi
7. La comunicació del valor del vi català
8. Síntesi
9. Annex

Ocasions s'acostuma a beure vi, escumós o cava

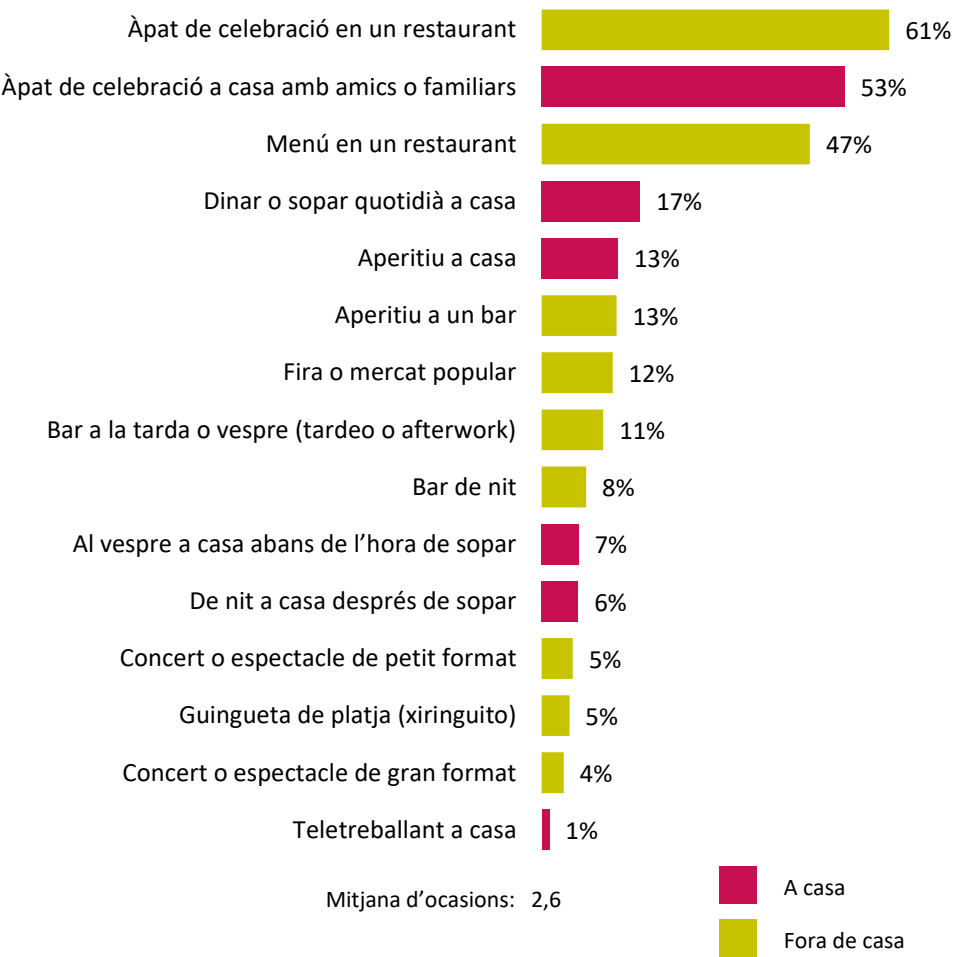


- Els àpats de celebració, tant a restaurants com a casa, és on més s'acostuma a beure vi, escumós o cava, independentment de la freqüència de consum.
- En un segon nivell trobem **anar de menú** a un restaurant, seguit, a una distància considerable, per la resta d'ocasions, on el consum de vi o cava té una penetració inferior al 20%.
- Aquesta proporció puja de manera considerable entre els que beuen vi o escumós de manera setmanal: la meitat d'ells l'integren al dinar o sopar quotidià de casa i una tercera part el pren als aperitius, tant a casa com a fora.
- En aquest sentit, mentre la totalitat dels consumidors de vi el pren en 3 tipus d'ocasions diferents, els que en beuen setmanalment el prenen en 5 ocasions diferents i els que en beuen molt de tant en tant entre 1 i 2 ocasions, normalment restringint el consum a celebracions.

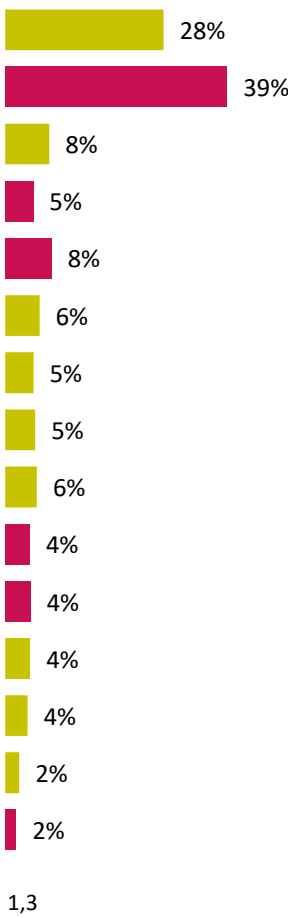
Base: Beu vi, escumós o cava almenys un cop l'any (n=797)
P7A: Què acostumes a beure en les següents situacions a casa? / P7B: I què acostumes a beure en les següents situacions fora casa?
A/B/C Indica diferències significatives entre grups
Baròmetre català de consum del vi (4ª onada, 2025)

Ocasions s'acostuma a beure vi, escumós o cava per consumidors de cada categoria

Ocasions beuen vi els consumidors de vi



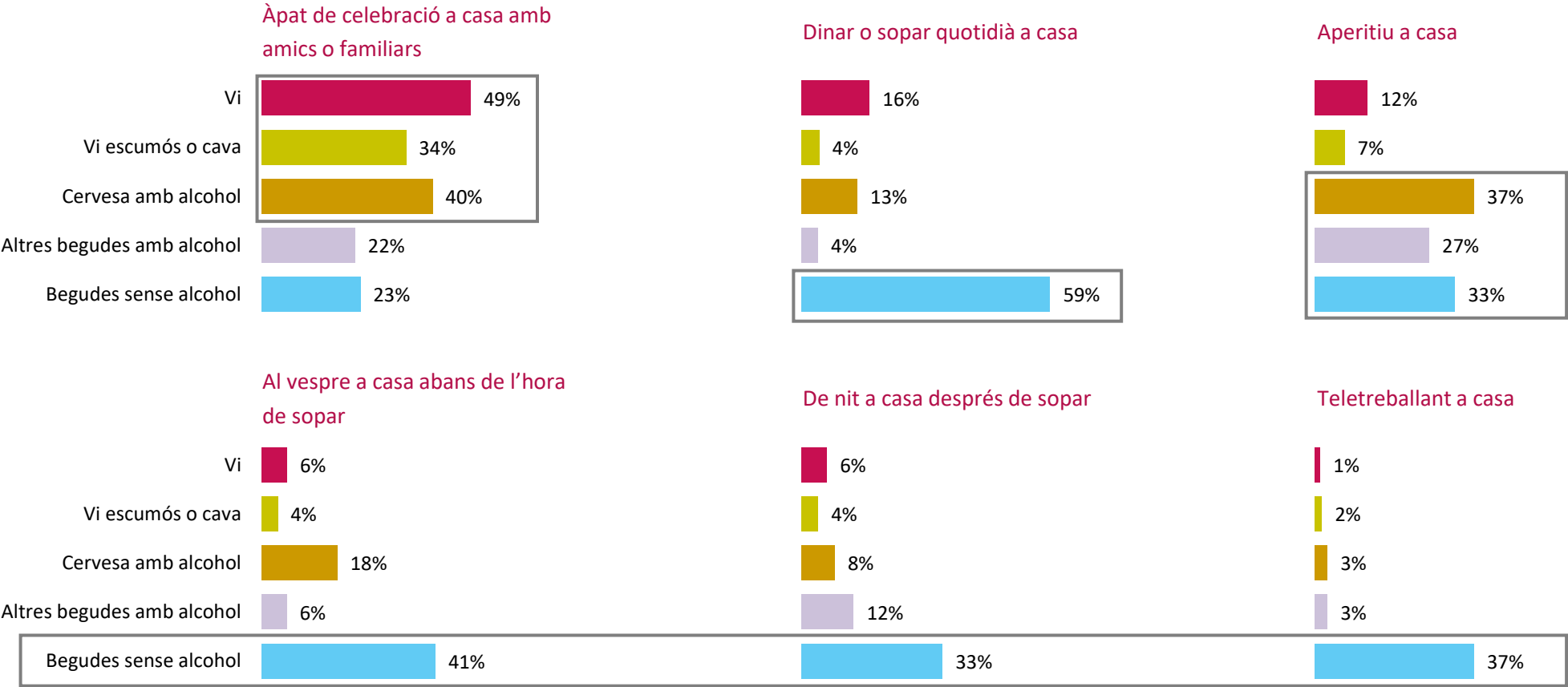
Ocasions beuen escumós o cava els consumidors d'escumós o cava



- El nombre d'ocasions en les que s'acostuma a beure vi dupliquen al nombre d'ocasions en les que s'acostuma a beure **escumós o cava**, restringint-se aquest últim a les **celebracions**, més a casa amb amics o familiars que a restaurants. **A la resta d'ocasions** (menú, àpats quotidians, aperitius, etc.) **el consum d'escumós o cava és residual**.
- El vi, en canvi, es consumeix en més ocasions en les que la celebració es produeix a un restaurant (61%), seguit de celebracions a casa i de menús a restaurants.

Ocasions s'acostuma a beure vi, escumós o cava A CASA

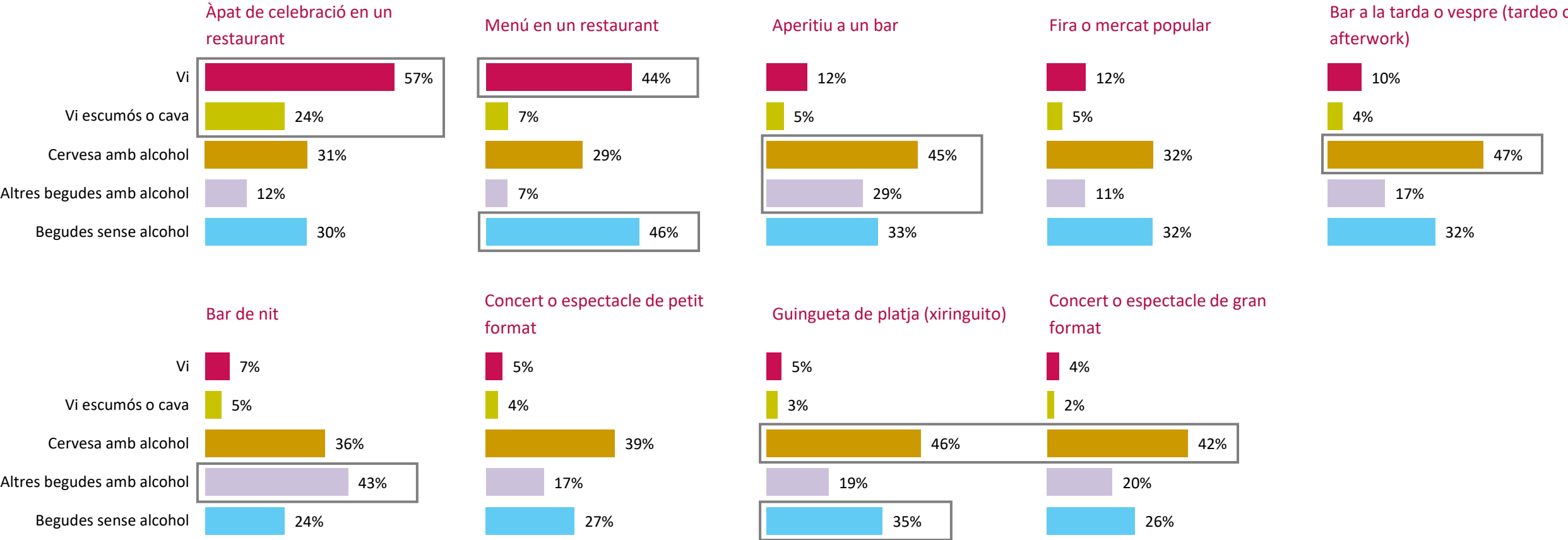
- A casa, el consum de vi, escumós o cava es dona especialment als àpats de celebració, on comparteix protagonisme amb la cervesa.
- Pels **aperitius a casa**, la beguda predominant és la **cervesa**, juntament amb **altres begudes amb i sense alcohol**.
- Per la **resta d'ocasions** a casa, com ara abans i després de sopar o teletreballant, en cas de consumir alguna cosa, es prenen **begudes sense alcohol**.



Base: Beu vi, escumós o cava almenys un cop l'any (n=797)
P7A: Què acostumes a beure en les següents situacions a casa? No es grafica l'opció "no bec res"
Baròmetre català de consum del vi (4ª onada, 2025)

Ocasions s'acostuma a beure vi, escumós o cava FORA DE CASA

- Fora de casa, el consum de vi es dona especialment a àpats de celebració i a menús en un restaurant, mentre que el consum d'escumós o cava es restringeix principalment a celebracions.
- La cervesa està més present a multitud d'ocasions, especialment a bars de tarda o vespre, a les guinguetes de platja, als aperitius o als concerts de gran format.



