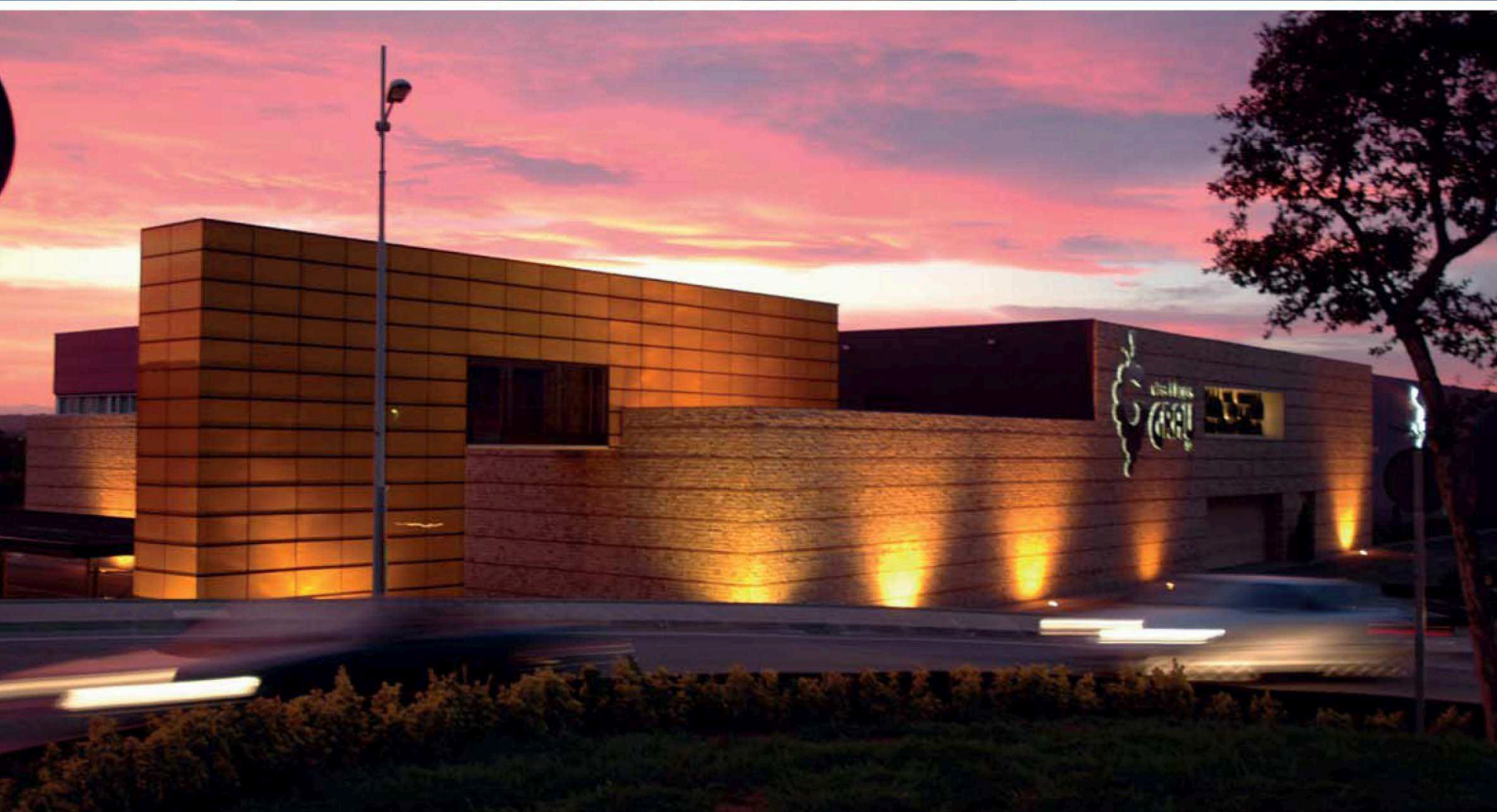


VINS I LICORS GRAU

Una referència a les comarques de Girona





Una referencia en las comarcas de Girona

Vins i Licors Grau és una empresa familiar que obrí les seves portes l'1 d'agost de 1977 amb unes instal·lacions de 1.200 m2 dedicats a la distribució de vins i licors embotellats. Durant la dècada dels 80, el negoci s'amplià: creixen les instal·lacions i les distribucions de productes en exclusiva per tota la província de Girona. A principis del 1987, neix una empresa filial, DIGISA, que es dedica únicament a les distribucions en exclusiva. El juny d'aquell mateix any, s'inaugura un magatzem logístic a Figueres amb l'objectiu de donar un millor servei a la zona fronterera i a l'Alt Empordà. L'empresa segueix creixent durant els 90 fent el salt definitiu amb el nou mil·lenni. Coincidint amb la incorporació de la nova generació, el 20 de maig del 2003, s'inauguren les actuals instal·lacions de Vins i Licors Grau amb 4.500 referències entre vins i licors que s'amplien en poc temps fins a les 9.000 actuals. Aquestes noves i espectaculars instal·lacions tenen 15.000 m2 entre zona edificada, jardins i pàrquings. Destaca el magatzem climatitzat de més de 1.000 m2 i la vinoteca de 1.200 m2 amb atenció personalitzada per sommeliers i enòlegs, zona de jocs per nens, zona de descans per gent gran, venda de llibreria especialitzada i accessoris, sala de tast, entre d'altres. El 2009 es comença el projecte de la botiga on line: www.grauonline.com on el client des de qualsevol punt d'Espanya o d'Europa pot rebre al seu domicili, en només 48 h, qualsevol de les 9.000 referències que disposen a la botiga física. Per recolzar

i difondre aquest nou canal de venda, es decideix realitzar una campanya de publicitat i rodar un espot televisiu amb la malaguenya Elisabeth Reyes, Miss España 2006 i Reina del Cava 2009.

Entrevista a Jordi i Sergi Grau, són la tercera generació de la família que ha aconseguit que Vins i Licors Grau sigui una de les empreses més importants d'Europa en la venda i distribució.

¿De petits ja tenien clar que entrarien al negoci familiar?