Base: Beu vi, escumós o cava almenys un cop l'any (n=797)
P7B: I què acostumes a beure en les següents situacions fora casa? No es grafica l'opció "no bec res"
Baròmetre català de consum del vi (4ª onada, 2025)

Propostes agradaria que oferissin en bars i restaurants

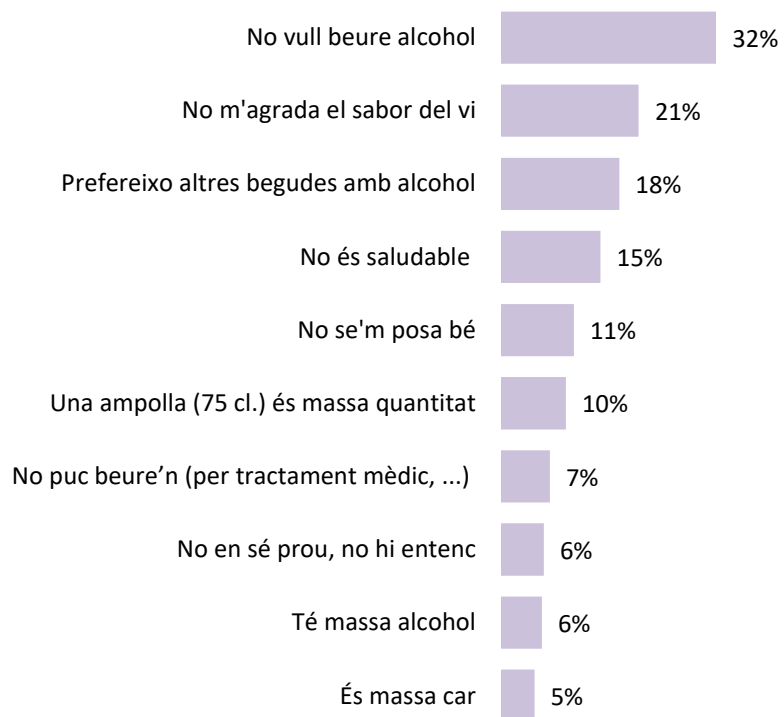


- De les diferents propostes presentades, **la que resulta més atractiva**, com ja vam veure a la onada precedent, és la de **prendre vi amb snacks salats o tapes** (de manera espontània esmenten el formatge i el pernil). Aquesta proposta és la que resulta més atractiva per a tots els grups analitzats, especialment entre les dones (64%), els més joves (65%) i els que tenen un consum setmanal de vi (68%).
- Altres propostes que resulten atractives però ja per sota d'un 30% de consumidors són
 - La copa refredada, especialment entre dones (34%)
 - Barrejar el vi amb gasosa, especialment entre els més joves (31%)
 - Cocktails amb vi, especialment entre els més joves (27%)
- Adicionalment, **en aquesta onada, hem inclòs la opció d'oferir vi sense alcohol, atractiva per a un 19% dels consumidors** (22% en el cas dels més joves, de les dones i dels que consumeixen menys freqüentment)
- Com a altres propostes, comenten servir el vi a una temperatura adient i controlada, en una copa adequada i oferir tasts de vi, entre les que més es repeteixen.

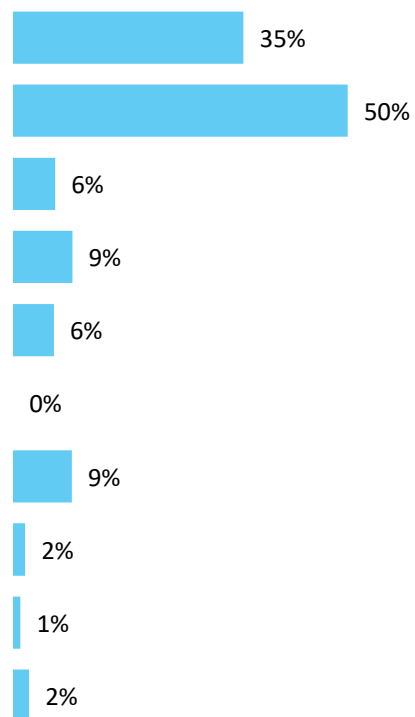
Frens al consum del vi



Beu vi, escumós o cava **menys d'un cop al mes**

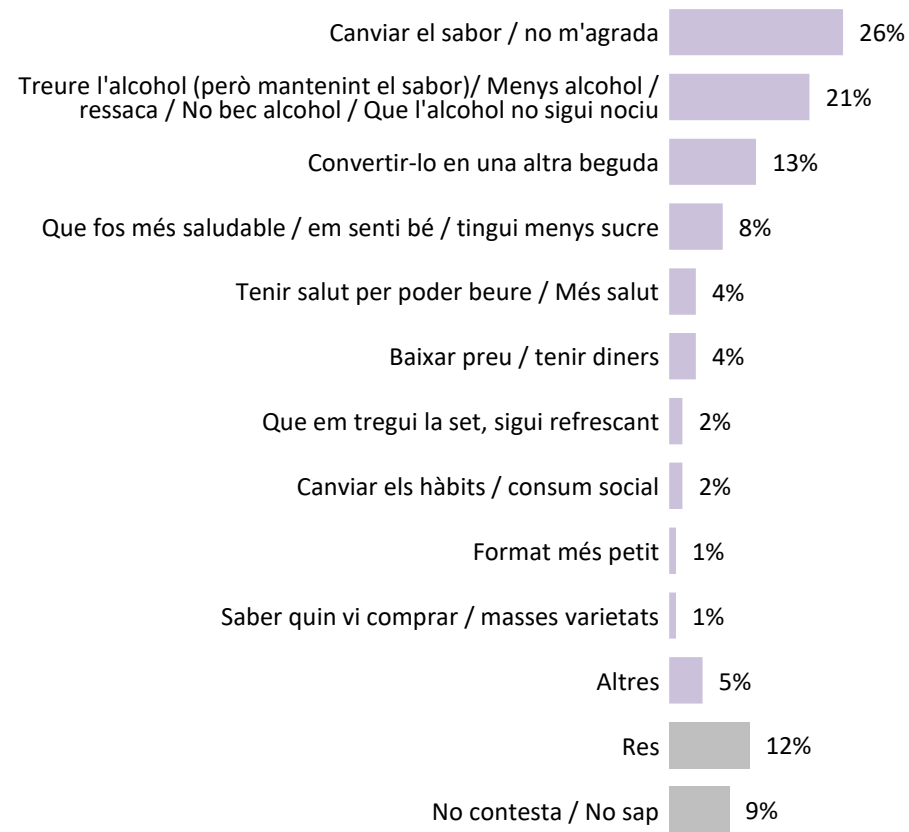


No beu mai vi, escumós o cava



- Els que beuen vi de forma esporàdica (menys d'un cop al mes) no en beuen habitualment perquè **no volen beure alcohol**, tot i que **1 de cada 5 declara no agradar-li el sabor del vi** o **prefereixen beure altres begudes amb alcohol**.
- En canvi, **aquells que no en beuen mai**, és bàsicament per un tema de sabor: a la meitat dels no consumidors **no els agrada el gust del vi**. Un 35% declara també **no voler beure alcohol**.
- Per edats es torna a veure el mateix que a la onada anterior: entre els joves el pes del sabor és significativament superior (un 45% diu no agradar-los el sabor en contrast amb un 26% d'individus entre 46 i 65 anys).

Quin canvi li farien al vi, per beure'n més sovint

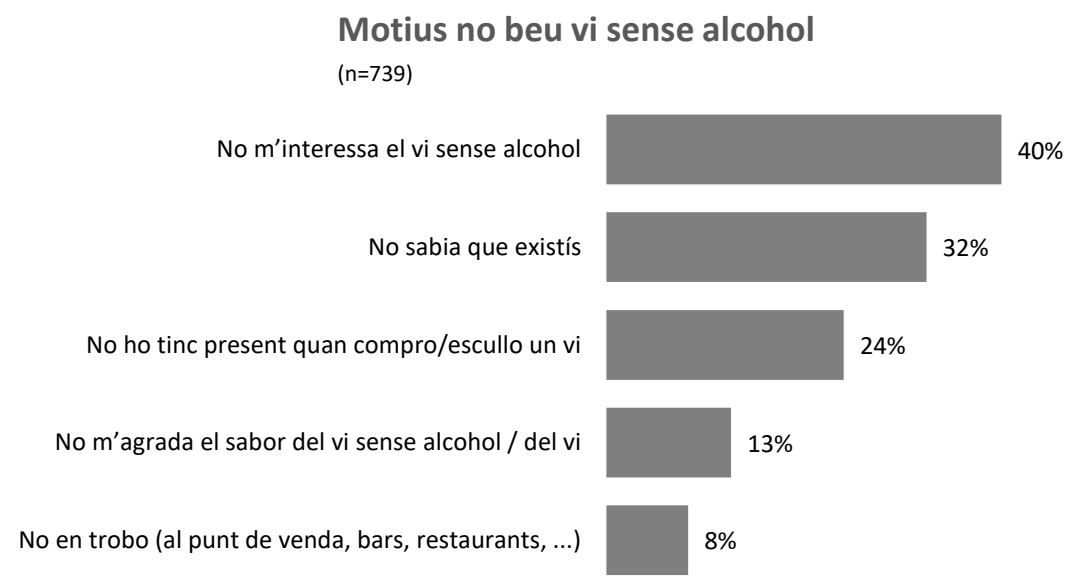
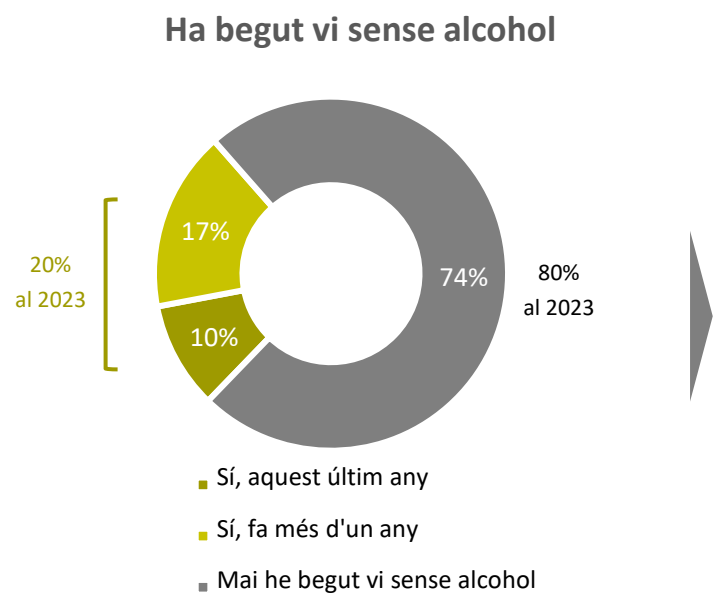


- Davant la pregunta als no consumidors o consumidors esporàdics de què li farien al vi, si tinguessin una vareta màgica, per convertir-lo en una beguda que els agradés beure, un **26% li canviaria el sabor** i un **21% li trauria l'alcohol, esperant que el sabor no es modifiqués**.
- Un **13% el convertiria en una altra beguda** (la meitat en aigua) i un **8% demanaria que fos més saludable o li sentís bé**.

Consum de vi sense alcohol



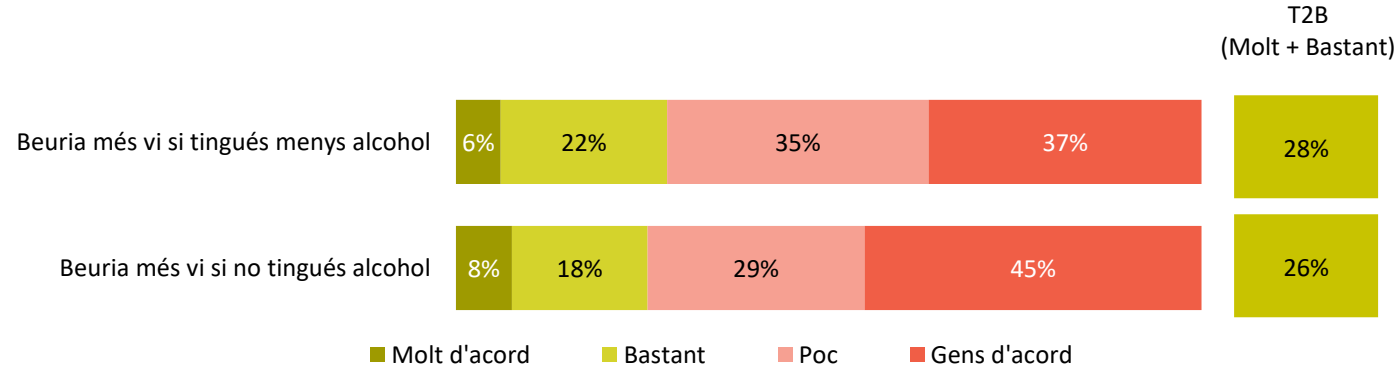
- **La proporció d'individus que ha begut vi sense alcohol puja d'un 20% al 2023 a un 26% actualment**, un increment significatiu que continua sent superior entre els més joves (30% vs. 24% al 2023) i els consumidors habituals de vi (37% vs. 30% al 2023).
- **Els que no han provat mai el vi sense alcohol**, donen com a principal motiu la **manca d'interès** en aquest tipus de vi, especialment els homes (46%) i els que consumeixen habitualment vi (50%).
- **Una tercera part diu que no sabia que existís**, aspecte que **baixa de forma significativa respecte al 2023** (45% on era, en aquell moment, el principal motiu per no consumir), però que continua estant més present entre les dones (36%). D'altra banda, 1 de cada 4 **no ho té present** quan compra o escull un vi.



Potencial del vi amb menys/sense alcohol entre els que beuen



- Entre aquells que ja beuen vi, una quarta part considera que en beuria més si tingués menys alcohol o no en tingués.
- Aquesta proporció és bastant més alta entre els més joves (38% i 40% respectivament).
- En contrast, es manté independentment de la freqüència de consum: 1 de cada 4 consumidors setmanals de vi no rebutgen aquesta opció.