Jordi: No, tot i que els dos germans hi havíem col·laborat i treballat des de ben petits, en el meu cas, amb 18 anys moltes vegades no saps el que vols. M'agradava molt la música i vaig fer solfeig i piano per què m'hi volia dedicar. Finalment, però, em vaig decantar per estudiar química. Un cop vaig acabar, vaig anar agafant il·lusió pel negoci familiar estudiant enologia per poder-m'hi dedicar plenament.

Sergi: Sí. Des de ben petit ja ajudava als meus pares a la botiga que teníem al carrer Manufactures. Esperava que arribés l'estiu per donar-los un cop de mà.

¿Es fàcil o difícil el dia a dia, estant tota la família a l'empresa i a casa?

Jordi: Jo crec que és fàcil, encara que cadascú tingui el seu departament, entre tots ho fem i decidim tot i hi ha una bona entesa.

Vins i Licors Grau es una empresa familiar que abrió sus puertas el 1 de agosto de 1977 con unas instalaciones de 1.200 m2 dedicados a la distribución de vinos y licores embotellados. Durante la década de los 80, el negocio se amplió: crecen las instalaciones y las distribuciones de productos en exclusiva para toda la provincia de Girona. A principios de 1987, nace una empresa filial, DIGISA, que se dedica únicamente a las distribuciones en exclusiva. En junio de ese mismo año, se inaugura un almacén logístico en Figueres con el objetivo de dar un mejor servicio a la zona fronteriza y al Alt Empordà. La empresa sigue creciendo durante los 90 haciendo el salto definitivo con el nuevo milenio. Coincidiendo con la incorporación de la nueva generación, el 20 de mayo de 2003, se inauguran las actuales instalaciones de Vins i Licors Grau con 4.500 referencias entre vinos y licores que se amplían en poco tiempo hasta las 9.000 actuales. Estas nuevas y espectaculares instalaciones tienen 15.000 m2 entre zona edificada, jardines y aparcamientos. Destaca el almacén climatizado de más de 1.000 m2 y la vinoteca de 1.200 m2 con atención personalizada para sommeliers y enólogos, zona de juegos para niños, zona de descanso para personas mayores, venta de librería especializada y accesorios, sala de cata, entre otros. En 2009 se empieza el proyecto de la tienda online: www.grauonline.com donde el cliente desde cualquier punto de España o de Europa puede recibir en su domicilio, en sólo 48 h, cualquiera de las 9.000 referencias que disponen en la tienda física. Para apoyar y