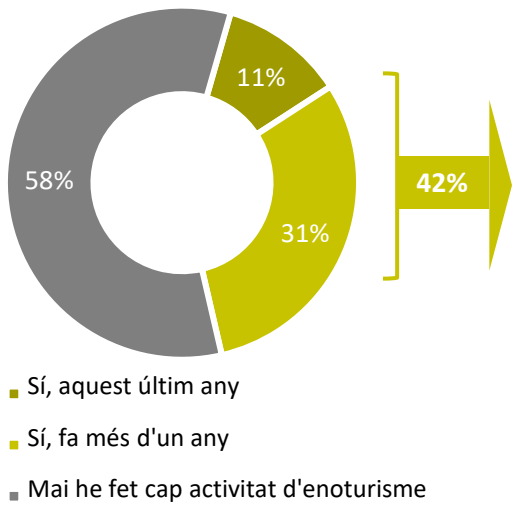
1. Introducció
2. Freqüència de consum de vi entre la població catalana (18-65 anys)
3. Presència del vi català en el record de consum
4. Tendències en la compra de vi
5. Convivència del vi amb altres begudes
- 6. Vivències relacionades amb el vi**
7. La comunicació del valor del vi català
8. Síntesi
9. Annex

Activitats d'enoturisme realitzades



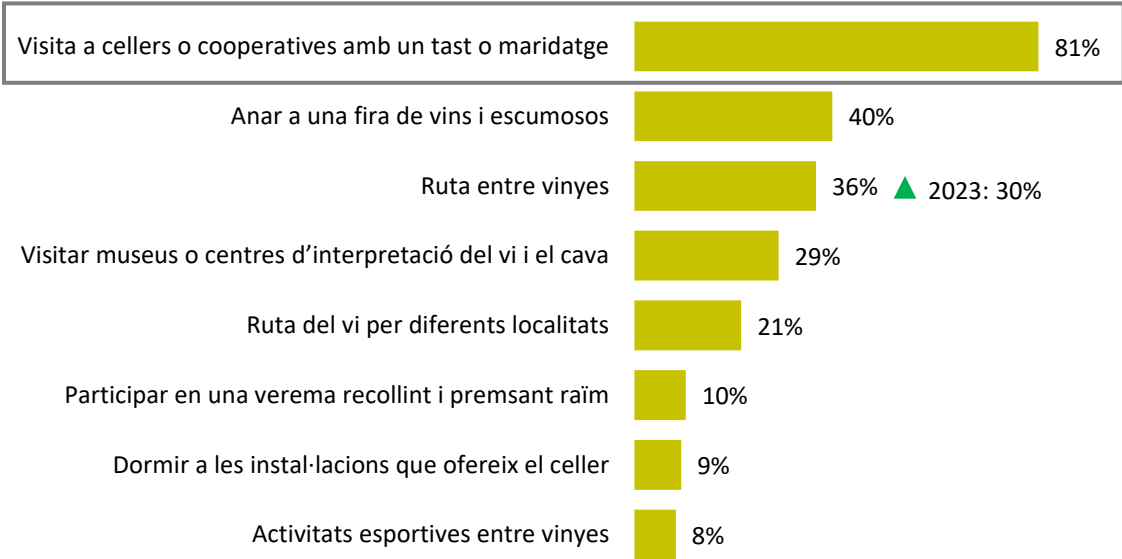
- La proporció d'individus que ha realitzat alguna activitat d'enoturisme es manté respecte al 2023: un 42% declara haver-ne fet alguna. Entre els consumidors habituals (setmanals) un 67% declara haver-ne fet alguna, mentre que entre els més esporàdics (consumidors que beuen menys d'un cop al mes) l'enoturisme té una penetració del 34%.
- L'activitat més realitzada amb diferència és la **visita a cellers o cooperatives amb tast o maridatge**: un 81% dels que han fet enoturisme, han realitzat aquest tipus d'activitat. Més els majors de 30 anys (un 87% aproximadament) que els joves de 18 a 30 anys (52%) i sense diferències per freqüència de consum.
- En un segon lloc, trobem anar a una fira de vins i escumosos (també més present a partir dels 30 anys) o fer una ruta entre vinyes, que puja 6 punts respecte al 2023.
- Destaca fer una ruta del vi per diferents localitats entre els més joves, posicionant-se en tercer lloc amb un 32%, per davant d'anar a una fira de vins.

Ha fet enoturisme



Activitats d'enoturisme realitzades

(n=425)

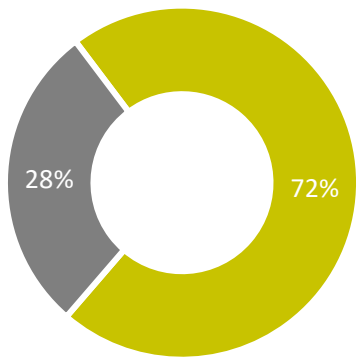


Activitats d'enoturisme farien



- De les activitats d'enoturisme presentades, un **72% del total de la població mostra interès per alguna**, percentatge similar al 2023 amb més interès entre els més grans que entre els més joves (77% vs 63%).
- La que resulta més interessant, torna a ser **visitar cellers o cooperatives amb tast o maridatge**. En aquest cas l'interès puja entre els majors de 45 anys (58%) i conforme augmenta la freqüència de consum del vi.
- Li segueix **visitar cellers per veure com s'elabora el vi** (també amb més interessats a partir dels 45 anys).
- En tercer lloc, els interessen les **rutes entre vinyes acompanyades d'explicacions sobre la naturalesa i el paisatge**.

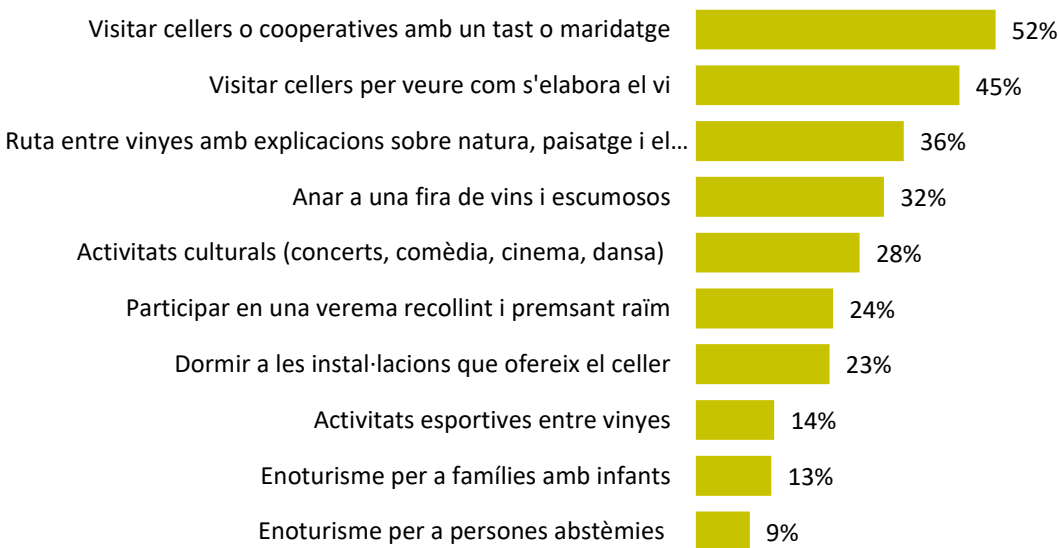
Volen fer enoturisme



- Farien alguna activitat
- No volen fer cap activitat

Activitats d'enoturisme farien

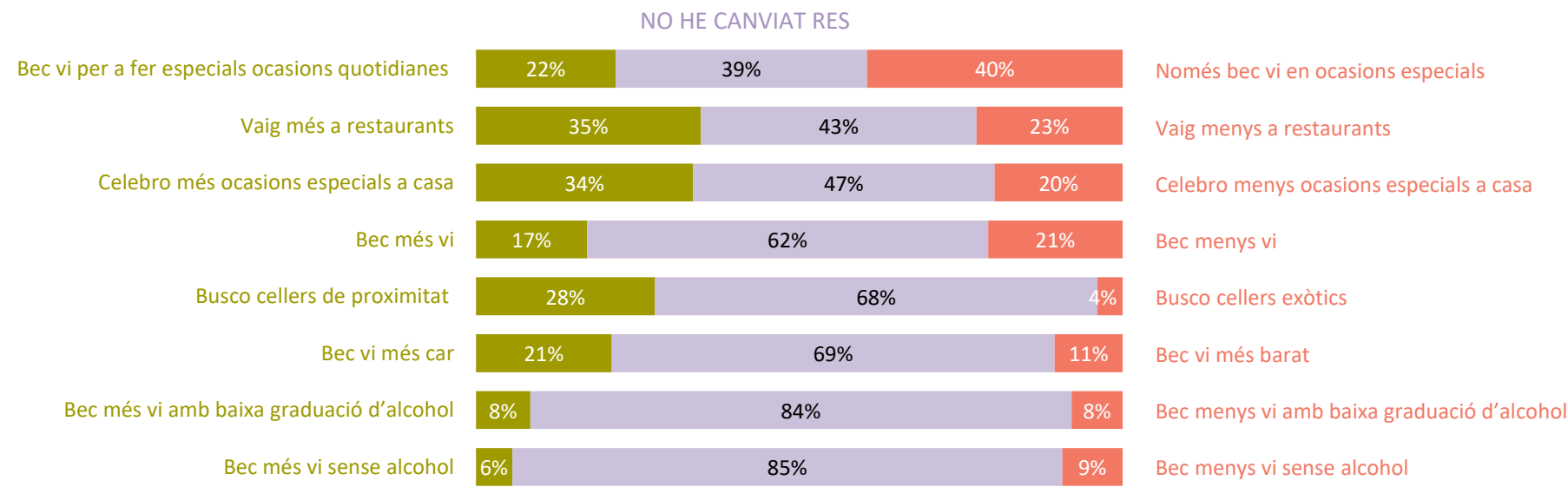
(n=722)



Variació en els hàbits

- En relació als canvis de costums en els últims anys, una vegada més, el principal canvi s’ha donat en relació a les ocasions especials: un 40% **només beu vi en ocasions especials** (especialment joves (50%) i els segments menys habituals); i un 22% **beu vi per a fer especials les ocasions** (41% entre els consumidors habituals).
- Un 35% **va ara més a restaurants** (més entre els joves (47%)) i un 34% **celebra més ocasions especials a casa** (sense grans diferències entre grups).
- **Es busquen més cellers de proximitat (28%) que d’exòtics (4%)** i respecte a les preguntes afegides en aquesta onada, just **el consum de vi amb baixa graduació d’alcohol i vi sense alcohol és el que resta més sense canvis, degut al consum encara minoritari d’aquestes dues tipologies de vi**.

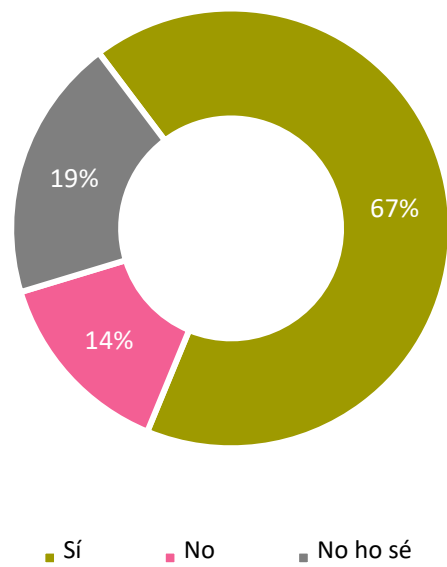
En els darrers 5 anys, des de l'inici de la pandèmia...



Base: Beu vi, escumós o cava almenys un cop l'any (n=797)
P24/P26: Amb quina de les dues frases t'identifiques més: amb la de la dreta o la de l'esquerra? Si no t'identifiques amb cap de les dues situa't al mig. "En els darrers 5 anys, des de l'inici de la pandèmia..."
Baròmetre català de consum del vi (4ª onada, 2025)

Compatibilitat vi amb bona salut

- 2 de cada 3 catalans considera que el consum moderat de vi és compatible amb gaudir d'una bona salut.
- Aquest percentatge creix a mesura que avança la edat de l'individu (1 de cada 4 joves considera que el vi no es compatible amb la salut) i la freqüència de consum.

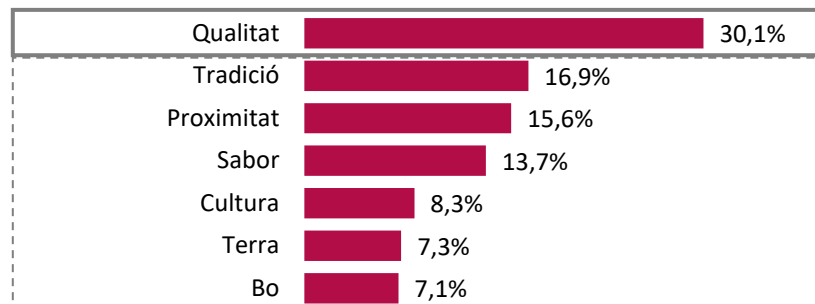


	18 a 30 anys (n=215) A	31 a 45 anys (n=325) B	46 a 65 anys (n=462) C	Consum setmanal o mensual (n=490) A	Consum esporàdic (n=307) B	No beu vi (n=205) C
Sí	56%	65% A	73% AB	82% BC	60% C	42%
No	23% BC	14%	10%	11%	15%	20% A
No ho sé	21%	21%	18%	7%	25% A	38% AB



1. Introducció
2. Freqüència de consum de vi entre la població catalana (18-65 anys)
3. Presència del vi català en el record de consum
4. Tendències en la compra de vi
5. Convivència del vi amb altres begudes
6. Vivències relacionades amb el vi
- 7. La comunicació del valor del vi català**
8. Síntesi
9. Annex

Què representa el valor del vi català



Origen	3,2%
Autèntic	3,0%
Varietat	3,0%
Denominació d'origen	2,7%
Història	2,7%
Família/r	2,3%
Pais	2,3%
Preu	2,3%
Identitat	2,2%
Proper	2,2%
Barat / Econòmic	2,0%
Cos	1,9%
Fresc	1,9%
Gust	1,9%
Raïm	1,9%
Territori	1,9%
Únic	1,9%
Natural	1,7%

Casa	1,6%
Suau	1,6%
Català	1,5%
Sostenible	1,5%
Aroma/tic	1,4%
Arrels	1,4%
Intens	1,4%
Caràcter	1,3%
Dolç	1,3%
Especial	1,3%
Elegant	1,2%
Innovació	1,2%
Valor	1,2%
De la terra	1,1%
Ecològic	1,1%
Força	1,1%
Local	1,1%
Original	1,1%
Plaer	1,1%
Autòcton	1,0%
Celebració	1,0%
Mediterrani	1,0%
Patrimoni	1,0%
Salut	1,0%
Resta	<1,0%

- Per a gairebé 1 de cada 3 individus el vi català representa **Qualitat** (23% entre els més joves i 35% entre els més grans).
- Altres valors que també el representen són **Tradició**, **Proximitat** i **Sabor**.
- En un tercer nivell, el vi català és **Cultura**, **Terra** i **Bo**.

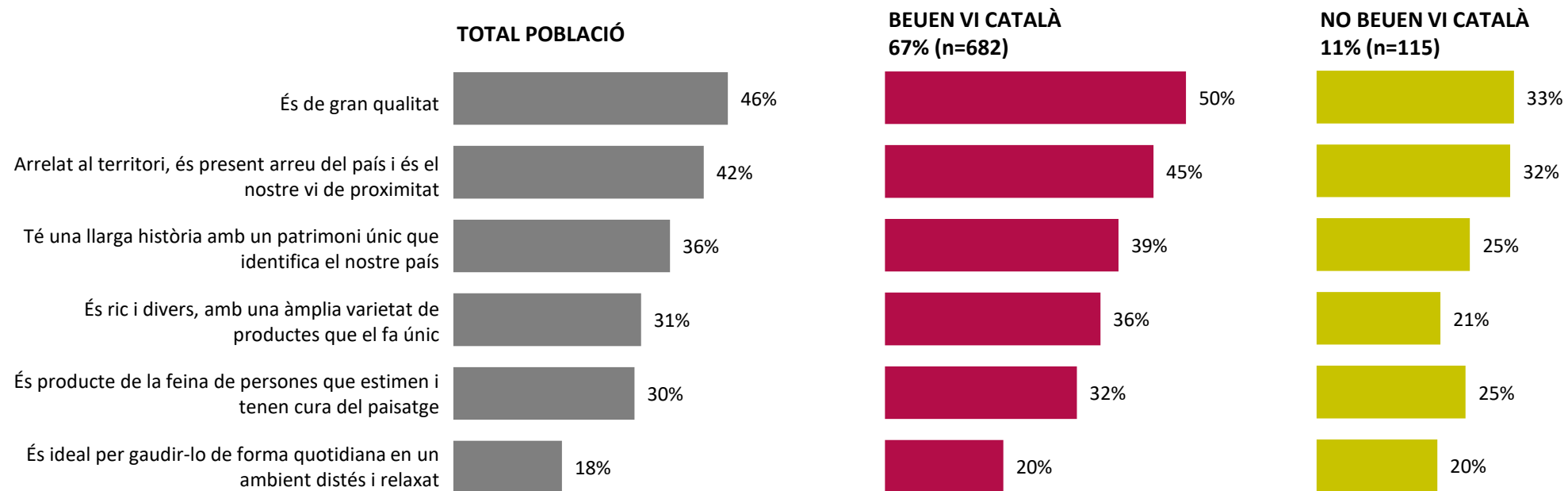
Base: Total població (n=1000)

P34: Podries escriure 3 paraules que per a tu representen el valor que té el vi català?

Baròmetre català de consum del vi (4ª onada, 2025)

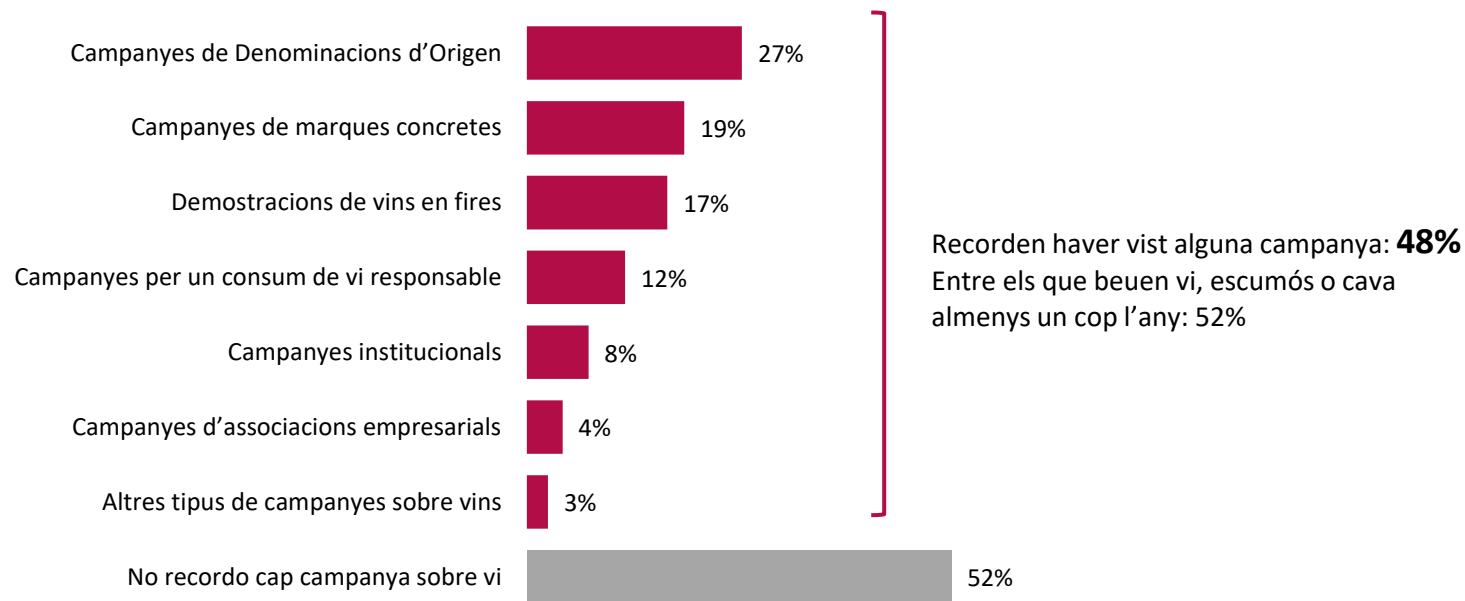
Característiques més importants a comunicar del vi català

- Independentment de si beuen vi català o no en beuen, **“És de gran qualitat” és considerat el missatge més important a comunicar**, especialment entre el grup de major edat (51%).
- Entre els més joves, en canvi, es posiciona en primer lloc **“Arrelat al territori, és present arreu del país i és el nostre vi de proximitat”** amb un 41% (respecte el 37% del primer a nivell general).
- Per contra **“És ideal per gaudir-lo de forma quotidiana en un ambient distés i relaxat”** seria el missatge menys atractiu a comunicar segons tots els grups analitzats.



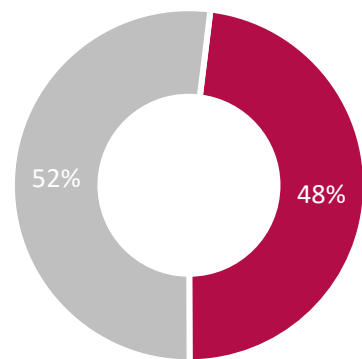
Notorietat de campanyes sobre vins

- Del total de la població catalana, **la meitat declara haver vist alguna campanya sobre vins en algun moment**, per sobre del 35% de la onada anterior (35% entre els que beuen vi al 2023 vs. 52% al 2025).
- Entre els que beuen vi setmanalment el record puja a un 64% respecte als que beuen anualment (42%) o els abstemis (28%)
- **Les campanyes de Denominacions d'Origen tornen a ser les més recordades.**
- En segon lloc recorden campanyes de marques concretes i demostracions de vins en fires.



Record de la campanya

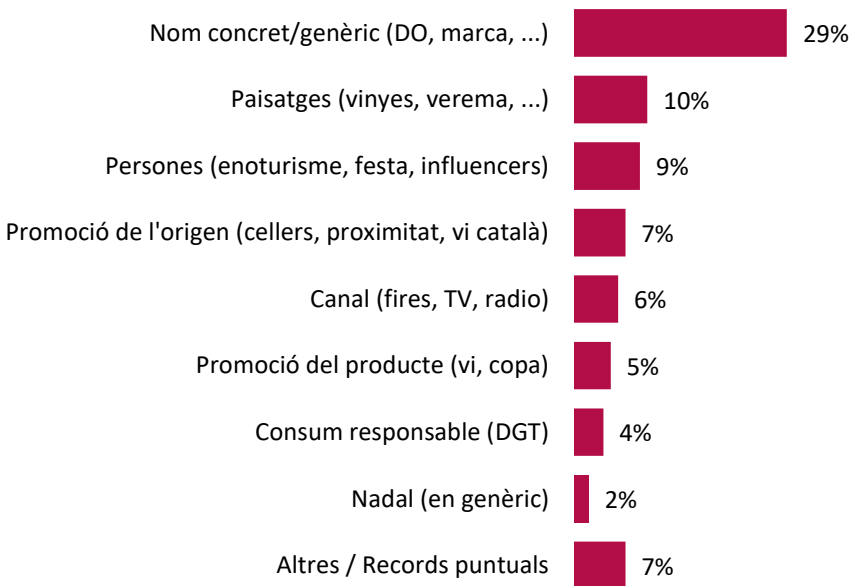
- Aquells que recorden haver vist alguna campanya, esmenten especialment DO més o menys concretes i marques.
- Fora d'aquest tipus de record, es parla de paisatges, persones o cellers.



- Recorden haver vist alguna campanya
- No recorden haver vist cap campanya

Descripció del que recorden de la campanya

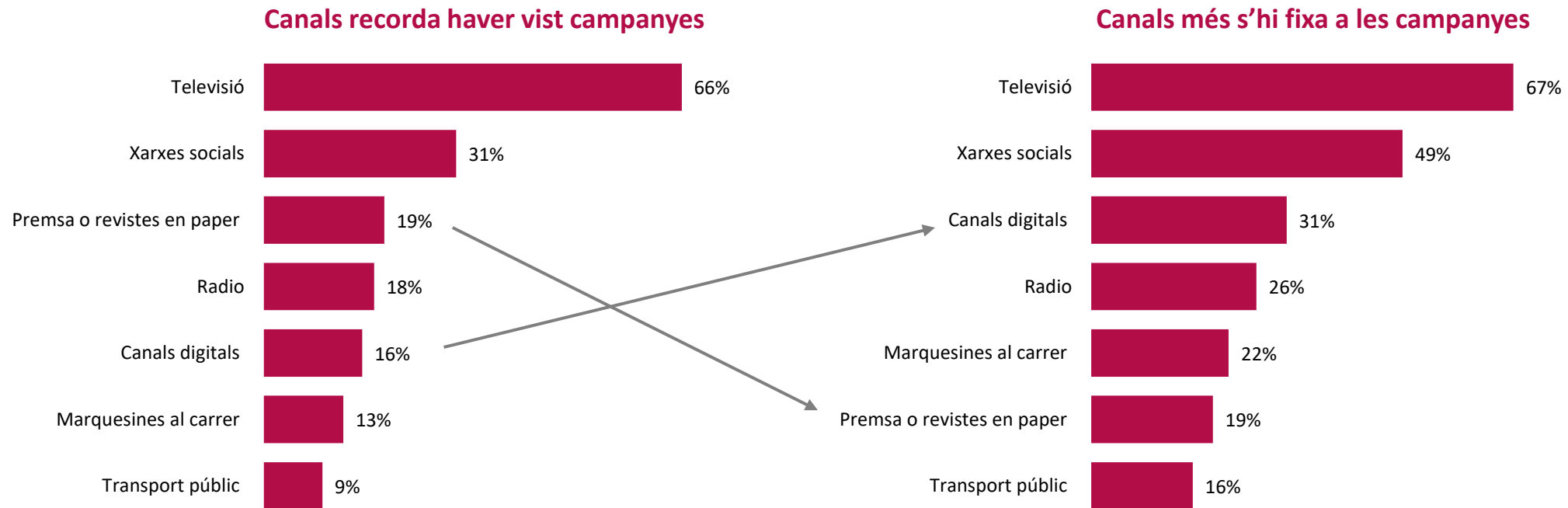
Base: Recorden alguna campanya (n=475). Resposta oberta codificada



Canals recorden i canals s'hi fixen més



- **La televisió** continua sent clarament el **canal on més es recorda haver vist campanyes sobre vins** i a la vegada el **més idoni per fixar-se en campanyes**. Tant la penetració com la preferència creixen conforme augmenta la edat de l'individu.
- **En segon lloc recorden campanyes a xarxes socials**. Aquest canal és, **entre els joves, el més adequat per a noves campanyes**, donat que és el que més s'hi fixen (joves de 18 a 30 anys es fixen més en campanyes a xarxes socials (61%) que a la televisió (54%)).
- Tot i que la **premsa i revistes en papers** ocupen el tercer lloc en record, **es posicionen per darrere de canals digitals, radio o marquesines en quant a canals en els que més s'hi fixen**. Passa just al contrari amb els canals digitals: el record de campanyes sobre vins és relativament inferior a la preferència com a canal per veure'n.