difundir este nuevo canal de venta, se decide realizar una campaña de publicidad y rodar un spot televisivo con la malagueña Elisabeth Reyes, Miss España 2006 y Reina del Cava 2009.

Entrevista a Jordi i Sergi Grau, son la tercera generación de la familia que ha conseguido que Vins i Licors Grau sea una de las empresas mas importantes de Europa en la venta y distribución.

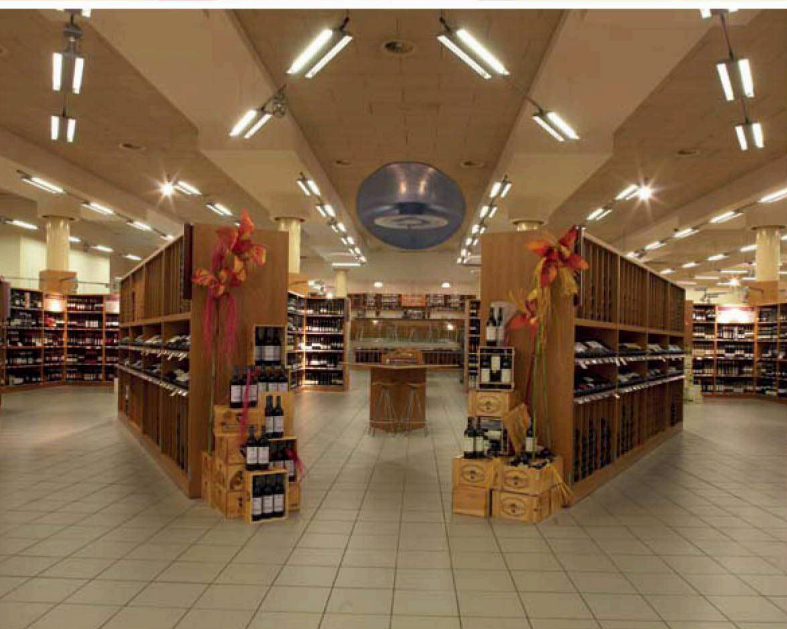
¿De pequeños ya tenían claro que entrarían en el negocio familiar?

Jordi: No, aunque los dos hermanos habíamos colaborado y trabajado desde muy pequeños, en mi caso, con 18 años muchas veces no sabes lo que quieres. Me gustaba mucho la música e hice solfeo y piano porque era a lo que me quería dedicar. Finalmente, me decanté por estudiar química. Una vez terminé, fui cogiendo ilusión por el negocio familiar estudiando enología para poderme dedicar plenamente.

Sergi: Sí. Desde bien pequeño ya ayudaba a mis padres en la tienda que teníamos en la calle Manufactures. Esperaba que llegara el verano para echarles una mano.

¿Es fácil o difícil el día a día, estando toda la familia en la empresa y en casa?

Jordi: Yo creo que es fácil, aunque cada uno tenga su departamento, entre todos lo hacemos y decidimos todo y hay un buen entendimiento.



Sergi: La veritat que és molt fàcil. Cadascú té la seva àrea de treball i no hi ha interferències d'unes àrees a les altres. El que sí que va molt bé és poder comentar els temes amb els pares o el meu germà si la qüestió ho requereix. Pel què fa a la vida a casa, quan vivíem amb els pares si que era difícil desconnectar perquè era continuar parlant de feina, però com que ara els dos fills estem casats, un cop marxem de la feina i arribem a casa deixem els maldecaps fins l'endemà.