Base: Recorden alguna campanya (n=475)

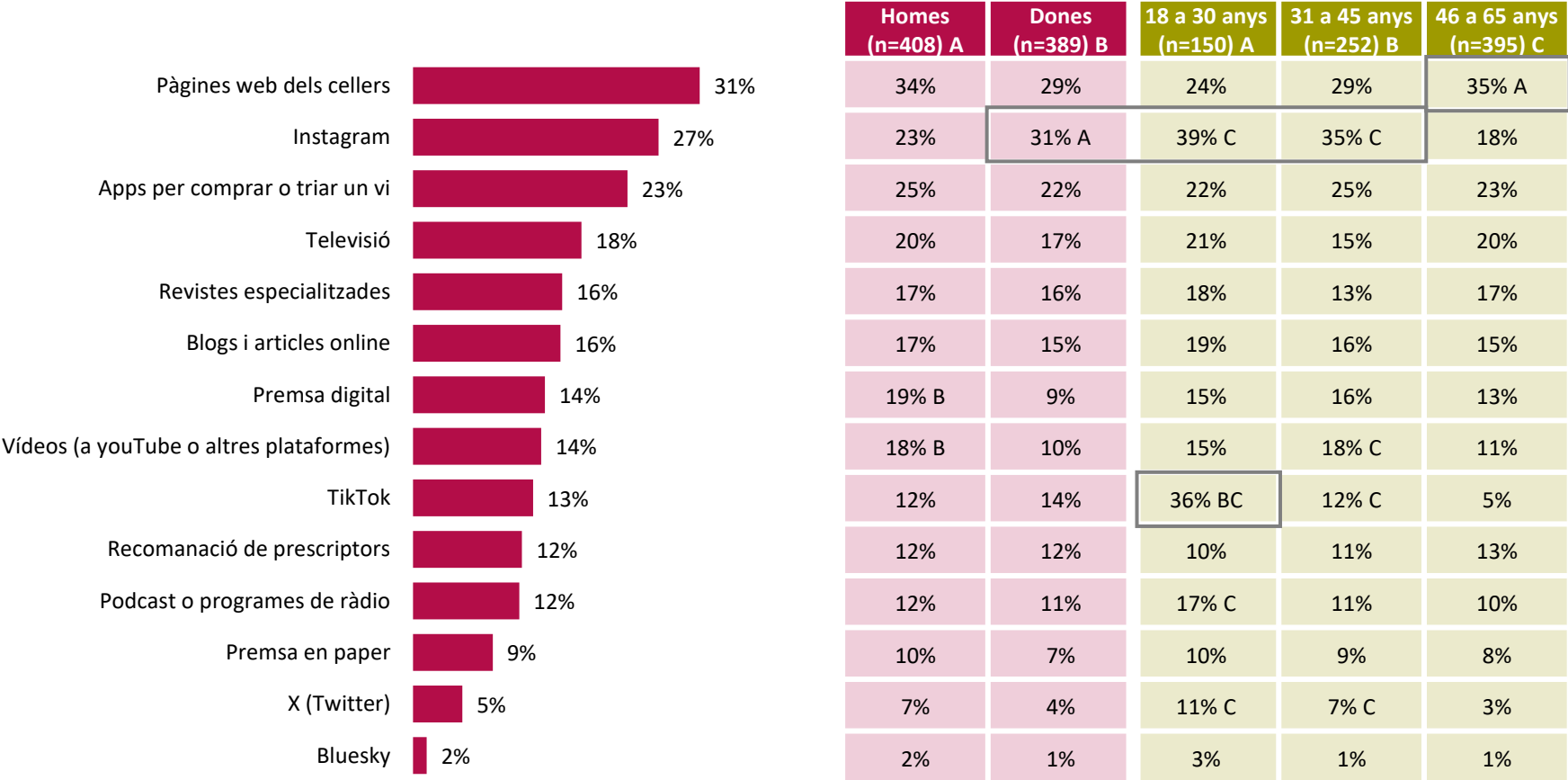
P31: Recordes en quins canals has vist les campanyes sobre vins?

P32: En general, quins són els 3 canals on et fixes més en les campanyes que apareixen (de qualsevol temàtica)?

Baròmetre català de consum del vi (4ª onada, 2025)

Formats més adequats per rebre informació sobre vins

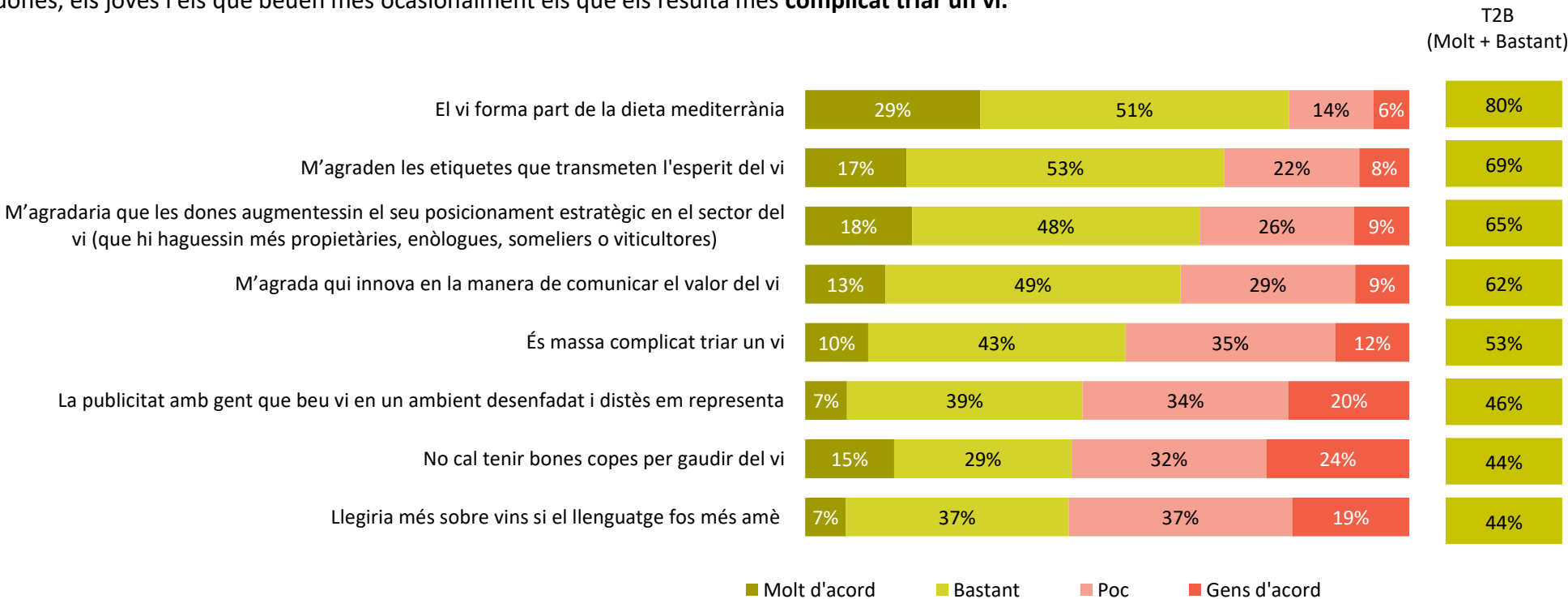
- El format més adequat per rebre informació sobre vins varia amb el gènere i la edat: mentre els individus de 46 a 65 anys els agradaria trobar informació sobre vins a les pàgines web dels cellers, pels joves de 18 a 30 anys, però també individus 31 a 45 anys i dones el format preferit és Instagram.
- Les apps per comprar o triar un vi es posicionen en tercer lloc. Destaca també TikTok entre els joves de 18 a 30 anys.



Base: Beu vi, escumós o cava almenys un cop l'any (n=797)
P29: En quins formats t'agrada o t'agradaria més trobar informació sobre vins?
Baròmetre català de consum del vi (4ª onada, 2025)

Identificació amb les següents afirmacions

- Com ja vam veure al 2023, la gran majoria de persones que beuen vi consideren que **el vi forma part de la dieta mediterrània**.
- Les **etiquetes que transmeten l'esperit del vi** continua amb una identificació alta, especialment entre els que beuen setmanal o mensualment, igual que torna a succeir amb la **innovació en com comunicar el valor del vi** o amb altres afirmacions relacionades amb la comunicació (**publicitat en un ambient distès o llenguatge amè**).
- Dos terços estan d'acord amb que **les dones haurien d'augmentar el seu posicionament estratègic** en el sector de vi. Tot i que entre les dones aquesta opinió la comparteix un 73%, entre els homes arriba també a un 58%.
- Són les dones, els joves i els que beuen més ocasionalment els que els resulta més **complicat triar un vi**.



Base: Beu vi, escumós o cava almenys un cop l'any (n=797)
P28: En quina mesura estàs d'acord amb les següents frases? / P33: En quina mesura estàs d'acord amb les següents frases sobre la comunicació del vi?
Baròmetre català de consum del vi (4ª onada, 2025)

Comentaris finals

Que els locals de restauració catalans oferisin més vi català a les seves cartes.

Es podria donar ver a que Cataluña es una terra molt diversa amb personas de diferentes culturas i que el vi pot ser de via per unir Mejor campaña dentro de Catalunya,para que se consuma más vino catalán en Cataluña.

DARLO A CONOCER

Modernitzar el sector

tiene un sabor único

creo que tal como esta es correcto , cada región de ESPAÑA tiene sus características y por lo tanto creo que en blancos , rosados y Revaloritzar-lo, mostrar-ne orgull, reocllzar-lo institucionalment com a mostra d'identitat.

Donar-lo a coneixer més a la resta d 'Espanya.

Que se exhibiera el proceso de preparaciòn y fermentaciòn y recogida de uvas.

Mayor difusión de la historia del vino

Creo que ya hay mucha cultura sobre el tema

Promociona la cultura catalana.

Incentivar Catas más asequibles para que todo el mundo pueda probar, y así darse a, conocer más

Que paguen más a los agricultores de la viña!

Más ferias locales

Que tiene mucha variedad y es de gran calidad.

Fer sense Alcohol

Promoción del vino catalán bien en calidad y precio

Crec que la majoria de la gent no és coneixedor de les varietats, de les DO que Hi ha, les seves diferències, que sigui molt més pre més exportació i publicitat en el territori català i espanyol

Creo que ya se hace una buena distribución.

S'hauria de pagar un preu just als pagesos productors de raïm.

cal que es promocioni més

comercializarlo a un nivel fuera de nuestro territorio también

Adequar els preus al nivell de vida: prendre un vi català s'ha transformat en un luxe!

Promocionar amb respecte al bilingüisme.

M'agradaria que trobar varietat de vins catalans als restaurants i bars de Catalunya no fos una excepció.

Doncs promocionar més el vi de Catalunya.

potenciar el vi 0% alcohol.

MÉS PUBLICITAT

mes promocion

Colaboración vino con Vichy catalán

Mejoría sostenibilidad y valorización de variedades autoctonas

La mejora de la garnacha y la calidad de la garnacha blanca

Bajar precios

Promoure restaurants amb vins exclusivament catalans

Tienen que ganarse más el mercado siendo más humildes

CAMPANYES MES PROPERES I MÉS SALUDABLES

mas actividades para gente mayor

Una fira dels cellers catalans

Que estigués més present als restaurants de Catalunya

es uno de los mejores del mundo

Crec q les campanyes que veig son basivament de penedes i el territori te dos i cellers excepcionals fora de Penedes tb

Más publicidad en España

Que la gent que si dedica continuï malgrat les adversitats

*P39: Voldries afegir algun comentari sobre què t'agradaria que es fes en el món del vi a Catalunya?
Baròmetre català de consum del vi (4ª onada, 2025)*

Valorar más especialmente el Cava

Intentaré probar el vino catalán

Mejores vinos tintos y menos vino blanco y cava

mucha más promoción

*Crec que s'esta fent una bona feina. Em dedico professionalment al mon del vi i crec que els vins catalans estan ben posicionats, to desvincular la política del vino. denominar zonas vinícolas con características comunes. No vale decir vino catalán, como seria absu
Que nunca sean las etiquetas sólo en catalán*

Potser podrien fer mes vins però que no tinguessin tant alcohol, ja que hi ha p persones que beuen vi, però que no volen beure molt, Fires

Que hubiera más variedad de vino sin alcohol accesible al público, de buena calidad y sabor

Apropar-lo a tots els públics i fomentar que la restauració tingui vins catalans.

Que etiquetaran más en español

Pels consumidors seria más fàcil si la diversitat de marques i noms fos menor. Fora bo buscar una unificació de la tipologia dels vi Promocionarlos mas

baixar els preus pels residents

es patrimonio de nuestra tierra

Mes activitats originals. Promoure el vi als festivals i concerts.

Innovar poco, el vino tal cual lo conocemos es el que quiero

Más ferias de degustación.

s'ha d'aproximar la cultura del vi a franges d'edat on no s'acostuma a beure vi, culturitzant-los i donant-los context per a que el

Donar-lo a coneixer a nivell mundial

Estimar-lo

Variedad, calidad y proximidad

Más expansión sería bueno

Més difusió

Rutas chulas para catalanes

Más publicidad con información de las bodega.

Més ajudes als pagesos i un pagament lícit, del producte, a l'agricultor.

Mes proper

Mes afruitat

Estimar i estar orgullos del producte que tenim

La exclusividad del clima

Más rutas,más facilidades de encuentra bodegas y más divulgacion

Crec que fer-lo més popular. Més campanyes. Que arribi més a tota la gent. Diversificar la publicitat.

Más historia sobre el vino, y ofrecerlo en más sitios

Que es facin més campanyes per ajudar el vi català sobre tot a Catalunya

Que no es perdés la forma de fer

No importar tan vi de fora

Més campanyes de difusió en els restaurants perquè de vegades costa de trobar-n'hi

La veritat es que sóc una apasionat al vi pero m'agradaria aprendre més sobre la seva cultura i elaboració

Más ofertas de proximidad

Més restaurants que només utilitzen vi de proximitat

Esdeveniments

Crec que s'ha de potenciar. tenim un bon vi.