¿Vostès son la tercera generació al negoci, com han viscut l'evolució de l'empresa?

Jordi: Hem estat participants de l'esforç i la il·lusió del dia a dia per tirar el projecte endavant.

Sergi: Realment l'empresa com a tal va començar amb els meus pares, doncs el meu avi tenia una taverna i venia principalment vi a granel. Ho he viscut des de petit, veient el dia a dia i per això sempre vaig sentir la necessitat de continuar en el negoci. A dia d'avui, quan mires enrere sembla impossible que a partir d'una petita empresa hàgim pogut arribar a ser el primer distribuïdor espanyol de vins i licors l'any 2010.

¿Quines son les seves responsabilitats?

Jordi: Em dedico a la direcció de la vinoteca i a l'assessorament tècnic de clients.

Sergi: Sóc adjunt a gerència. Entre tots ho fem tot, però em centro en les compres i vendes al major.

¿"Grauonline" es l'evolució dels sistemes de distribució, o es un complement a la distribució tradicional?

Jordi: Actualment és un complement important gràcies a la campanya televisiva que hem realitzat, entre d'altres coses. En un futur, amb les noves tecnologies a l'abast d'un tant per cent més elevat de població, crec que encara agafarà més increment.

Sergi: Per mi és un complement amb molt de futur, encara que els sistemes de distribució tradicionals no desapareixeran perquè el client i el consumidor estan acostumats a les relacions personals i això no crec que es perdi mai.

¿Quin dels sistemes de venda que tenen es el que prefereixen els seus clients?

Jordi: Si parlem de venda al públic particular, la vinoteca física avui per avui és la que té més importància. És el model de venda més consolidat entre els consumidors. Pel que fa a la venda al major, el tradicional servei a domicili és el que encara s'imposa.

Sergi: Aquí depèn si parlem de consumidor final, el qual valora molt poder venir a la nostra vinoteca i poder veure els vins o fer la compra a través de Grauonline, o per altra, si parlem d'hostaleria o alimentació en que el primordial és el tracte personal i el servei del producte fins a casa seva.

¿Hi ha un perfil de client determinat, o al tenir tantes referències diferents els tipus de clients també ho són?

Sergi: La verdad que es muy fácil. Cada uno tiene su área de trabajo y no hay interferencias de unas áreas a otras. Lo que sí que va muy bien es poder comentar los temas con los padres o con mi hermano si la cuestión lo requiere. En cuanto a la vida en casa, cuando vivíamos con los padres si que era difícil desconnectar porque era seguir hablando de trabajo, pero como ahora los dos hijos estamos casados, una vez nos vamos del trabajo y llegamos a casa dejamos los dolores de cabeza hasta al día siguiente.

¿Ustedes son la tercera generación en el negocio, cómo han vivido la evolución de la empresa?

Jordi: Hemos sido participantes del esfuerzo y la ilusión del día a día para sacar el proyecto adelante.

Sergi: Realmente la empresa como tal comenzó con mis padres, pues mi abuelo tenía una taberna y vendía principalmente vino a granel. Lo he vivido desde pequeño, viendo el día a día y por eso siempre sentí la necesidad de continuar en el negocio. A día de hoy, al mirar atrás parece imposible que a partir de una pequeña empresa hayamos podido llegar a ser el primer distribuidor español de vinos y licores el año 2010.

¿Cuáles son sus responsabilidades?

Jordi: Me dedico a la dirección de la vinoteca y al asesoramiento técnico de clientes.

Sergi: Soy adjunto a gerencia. Entre todos lo hacemos todo, pero me centro en las compras y ventas al mayor.

¿"Grauonline" es la evolución de los sistemas de distribución, o es un complemento a la distribución tradicional?

Jordi: Actualmente es un complemento importante gracias a la campaña televisiva que hemos realizado, entre otras cosas. En un futuro, con las nuevas tecnologías al alcance de un porcentaje más elevado de población, creo que todavía tomará más incremento.