Formatos de botella más pequeños

que no fosin tan cars

Igualar els preus a les altres D.O(els d'aquí a igualtat de qualitat el preu està per sobre de molts altres D.O)



1. Introducció
2. Freqüència de consum de vi entre la població catalana (18-65 anys)
3. Presència del vi català en el record de consum
4. Tendències en la compra de vi
5. Convivència del vi amb altres begudes
6. Vivències relacionades amb el vi
7. La comunicació del valor del vi català
- 8. Síntesi**
9. Annex



1. Introducció
2. Freqüència de consum de vi entre la població catalana (18-65 anys)
3. Presència del vi català en el record de consum
4. Tendències en la compra de vi
5. Convivència del vi amb altres begudes
6. Vivències relacionades amb el vi
7. La comunicació del valor del vi català
8. Síntesi
- 9. Annex**

Quina proporció de població catalana beu vi i amb quina freqüència?

Clica per Tornar

Torna

	TOTAL	Gènere		Edat			Gènere/Edat						Província			
		Home	Dona	18 a 30 anys	31 a 45 anys	46 a 65 anys	Homes 18 a 30 anys	Dones 18 a 30 anys	Homes 31 a 45 anys	Dones 31 a 45 anys	Homes 46 a 65 anys	Dones 46 a 65 anys	Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona
Base	1000	500	500	215	324	461	79	136	176	148	245	216	714	112	58	116
Setmanal	19%	22%	15%	11%	14%	26%	14%	8%	15%	12%	31%	21%	18%	18%	22%	21%
Mensual	30%	31%	29%	28%	33%	28%	23%	32%	35%	31%	31%	26%	30%	29%	33%	29%
Anual	30%	28%	33%	29%	31%	31%	25%	33%	29%	32%	28%	34%	30%	37%	22%	31%
Altres alcohol	9%	9%	9%	11%	10%	7%	12%	11%	12%	8%	5%	8%	9%	6%	6%	8%
Abstemi	12%	11%	14%	22%	12%	8%	27%	16%	9%	17%	5%	11%	13%	10%	18%	10%
TOTAL BEU VI	79%	80%	78%	67%	78%	85%	61%	73%	80%	75%	90%	81%	78%	84%	76%	82%

Base: Total població

P6: Amb quina freqüència beus els següents tipus de begudes?

* Vi negre, blanc, rosat, escumós o cava (no inclou vi amb baix contingut d'alcohol i vi sense alcohol per permetre la comparabilitat respecte a onades anteriors)

Baròmetre català de consum del vi (4ª onada, 2025)

DO de les que recorden haver begut vi en l'últim any



Torna

	TOTAL	Gènere		Edat			Gènere/Edat						Província				Freqüència beu vi		
		Home	Dona	18 a 30 anys	31 a 45 anys	46 a 65 anys	Homes 18 a 30 anys	Dones 18 a 30 anys	Homes 31 a 45 anys	Dones 31 a 45 anys	Homes 46 a 65 anys	Dones 46 a 65 anys	Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona	Setmanal	Mensual	Anual
Base	797	408	389	150	252	395	49	101	140	112	219	176	563	95	44	95	188	302	307
DO Penedès	45%	45%	45%	35%	43%	51%	34%	36%	43%	43%	51%	50%	47%	44%	34%	42%	57%	53%	30%
DO Ribera del Duero	39%	46%	32%	18%	38%	48%	17%	19%	43%	33%	58%	38%	41%	37%	24%	35%	53%	46%	24%
DOC Rioja	38%	43%	34%	26%	36%	44%	32%	21%	41%	31%	48%	41%	40%	37%	27%	34%	58%	40%	25%
DOQ Priorat	38%	43%	33%	22%	40%	43%	25%	18%	38%	43%	52%	33%	38%	35%	17%	49%	53%	46%	21%
DO Catalunya	35%	36%	33%	37%	33%	35%	41%	33%	33%	32%	37%	34%	34%	44%	35%	35%	51%	35%	25%
DO Montsant	26%	27%	25%	12%	30%	29%	11%	13%	26%	34%	34%	24%	26%	23%	19%	33%	40%	33%	10%
DO Cava	25%	28%	23%	15%	19%	33%	14%	16%	19%	20%	38%	27%	26%	28%	10%	27%	39%	26%	16%
DO Empordà	24%	27%	21%	24%	21%	26%	20%	28%	25%	18%	31%	20%	22%	65%	7%	8%	32%	29%	15%
DO Rueda	21%	23%	20%	14%	22%	24%	15%	14%	22%	22%	27%	21%	23%	20%	9%	19%	33%	26%	10%
DO Terra Alta	21%	21%	20%	14%	26%	20%	15%	13%	23%	29%	23%	17%	17%	27%	17%	42%	29%	25%	11%
DO Costers del Segre	18%	20%	15%	9%	16%	22%	10%	9%	19%	13%	24%	19%	16%	11%	56%	15%	30%	23%	4%
DO Alella	14%	15%	14%	11%	14%	16%	13%	10%	15%	14%	16%	15%	17%	14%	0%	3%	22%	16%	8%
DO de França	9%	10%	8%	10%	8%	10%	15%	6%	8%	8%	10%	9%	9%	16%	3%	7%	20%	9%	3%
DO Conca de Barberà	8%	10%	6%	6%	8%	9%	4%	8%	10%	6%	13%	6%	7%	6%	11%	19%	16%	10%	3%
DO d'Itàlia	8%	10%	6%	10%	5%	9%	14%	6%	8%	3%	10%	8%	8%	11%	5%	7%	11%	10%	5%
DO Tarragona	8%	10%	6%	13%	7%	6%	16%	11%	9%	5%	8%	4%	6%	3%	7%	22%	15%	6%	4%
DO Pla de Bages	6%	8%	4%	7%	6%	6%	9%	5%	7%	4%	9%	3%	7%	3%	11%	2%	10%	8%	2%
Altres DO d'Espanya	9%	11%	7%	8%	8%	10%	12%	4%	8%	8%	13%	8%	9%	5%	10%	11%	15%	9%	5%
DO d'altres països	3%	3%	3%	2%	4%	3%	0%	4%	4%	3%	4%	3%	3%	6%	5%	1%	6%	4%	1%
No és vi amb DO	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	3%	2%	1%	3%	2%	6%	5%	1%	1%	1%	4%
No sé d'on són els vins que he begut	13%	11%	15%	19%	14%	10%	15%	23%	14%	15%	8%	12%	14%	9%	15%	13%	4%	8%	24%

Proporció consum vi català



Proporció vegades beu vi català vs. fora

		Gènere		Edat			Gènere/Edat						Província				Freqüència beu vi		
	TOTAL	Home	Dona	18 a 30 anys	31 a 45 anys	46 a 65 anys	Homes 18 a 30 anys	Dones 18 a 30 anys	Homes 31 a 45 anys	Dones 31 a 45 anys	Homes 46 a 65 anys	Dones 46 a 65 anys	Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona	Setmanal	Mensual	Anual
Base	797	408	389	150	252	395	49	101	140	112	219	176	563	95	44	95	188	302	307
Vi català	49%	49%	49%	44%	50%	50%	43%	46%	50%	51%	51%	50%	47%	53%	52%	56%	51%	52%	45%
Vi de fora de Catalunya	34%	37%	31%	31%	33%	37%	37%	25%	37%	28%	37%	36%	35%	32%	30%	32%	41%	36%	28%
No sé d'on era el vi	17%	14%	20%	25%	17%	13%	20%	29%	14%	21%	12%	14%	18%	15%	18%	12%	8%	12%	27%

Vegades beu vi català

		Gènere		Edat			Gènere/Edat						Província				Freqüència beu vi		
	TOTAL	Home	Dona	18 a 30 anys	31 a 45 anys	46 a 65 anys	Homes 18 a 30 anys	Dones 18 a 30 anys	Homes 31 a 45 anys	Dones 31 a 45 anys	Homes 46 a 65 anys	Dones 46 a 65 anys	Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona	Setmanal	Mensual	Anual
Base	797	408	389	150	252	395	49	101	140	112	219	176	563	95	44	95	188	302	307
Sempre, 100% de les ocasions	10%	8%	11%	7%	11%	10%	6%	8%	8%	13%	9%	11%	9%	9%	11%	12%	10%	8%	11%
Entre el 51% i el 99% de les ocasions	33%	35%	30%	29%	34%	33%	24%	33%	36%	31%	38%	28%	30%	42%	38%	39%	33%	38%	27%
El 50% de les ocasions	16%	14%	18%	15%	15%	17%	20%	11%	13%	17%	13%	21%	16%	14%	12%	18%	16%	17%	15%
Entre l'1% i el 49% de les ocasions	28%	30%	25%	31%	26%	28%	33%	29%	31%	20%	29%	27%	29%	25%	32%	24%	33%	28%	24%
Mai, 0% de les ocasions	14%	13%	16%	18%	16%	12%	17%	19%	13%	19%	12%	13%	17%	11%	7%	8%	8%	9%	23%

Base: Beu vi almenys un cop l'any
P35: De les últimes 10 ocasions on has begut vi, podries dir en quantes ocasions era vi català o vi de fora de Catalunya?
Baròmetre català de consum del vi (4ª onada, 2025)

Aspectes més importants en la tria d'un vi



Aspecte més important (1er lloc)

	TOTAL	Gènere		Edat			Gènere/Edat						Província				Freqüència beu vi		
		Home	Dona	18 a 30 anys	31 a 45 anys	46 a 65 anys	Homes 18 a 30 anys	Dones 18 a 30 anys	Homes 31 a 45 anys	Dones 31 a 45 anys	Homes 46 a 65 anys	Dones 46 a 65 anys	Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona	Setmanal	Mensual	Anual
Base	797	408	389	150	252	395	49	101	140	112	219	176	563	95	44	95	188	302	307
La DO / Regió d'origen	30%	33%	28%	10%	28%	40%	6%	12%	31%	26%	44%	36%	29%	34%	26%	36%	36%	31%	26%
El preu	23%	23%	23%	45%	21%	16%	44%	46%	23%	19%	16%	16%	25%	18%	20%	18%	19%	21%	27%
El tipus de raïm	8%	6%	9%	6%	10%	7%	8%	5%	6%	13%	6%	8%	9%	3%	7%	3%	7%	11%	5%
La marca	10%	10%	10%	9%	8%	11%	11%	8%	9%	6%	10%	13%	9%	9%	11%	15%	10%	9%	10%
El disseny (de l'ampolla, etiqueta)	2%	3%	2%	3%	4%	2%	5%	1%	4%	4%	2%	1%	3%	2%	2%	0%	2%	3%	2%
Les ressenyes, les valoracions	6%	6%	7%	6%	8%	6%	3%	8%	8%	7%	6%	6%	7%	6%	6%	6%	8%	7%	4%
La facilitat de trobar-lo	3%	3%	3%	5%	4%	2%	4%	5%	5%	3%	2%	2%	3%	2%	4%	4%	3%	2%	4%
L'anyada	1%	1%	1%	1%	2%	1%	2%	1%	1%	2%	1%	1%	0%	3%	5%	3%	2%	1%	0%
Envelliment del vi (jove, criança,...)	8%	7%	8%	6%	8%	7%	7%	6%	8%	9%	7%	8%	7%	10%	11%	6%	7%	9%	7%
El grau alcohòlic	3%	3%	3%	5%	2%	2%	8%	3%	3%	2%	1%	4%	2%	3%	7%	4%	2%	3%	3%
Producció ecològica / biodinàmica	2%	1%	2%	2%	2%	2%	0%	3%	1%	3%	2%	2%	2%	2%	0%	2%	1%	0%	4%
Premis / Concursos guanyat	1%	2%	0%	1%	1%	1%	2%	0%	1%	0%	1%	1%	1%	2%	0%	0%	1%	1%	1%

Total aspectes (1er + 2on + Altres)

	TOTAL	Gènere		Edat			Gènere/Edat						Província				Freqüència beu vi		
		Home	Dona	18 a 30 anys	31 a 45 anys	46 a 65 anys	Homes 18 a 30 anys	Dones 18 a 30 anys	Homes 31 a 45 anys	Dones 31 a 45 anys	Homes 46 a 65 anys	Dones 46 a 65 anys	Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona	Setmanal	Mensual	Anual
La DO / Regió d'origen	53%	57%	50%	29%	51%	64%	26%	33%	55%	46%	68%	59%	52%	58%	40%	62%	64%	55%	45%
El preu	65%	65%	64%	71%	66%	62%	69%	74%	65%	67%	64%	59%	67%	57%	55%	67%	65%	62%	68%
El tipus de raïm	25%	24%	26%	19%	30%	25%	18%	20%	29%	32%	24%	25%	26%	22%	18%	27%	27%	33%	17%
La marca	40%	42%	38%	35%	37%	43%	36%	34%	40%	33%	45%	42%	39%	31%	54%	43%	40%	40%	39%
El disseny (de l'ampolla, etiqueta)	18%	21%	15%	28%	20%	13%	38%	20%	21%	20%	15%	11%	18%	24%	16%	13%	14%	23%	16%
Les ressenyes, les valoracions	25%	24%	25%	23%	27%	24%	13%	33%	29%	24%	26%	23%	24%	18%	41%	29%	24%	30%	21%
La facilitat de trobar-lo	18%	16%	19%	25%	18%	14%	24%	26%	21%	14%	10%	19%	19%	8%	14%	20%	15%	17%	20%
L'anyada	14%	16%	12%	13%	13%	15%	12%	14%	15%	10%	18%	13%	13%	18%	15%	14%	13%	17%	12%
Envelliment del vi (jove, criança,...)	28%	31%	25%	26%	27%	30%	29%	23%	30%	24%	33%	27%	27%	32%	30%	30%	32%	31%	24%
El grau alcohòlic	14%	14%	14%	20%	14%	11%	25%	16%	14%	14%	10%	13%	14%	14%	15%	13%	11%	13%	17%
Producció ecològica / biodinàmica	13%	12%	13%	10%	14%	13%	10%	11%	14%	14%	12%	14%	13%	11%	8%	15%	9%	12%	15%
Premis / Concursos guanyat	12%	15%	9%	12%	15%	10%	13%	11%	20%	9%	13%	8%	12%	12%	12%	14%	13%	13%	10%