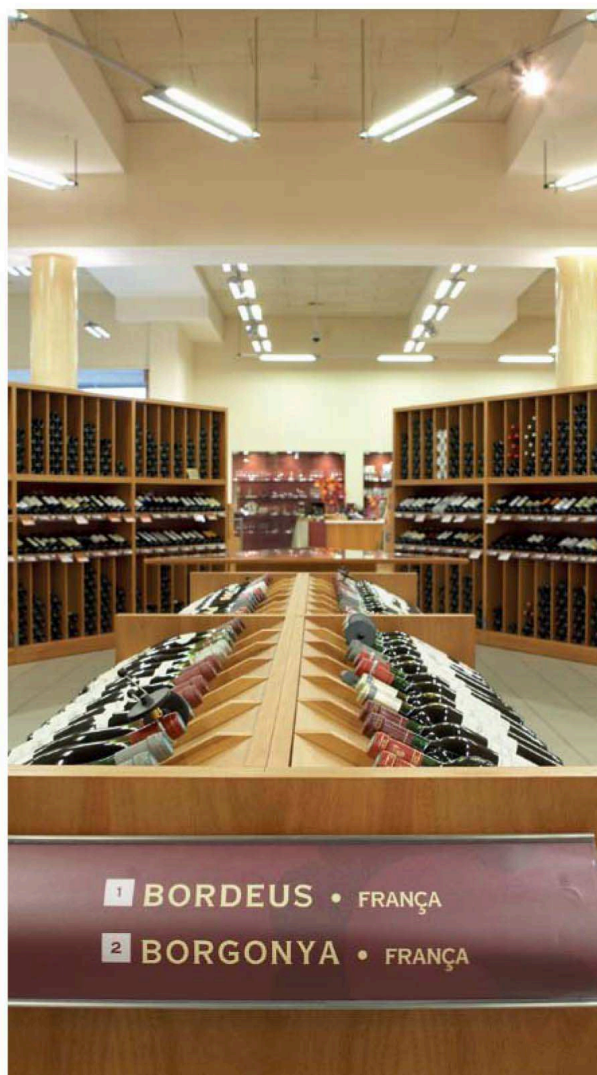
Sergi: Para mí es un complemento con mucho futuro. Aunque los sistemas de distribución tradicionales no desaparecerán porque que el cliente y el consumidor están acostumbrados a las relaciones personales y eso no creo que se pierda nunca.

¿Cuál de los sistemas de venta que tienen es el que prefieren sus clientes?

Jordi: Si hablamos de venta al público particular, la vinoteca física hoy por hoy es la que tiene más importancia. Es el modelo de venta más consolidado entre los consumidores. En cuanto a la venta al mayor, el tradicional servicio a domicilio es el que todavía se impone.

Sergi: Aquí depende si hablamos de consumidor final, el cual valora mucho poder venir a nuestra vinoteca y poder ver los vinos o hacer la compra a través de Grauonline, o por otra, si hablamos de hostelería o alimentación en que lo primordial es el trato personal y el servicio del producto hasta su casa.

¿Hay un perfil de cliente determinado, o al tener tantas referencias diferentes los tipos de clientes también lo son?



Jordi: Intentem tenir el màxim d'especialització en el camp dels vins i licors per obrir el ventall al màxim de públic objectiu possible. Si haguéssim de definir un perfil estàndard, però, jo el caracteritzaria com un home entre 30 i 50 anys de professió liberal i d'un nivell adquisitiu mig-alt.

Sergi: Realment tenim perfils de clients molt diversos. Per una banda tenim el client particular i per l'altre el client de distribució que torna a revendre el producte ja sigui a través d'un supermercat o botiga especialitzada o través d'un local d'hostaleria. Evidentment que la demanda dels distints clients és diferent i la forma de satisfer la seva demanda també.

¿Que representa tenir una de les vinoteques més grans d'Europa?

Jordi: Un orgull i un prestigi per nosaltres

Sergi: La veritat que una gran satisfacció, però també un handicap doncs si ja és difícil arribar, encara ho és més mantenir-se al llarg dels anys.

¿Quins son els objectius i els projectes de futur de Vins i Licors Grau?