Base: Beu vi, escumós o cava almenys un cop l'any
P7C: Centrant-nos en el vi (negre, blanc, rosat, escumós o cava), quin és el principal aspecte que tens en compte en el moment d'escollir un vi? I en segon lloc? Algun altre?
Baròmetre català de consum del vi (4ª onada, 2025)

Propostes agradaria que oferissin en bars i restaurants



	TOTAL	Gènere		Edat			Gènere/Edat						Província				Freqüència beu vi		
		Home	Dona	18 a 30 anys	31 a 45 anys	46 a 65 anys	Homes 18 a 30 anys	Dones 18 a 30 anys	Homes 31 a 45 anys	Dones 31 a 45 anys	Homes 46 a 65 anys	Dones 46 a 65 anys	Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona	Setmanal	Mensual	Anual
Base	797	408	389	150	252	395	49	101	140	112	219	176	563	95	44	95	188	302	307
Servir el vi amb snacks salats	61%	59%	64%	65%	57%	63%	68%	63%	52%	63%	60%	66%	63%	52%	52%	62%	68%	61%	57%
Prendre el vi en una copa refredada com es fa amb la cervesa	29%	24%	34%	33%	31%	26%	29%	37%	32%	29%	18%	35%	29%	22%	36%	29%	29%	30%	28%
Barrejar el vi amb gasosa (com calimotxo o tinto de verano)	23%	24%	22%	31%	23%	20%	32%	30%	26%	20%	21%	20%	23%	23%	23%	27%	22%	20%	27%
Cocktails amb vi	20%	20%	21%	27%	21%	18%	27%	27%	25%	16%	14%	22%	22%	16%	12%	20%	25%	20%	18%
Oferir vi sense alcohol	19%	15%	22%	22%	21%	16%	23%	21%	20%	21%	9%	23%	17%	20%	38%	18%	16%	16%	22%
Servir el vi amb snacks dolços o gominols	14%	13%	15%	22%	17%	9%	22%	22%	14%	20%	9%	9%	15%	9%	22%	11%	15%	16%	12%
Oferir glaçons per afegir al vi	9%	8%	10%	13%	12%	6%	14%	13%	10%	14%	4%	7%	10%	9%	12%	2%	9%	9%	9%
Altres propostes per a prendre vi	8%	9%	6%	6%	3%	11%	7%	5%	4%	2%	13%	9%	7%	8%	14%	10%	11%	10%	3%

Frens al consum del vi



		Gènere		Edat			Gènere/Edat						Província				Freqüència beu vi	
	TOTAL	Home	Dona	18 a 30 anys	31 a 45 anys	46 a 65 anys	Homes 18 a 30 anys	Dones 18 a 30 anys	Homes 31 a 45 anys	Dones 31 a 45 anys	Homes 46 a 65 anys	Dones 46 a 65 anys	Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona	Anual	No beu vi
Base	494	224	270	122	169	203	46	76	85	84	93	110	358	53	27	56	296	198
No vull beure alcohol	32%	30%	36%	37%	29%	34%	38%	35%	22%	36%	31%	36%	31%	33%	54%	37%	32%	35%
No m'agrada el sabor del vi	20%	34%	32%	45%	31%	26%	47%	42%	37%	26%	20%	31%	35%	29%	26%	26%	21%	50%
Prefereixo altres begudes amb alcohol	18%	15%	11%	16%	14%	10%	11%	21%	22%	7%	12%	9%	14%	16%	9%	7%	18%	6%
No és saludable	15%	10%	14%	11%	15%	11%	11%	12%	9%	21%	11%	11%	11%	5%	10%	27%	15%	9%
No se'm posa bé	11%	8%	10%	8%	9%	9%	11%	5%	3%	14%	10%	9%	9%	11%	10%	4%	11%	6%
Una ampolla de 75 cl. és massa quantitat i se'm fa malbé	10%	7%	5%	5%	4%	7%	4%	5%	6%	3%	10%	6%	5%	6%	10%	7%	10%	0%
No puc beure'n (per tractament mèdic, embaràs o lactància)	8%	3%	12%	4%	9%	10%	0%	8%	1%	16%	7%	13%	7%	12%	15%	6%	7%	9%
No en sé prou, no hi entenc	6%	5%	4%	5%	7%	2%	6%	4%	9%	5%	1%	3%	4%	9%	3%	4%	6%	2%
Té massa alcohol	6%	5%	4%	5%	6%	2%	7%	3%	5%	6%	3%	2%	5%	0%	0%	3%	6%	1%
És massa car	5%	5%	3%	8%	3%	2%	9%	7%	4%	3%	4%	1%	4%	2%	9%	5%	5%	2%

Consum de vi sense alcohol



Ha begut vi sense alcohol

		Gènere		Edat			Gènere/Edat						Província				Freqüència beu vi				
	TOTAL	Home	Dona	18 a 30 anys	31 a 45 anys	46 a 65 anys	Homes 18 a 30 anys	Dones 18 a 30 anys	Homes 31 a 45 anys	Dones 31 a 45 anys	Homes 46 a 65 anys	Dones 46 a 65 anys	Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona	Setmanal	Mensual	Anual	Altres alcohol	Abstemi
Base	1000	500	500	215	324	461	79	136	176	148	245	216	714	112	58	116	188	302	307	86	117
Sí, aquest últim any	10%	10%	10%	14%	11%	7%	12%	17%	14%	7%	5%	9%	9%	13%	19%	7%	19%	10%	8%	3%	5%
Sí, fa més d'un any	17%	16%	17%	15%	17%	17%	15%	16%	12%	22%	19%	15%	18%	18%	3%	15%	18%	19%	17%	6%	15%
Mai he begut vi sense alcohol	74%	74%	73%	70%	73%	76%	73%	68%	74%	71%	76%	77%	73%	70%	78%	79%	63%	71%	76%	91%	80%
TOTAL «SI»	26%	26%	27%	30%	28%	24%	27%	32%	26%	29%	24%	23%	27%	30%	22%	21%	37%	29%	25%	9%	21%

Motius no beu vi sense alcohol

		Gènere		Edat			Gènere/Edat						Província				Freqüència beu vi				
	TOTAL	Home	Dona	18 a 30 anys	31 a 45 anys	46 a 65 anys	Homes 18 a 30 anys	Dones 18 a 30 anys	Homes 31 a 45 anys	Dones 31 a 45 anys	Homes 46 a 65 anys	Dones 46 a 65 anys	Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona	Setmanal	Mensual	Anual	Altres alcohol	Abstemi
Base	739	375	362	150	236	353	58	92	130	105	187	165	523	79	45	92	119	216	233	78	93
No m’interessa el vi sense alcohol	40%	46%	33%	38%	42%	39%	42%	34%	44%	40%	49%	29%	41%	29%	29%	44%	50%	46%	30%	36%	40%
No sabia que existís	32%	29%	36%	40%	34%	27%	37%	42%	30%	38%	24%	31%	30%	45%	28%	36%	25%	27%	34%	46%	35%
No ho tinc present quan compro/escullo un vi	24%	24%	23%	23%	23%	25%	27%	18%	25%	20%	22%	28%	23%	23%	32%	25%	27%	33%	30%	3%	2%
No m’agrada el sabor del vi sense alcohol	13%	12%	13%	18%	10%	11%	19%	17%	10%	11%	10%	13%	13%	12%	9%	11%	15%	7%	9%	25%	21%
No en trobo (al punt de venda, bars, restaurants, ...)	8%	8%	8%	10%	10%	6%	10%	10%	12%	8%	5%	7%	7%	11%	7%	13%	10%	10%	11%	2%	1%

Base: Total població
P21: Has begut vi sense alcohol alguna vegada? / P22: Per què no has begut mai vi sense alcohol?
Baròmetre català de consum del vi (4ª onada, 2025)

Potencial del vi amb menys/sense alcohol entre els que beuen



Beuria més vi si tingués menys alcohol

		Gènere		Edat			Gènere/Edat						Província				Freqüència beu vi		
	TOTAL	Home	Dona	18 a 30 anys	31 a 45 anys	46 a 65 anys	Homes 18 a 30 anys	Dones 18 a 30 anys	Homes 31 a 45 anys	Dones 31 a 45 anys	Homes 46 a 65 anys	Dones 46 a 65 anys	Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona	Setmanal	Mensual	Anual
Base	797	408	389	150	252	395	49	101	140	112	219	176	563	95	44	95	188	302	307
Gens d'acord	37%	43%	30%	32%	34%	40%	38%	27%	38%	30%	47%	32%	37%	43%	22%	37%	38%	35%	38%
Poc d'acord	35%	31%	39%	30%	35%	37%	23%	36%	30%	41%	35%	39%	35%	30%	34%	38%	34%	38%	33%
Bastant d'acord	22%	22%	23%	31%	24%	18%	33%	30%	26%	22%	15%	21%	23%	20%	31%	19%	23%	21%	24%
Molt d'acord	6%	5%	8%	7%	7%	5%	6%	8%	6%	8%	3%	8%	6%	6%	13%	6%	6%	6%	6%
TOTAL “Molt + Bastant”	28%	26%	31%	38%	31%	23%	39%	38%	32%	30%	18%	29%	28%	26%	43%	25%	28%	27%	30%

Beuria més vi si no tingués alcohol

		Gènere		Edat			Gènere/Edat						Província				Freqüència beu vi		
	TOTAL	Home	Dona	18 a 30 anys	31 a 45 anys	46 a 65 anys	Homes 18 a 30 anys	Dones 18 a 30 anys	Homes 31 a 45 anys	Dones 31 a 45 anys	Homes 46 a 65 anys	Dones 46 a 65 anys	Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona	Setmanal	Mensual	Anual
Base	797	408	389	150	252	395	49	101	140	112	219	176	563	95	44	95	188	302	307
Gens d'acord	45%	51%	40%	36%	40%	52%	40%	33%	43%	37%	59%	44%	45%	58%	34%	42%	47%	45%	44%
Poc d'acord	29%	28%	30%	24%	32%	30%	19%	28%	31%	33%	29%	30%	30%	21%	37%	31%	26%	32%	28%
Bastant d'acord	18%	16%	20%	32%	18%	13%	31%	33%	19%	17%	9%	16%	19%	16%	19%	18%	19%	17%	19%
Molt d'acord	8%	5%	10%	8%	10%	6%	10%	7%	7%	13%	2%	10%	7%	6%	10%	10%	8%	6%	9%
TOTAL “Molt + Bastant”	26%	22%	30%	40%	28%	19%	41%	40%	27%	30%	12%	26%	26%	22%	29%	27%	26%	23%	28%

Base: Beu vi, escumós o cava almenys un cop l’any
P28: En quina mesura estàs d'acord amb les següents frases?
Baròmetre català de consum del vi (4ª onada, 2025)

Activitats d'enoturisme realitzades

Ha fet enoturisme



		Gènere		Edat			Gènere/Edat						Província				Freqüència beu vi				
	TOTAL	Home	Dona	18 a 30 anys	31 a 45 anys	46 a 65 anys	Homes 18 a 30 anys	Dones 18 a 30 anys	Homes 31 a 45 anys	Dones 31 a 45 anys	Homes 46 a 65 anys	Dones 46 a 65 anys	Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona	Setmanal	Mensual	Anual	Altres alcohol	Abstemi
Base	1000	500	500	215	324	461	79	136	176	148	245	216	714	112	58	116	188	302	307	86	117
Sí, aquest últim any	11%	12%	11%	15%	11%	10%	14%	17%	11%	12%	12%	7%	10%	18%	10%	17%	25%	14%	6%	0%	5%
Sí, fa més d'un any	31%	31%	30%	19%	33%	35%	16%	23%	32%	34%	37%	32%	30%	29%	35%	34%	42%	41%	28%	10%	9%
Mai he fet cap activitat d'enoturisme	58%	57%	59%	66%	56%	56%	70%	61%	57%	55%	51%	61%	60%	53%	55%	50%	33%	45%	66%	90%	86%
TOTAL «Sí»	42%	43%	41%	34%	44%	44%	30%	39%	43%	45%	49%	39%	40%	47%	45%	50%	67%	55%	34%	10%	14%

Activitats d'enoturisme realitzades

	TOTAL	Home	Dona	18 a 30 anys	31 a 45 anys	46 a 65 anys	Homes 18 a 30 anys	Dones 18 a 30 anys	Homes 31 a 45 anys	Dones 31 a 45 anys	Homes 46 a 65 anys	Dones 46 a 65 anys	Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona	Setmanal	Mensual	Anual	Altres alcohol	Abstemi
Base	425	220	205	78	143	204	24	54	76	67	120	84	287	54	26*	58	126	168	106	9*	16*
Visita a cellers o cooperatives amb un tast o maridatge	81%	79%	83%	52%	86%	89%	46%	57%	84%	88%	87%	92%	81%	86%	82%	77%	81%	84%	81%	88%	55%
Anar a una fira de vins i escumosos	40%	41%	38%	27%	41%	44%	35%	20%	45%	37%	41%	47%	37%	37%	31%	60%	47%	47%	26%	43%	8%
Ruta entre vinyes	36%	38%	34%	34%	34%	39%	35%	32%	36%	32%	41%	37%	36%	49%	20%	37%	44%	35%	32%	44%	18%
Visitar museus o centres d'interpretació del vi i el cava	29%	29%	29%	28%	26%	32%	24%	31%	24%	28%	33%	30%	31%	18%	41%	25%	36%	29%	22%	12%	29%
Ruta del vi per diferents localitats	21%	23%	20%	32%	16%	21%	37%	27%	14%	18%	25%	17%	20%	29%	19%	27%	28%	26%	11%	0%	6%
Participar en una verema recollint i premsant raïm	10%	12%	9%	19%	7%	9%	29%	11%	9%	5%	8%	11%	10%	6%	16%	13%	16%	10%	7%	0%	0%
Dormir a les instal·lacions que ofereix el celler	9%	10%	9%	16%	8%	8%	20%	12%	7%	9%	9%	8%	8%	9%	16%	16%	16%	9%	5%	0%	0%
Activitats esportives entre vinyes	8%	9%	7%	19%	7%	5%	21%	16%	9%	6%	6%	4%	9%	0%	24%	7%	12%	10%	1%	0%	15%