Jordi: Consolidar el nou projecte de la venta online, construir un nou magatzem robotitzat i ampliar la vinoteca.

Sergi: Continuar desenvolupant el negoci com fins ara i ser un referent en el sector incorporant les noves tecnologies com ha sigut el cas de la venta online. De cara al futur tenim previst una ampliació de les nostres instal·lacions amb un magatzem automatitzat i adaptar la venta online perquè es pugui portar a terme a través dels mòbils o altres dispositius informàtics.

PERFIL	PROFILE
El seu plat preferit ?	Su plato preferido?
Jordi : Arròs a la cassola Sergi : El Sushi.	Jordi: Arroz a la cazuela Sergi: El Sushi.
Una beguda ?	Una bebida?
Jordi : El vi Sergi : Depèn el moment. Abans de dinar un bon cava, durant l'apat un bon vi, preferiblement negre i per la sobretaula un Gin tònic.	Jordi: El vino Sergi: Depende el momento. Antes de comer un buen cava, durante la comida un buen vino, preferiblemente negro y por la sobremesa un Gin tónico.
Un restaurant ?	Un restaurante?
Jordi : Considero que a la província de Girona hi ha un molt bon nivell de restauració i gastronomia Sergi : El Cellar de Can Roca	Jordi: Considero que en la provincia de Girona hay un muy buen nivel de restauración y gastronomía Sergi: El Celler de Can Roca
Un llibre ?	Un libro?
Jordi : El señor de los anillos Sergi : N'hi ha molts, però per mi els Pilars de la Terra de Ken Follett és molt bó.	Jordi: El señor de los anillos Sergi: Hay muchos, pero para mí los Pilares de la Tierra de Ken Follett es muy bueno.
Un lloc per viure ?	Un lugar para vivir?
Jordi : L'Empordà. Sergi : La Costa Brava, on millor?	Jordi: L'Empordà. Sergi: La Costa Brava, donde mejor?
Una virtut ?	Una virtud?
Jordi : El perfeccionisme Sergi : La constància.	Jordi: El perfeccionismo Sergi: La constancia.
Un defecte ?	Un defecto?
Jordi : Ser massa ordenat. Sergi : La mala lletra.	Jordi: Ser demasiado ordenado. Sergi: La mala letra.
Un lloc per desconnectar ?	Un lugar para desconectar?
Jordi : Calella de Palafrugell Sergi : La muntanya, especialment practicant l'esquí.	Jordi: Calella de Palafrugell Sergi: La montaña, especialmente practicando el esquí.

Jordi: Intentamos tener el máximo de especialización en el campo de los vinos y licores para abrir el abanico al máximo de público objetivo posible. Si tuviéramos que definir un perfil estándar, yo lo caracterizaría como un hombre entre 30 y 50 años de profesión liberal y de un nivel adquisitivo medio-alto.

Sergi: Realmente tenemos perfiles de clientes muy diversos. Por un lado tenemos el cliente particular y por el otro el cliente de distribución que vuelve a revender el producto ya sea a través de un supermercado o tienda especializada a través de un local de hostelería. Evidentemente que la demanda de los distintos clientes es diferente y la forma de satisfacer su demanda también.

¿Que representa tener una de las vinotecas más grandes de Europa?

Jordi: Un orgullo y un prestigio para nosotros

Sergi: La verdad que una gran satisfacción, pero también un handicap pues si ya es difícil llegar, aún lo es más mantenerse a lo largo de los años.

¿Cuáles son los objetivos y los proyectos de futuro de Vins i Licors Grau?

Jordi: Consolidar el nuevo proyecto de la venta online, construir un nuevo almacén robotizado y ampliar la vinoteca.

Sergi: Continuar desarrollando el negocio como hasta ahora y ser un referente en el sector incorporando las nuevas tecnologías como ha sido el caso de la venta online. De cara al futuro tenemos previsto una ampliación de nuestras instalaciones con un almacén automatizado y adaptar la venta online para que pueda llevarse a cabo a través de los móviles u otros dispositivos informáticos