Base: Total població / *Base molt petita, no vàlida per interpretar resultats.
P18: Has fet alguna activitat d'enoturisme alguna vegada? / P19: Quin tipus d'activitats d'enoturisme has fet alguna vegada?
Baròmetre català de consum del vi (4ª onada, 2025)

Activitats d'enoturisme farien



Torna

Farien alguna activitat d'enoturisme

		Gènere		Edat			Gènere/Edat						Província				Freqüència beu vi				
	TOTAL	Home	Dona	18 a 30 anys	31 a 45 anys	46 a 65 anys	Homes 18 a 30 anys	Dones 18 a 30 anys	Homes 31 a 45 anys	Dones 31 a 45 anys	Homes 46 a 65 anys	Dones 46 a 65 anys	Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona	Setmanal	Mensual	Anual	Altres alcohol	Abstemi
Base	1000	500	500	215	324	461	79	136	176	148	245	216	714	112	58	116	188	302	307	86	117
Seleccionen alguna	72%	71%	72%	63%	71%	77%	56%	69%	71%	71%	79%	75%	71%	70%	80%	74%	91%	89%	70%	33%	34%
No en seleccionen cap	28%	29%	28%	38%	29%	23%	44%	31%	29%	29%	21%	25%	29%	30%	20%	26%	9%	11%	31%	67%	67%

Activitats d'enoturisme realitzades

	TOTAL	Home	Dona	18 a 30 anys	31 a 45 anys	46 a 65 anys	Homes 18 a 30 anys	Dones 18 a 30 anys	Homes 31 a 45 anys	Dones 31 a 45 anys	Homes 46 a 65 anys	Dones 46 a 65 anys	Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona	Setmanal	Mensual	Anual	Altres alcohol	Abstemi
Base	722	360	362	140	229	353	45	95	123	106	192	161	511	79	46	86	172	268	213	29*	40
Visitar cellers o cooperatives amb un tast o maridatge	52%	56%	47%	45%	45%	58%	46%	44%	48%	42%	65%	52%	51%	43%	51%	66%	65%	59%	42%	19%	20%
Visitar cellers per veure com s'elabora el vi	45%	46%	45%	37%	39%	53%	35%	39%	42%	35%	53%	53%	45%	49%	50%	40%	47%	49%	42%	45%	32%
Ruta entre vinyes amb explicacions sobre natura,...	36%	33%	38%	38%	31%	38%	39%	36%	31%	30%	33%	44%	35%	44%	25%	38%	38%	40%	31%	45%	22%
Anar a fira de vins escumosos	32%	37%	28%	37%	31%	32%	38%	36%	34%	27%	38%	26%	33%	32%	24%	34%	47%	35%	27%	6%	1%
Activitats culturals (concerts, comèdia, cinema, dansa)	28%	29%	27%	34%	30%	24%	37%	32%	33%	28%	24%	25%	27%	29%	29%	35%	25%	32%	25%	33%	31%
Participar en una verema recollint i premsant raïm	24%	18%	30%	31%	24%	20%	19%	41%	18%	31%	17%	24%	25%	28%	14%	17%	23%	28%	23%	10%	14%
Dormir a les instal·lacions que ofereix el celler	23%	23%	23%	24%	21%	24%	23%	24%	21%	20%	24%	24%	24%	24%	20%	20%	28%	23%	18%	30%	21%
Activitats esportives entre vinyes	14%	18%	10%	25%	14%	8%	32%	19%	19%	9%	11%	6%	13%	13%	23%	15%	18%	12%	12%	9%	12%
Per a famílies amb infants	13%	14%	13%	9%	22%	9%	16%	2%	18%	27%	10%	8%	12%	6%	23%	22%	13%	13%	13%	18%	14%
Per a persones abstèmies	9%	8%	11%	10%	8%	9%	12%	9%	9%	8%	6%	13%	8%	11%	22%	10%	12%	4%	11%	10%	24%

Base: Total població / *Base molt petita, no vàlida per interpretar resultats.
P20: Quines d'aquestes activitats relacionades amb el món del vi t'agradaria fer en el proper any?
Baròmetre català de consum del vi (4ª onada, 2025)

Què representa el valor del vi català



		Gènere		Edat			Gènere/Edat						Província				Freqüència beu vi				
	TOTAL	Home	Dona	18 a 30 anys	31 a 45 anys	46 a 65 anys	Homes 18 a 30 anys	Dones 18 a 30 anys	Homes 31 a 45 anys	Dones 31 a 45 anys	Homes 46 a 65 anys	Dones 46 a 65 anys	Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona	Setmanal	Mensual	Anual	Altres alcohol	Abstemi
Base	1000	500	500	215	324	461	79	136	176	148	245	216	714	112	58	116	188	302	307	86	117
Qualitat	30,1%	29,9%	30,4%	22,5%	28,1%	35,4%	20,5%	24,7%	25,4%	30,9%	38,1%	32,7%	30,1%	28,1%	33,1%	31,2%	34,8%	39,0%	27,1%	17,3%	18,6%
Tradició	16,9%	17,0%	16,9%	13,7%	17,6%	18,1%	16,7%	10,5%	15,8%	19,4%	17,9%	18,3%	17,2%	18,1%	17,7%	13,6%	13,7%	20,3%	17,4%	13,4%	15,1%
Proximitat	15,6%	14,6%	16,6%	12,8%	14,9%	17,5%	10,7%	15,1%	14,6%	15,2%	16,6%	18,3%	14,7%	23,8%	28,7%	7,4%	15,0%	22,2%	16,7%	4,3%	5,9%
Sabor	13,7%	11,0%	16,5%	13,2%	17,9%	11,2%	13,2%	13,3%	14,2%	21,8%	7,6%	14,7%	14,7%	8,9%	7,7%	14,5%	16,1%	14,8%	10,5%	15,5%	14,1%
Cultura	8,3%	8,6%	8,0%	10,4%	10,4%	5,9%	9,1%	11,7%	10,4%	10,3%	7,1%	4,8%	8,4%	5,4%	8,7%	10,2%	6,0%	9,5%	8,1%	14,8%	4,9%
Terra	7,3%	5,0%	9,7%	8,1%	9,1%	5,8%	4,7%	11,6%	7,1%	11,2%	3,6%	7,9%	7,3%	7,9%	9,6%	5,9%	4,7%	9,9%	8,1%	6,1%	3,9%
Bo	7,1%	7,2%	7,1%	8,3%	5,6%	7,6%	11,6%	4,8%	4,7%	6,5%	6,7%	8,5%	7,3%	7,3%	5,5%	6,5%	8,2%	4,7%	8,1%	4,7%	10,8%
Origen	3,2%	3,0%	3,3%	2,3%	5,5%	2,0%	1,3%	3,3%	5,7%	5,4%	2,0%	2,0%	3,5%	1,7%	4,6%	1,6%	3,4%	2,2%	3,0%	6,7%	3,0%
Autèntic	3,0%	3,0%	3,0%	2,7%	3,2%	3,0%	2,5%	2,9%	4,2%	2,1%	2,3%	3,7%	3,3%	0,0%	1,8%	4,5%	2,0%	2,5%	4,3%	3,1%	2,7%
Varietat	3,0%	3,0%	2,9%	2,3%	3,4%	3,0%	2,9%	1,7%	3,3%	3,5%	2,8%	3,1%	3,1%	2,3%	0,0%	4,3%	4,3%	3,7%	2,5%	3,1%	0,0%
Denominació d origen	2,7%	3,1%	2,3%	1,0%	3,0%	3,4%	1,3%	0,6%	4,5%	1,3%	3,1%	3,7%	3,1%	0,9%	5,5%	0,0%	2,1%	3,1%	2,5%	4,1%	2,0%
Història	2,7%	3,4%	2,1%	3,2%	3,2%	2,1%	3,9%	2,3%	3,1%	3,4%	3,3%	1,0%	3,2%	0,0%	3,5%	1,6%	3,9%	2,4%	2,5%	3,5%	1,7%
Família/r	2,3%	0,9%	3,7%	2,3%	1,8%	2,7%	0,0%	4,7%	0,5%	3,2%	1,7%	3,6%	2,1%	3,4%	5,0%	1,5%	3,3%	3,0%	2,0%	1,2%	0,7%
País	2,3%	2,4%	2,3%	0,0%	2,1%	3,6%	0,0%	0,0%	2,3%	1,9%	3,7%	3,6%	1,6%	4,9%	5,0%	3,2%	4,5%	1,7%	2,2%	1,0%	1,8%
Preu	2,3%	2,1%	2,5%	1,6%	1,8%	2,9%	1,3%	1,9%	1,0%	2,6%	3,2%	2,7%	2,0%	2,8%	1,2%	4,2%	3,1%	4,2%	0,6%	0,0%	2,0%
Identitat	2,2%	2,1%	2,2%	2,8%	1,1%	2,6%	2,6%	3,1%	1,5%	0,7%	2,4%	2,8%	2,1%	3,9%	1,5%	1,4%	3,3%	1,7%	2,3%	0,0%	2,9%
Proper	2,2%	3,3%	1,0%	1,7%	1,8%	2,7%	2,7%	0,6%	2,9%	0,7%	4,0%	1,4%	2,4%	1,0%	3,3%	1,6%	2,1%	2,8%	2,3%	0,0%	2,0%
Barat / Econòmic	2,0%	2,1%	2,0%	1,4%	3,0%	1,7%	1,4%	1,5%	4,5%	1,4%	0,7%	2,7%	2,4%	0,8%	0,0%	1,5%	0,0%	2,2%	3,8%	0,0%	1,9%

Base: Total població (n=1000)
P34: Podries escriure 3 paraules que per a tu representen el valor que té el vi català?
Baròmetre català de consum del vi (4ª onada, 2025)

Canals recorden i canals s’hi fixen més



Torna

Canals recorda haver vist campanyes

		Gènere		Edat			Gènere/Edat						Província				Freqüència beu vi				
	TOTAL	Home	Dona	18 a 30 anys	31 a 45 anys	46 a 65 anys	Homes 18 a 30 anys	Dones 18 a 30 anys	Homes 31 a 45 anys	Dones 31 a 45 anys	Homes 46 a 65 anys	Dones 46 a 65 anys	Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona	Setmanal	Mensual	Anual	Altres alcohol	Abstemi
Base	475	252	223	106	156	213	45	61	90	66	117	96	329	59	35	52	121	166	126	28*	34
Televisió	66%	70%	62%	58%	62%	74%	65%	49%	67%	56%	75%	73%	66%	64%	82%	60%	62%	68%	67%	74%	68%
Xarxes socials	31%	29%	32%	40%	31%	25%	35%	46%	33%	29%	22%	28%	29%	41%	24%	33%	37%	32%	25%	28%	26%
Prensa o revistes en paper	19%	21%	17%	11%	19%	24%	7%	17%	22%	15%	29%	19%	18%	26%	15%	21%	25%	21%	16%	16%	6%
Radio	18%	21%	14%	18%	16%	19%	20%	14%	21%	10%	21%	16%	15%	22%	21%	30%	27%	18%	12%	6%	13%
Canals digitals	16%	18%	13%	27%	14%	11%	27%	27%	15%	12%	15%	6%	15%	14%	14%	23%	25%	12%	14%	12%	11%
Marquesines al carrer	13%	13%	12%	19%	12%	10%	18%	21%	12%	11%	10%	9%	13%	11%	7%	14%	21%	9%	11%	12%	9%
Transport públic	9%	9%	9%	17%	5%	8%	18%	16%	5%	6%	7%	8%	9%	8%	3%	19%	15%	9%	6%	3%	8%

Canals més s’hi fixa a les campanyes

	TOTAL	Home	Dona	18 a 30 anys	31 a 45 anys	46 a 65 anys	Homes 18 a 30 anys	Dones 18 a 30 anys	Homes 31 a 45 anys	Dones 31 a 45 anys	Homes 46 a 65 anys	Dones 46 a 65 anys	Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona	Setmanal	Mensual	Anual	Altres alcohol	Abstemi
Base	475	252	223	106	156	213	45	61	90	66	117	96	329	59	35	52	121	166	126	28*	34
Televisió	67%	67%	67%	54%	61%	78%	56%	51%	62%	60%	78%	79%	66%	68%	85%	61%	64%	67%	67%	81%	67%
Xarxes socials	49%	45%	54%	61%	53%	40%	64%	57%	50%	57%	30%	51%	50%	51%	41%	46%	45%	51%	50%	50%	55%
Canals digitals	31%	35%	26%	39%	32%	26%	44%	33%	34%	30%	31%	20%	31%	31%	20%	37%	30%	31%	36%	28%	18%
Radio	26%	29%	23%	12%	21%	38%	10%	15%	24%	17%	44%	31%	25%	28%	28%	30%	20%	29%	27%	26%	32%
Marquesines al carrer	22%	21%	23%	22%	24%	21%	21%	24%	19%	29%	22%	19%	22%	8%	28%	30%	23%	25%	13%	24%	34%
Prensa o revistes en paper	19%	22%	16%	10%	17%	26%	9%	11%	22%	11%	30%	23%	16%	25%	21%	32%	20%	24%	14%	20%	12%
Transport públic	16%	14%	19%	24%	13%	14%	23%	26%	12%	14%	10%	18%	19%	5%	12%	11%	17%	19%	14%	18%	5%

Base: Recorden alguna campanya / *Base molt petita, no vàlida per interpretar resultats.
P31: Recordes en quins canals has vist les campanyes sobre vins? / P32: En general, quins són els 3 canals on et fixes més en les campanyes que apareixen (de qualsevol temàtica)?
Baròmetre català de consum del vi (4ª onada, 2025)



Moltes gràcies!