

EL VINO ESPAÑOL ANTE EL TERCER MILENIO

■ CARLOS FALCO

MARQUES DE GRINON

A lo largo de las últimas cuatro décadas, la producción y comercio del vino han sufrido una transformación tal vez mayor que la ocurrida en los cuatro milenios anteriores, de los que nos ha llegado abundante información. Esta última transformación, como tantas otras, se ha desarrollado a ritmo exponencial y todo indica que va a seguir haciéndolo en el futuro. La razón estriba en que un proceso de cambio inicialmente apoyado en la innovación tecnológica se ha visto multiplicado por el incremento espectacular de la comunicación, del turismo y de la globalización de los mercados.

El cambio tecnológico se inició en las bodegas californianas en la década de los 60; por ejemplo, la aplicación del acero inoxidable permitió a las regiones de clima mediterráneo producir vinos de mesa finos que antes sólo podían elaborarse en zonas más frías. Todos los procesos relevantes –vinificación, crianza, almacenamiento, embotellado, transporte y conservación del vino– sufrieron profundas modificaciones en las que las barricas de roble nuevas, el frío, los equipos de climatización y el empleo de gases inertes tuvieron un importante protagonismo.

El despegue vitivinícola californiano terminó con el monopolio de los vinos de calidad que Europa había disfrutado durante milenios. Sin embargo, los europeos no percibieron la importancia de este hecho tan relevante, porque los nuevos vinos californianos no se exportaban al mercado europeo. Sin embargo, a partir de los años 70 la cuota de los vinos europeos en el mercado norteamericano inicia un ciclo descendente y hoy los vinos californianos lo dominan abrumadoramente.

A partir de los años 80, los australianos inician su propia revolución vitícola, apoyada en los avances de la enología y, aun más rápidamente, de su viticultura. El profesor Richard Smart destruye un axioma europeo consistente en que los vinos finos solo pueden producirse con viñedos de bajo rendimiento en suelos poco fértiles, al que desde Columela (siglo I) hasta nuestros días aún se sigue aferrando hoy la práctica totalidad de los viticultores, bodegueros y técnicos europeos. Sin embargo, es



un hecho incontrovertible que el riego por goteo y la tecnología del "canopy management" –que puede traducirse por "conducción del viñedo"– permiten hoy producir en regiones con alta insolación hasta seis veces más vino por hectárea que el actualmente producido en esas mismas zonas con viñedos tradicionales de secano con calidades idénticas o superiores y con una decisiva ventaja adicional: la mecanización de las podas y de la vendimia.

A diferencia de los californianos, el objetivo de los australianos no es el mercado local, que ya dominan, sino el mercado europeo de vinos finos y sus tradicionales mercados de exporta-

ción, Estados Unidos y, recientemente, el Sudeste asiático. Para ello utilizan sistemáticamente una herramienta poco empleada por las bodegas tradicionales europeas: el marketing. La composición de los vinos, el "packaging", los precios para cada mercado, la estrategia de promoción y de distribución se definen en función de cada mercado y de sus tendencias. Las nuevas tecnologías confieren mucha mayor flexibilidad, tanto en el viñedo como en la bodega, lo que permite adaptar estos "market oriented wines" milimétricamente a las demandas de los cada vez más sofisticados consumidores urbanos.

El éxito de la estratégica australiana ha superado todas las previsiones. En el más sofisticado mercado tradicional de vinos finos –el Reino Unido– los australianos exceden en solo diez años la cuota que los vinos españoles habían alcanzado a lo largo de tres siglos; en el mercado norteamericano y asiático nos aventajan ya considerablemente. Destruído ya un segundo monopolio europeo –el de su propio mercado– la década de los 90 trae nuevos invasores con estrategias calçadas de las australianas: Nueva Zelanda, Chile, Sudáfrica y Argentina se incorporan al asalto de los mercados europeos a lo largo de la década actual.

Por si todo esto fuera poco, el mercado de vinos comunes producidos en las regiones meridionales de Francia, Italia y España, los tres mayores productores europeos y mundiales, se derrumban inexorablemente.

El vino evoluciona a gran velocidad desde un status de commodity (materia prima) a otro mucho más sugestivo que responde a conceptos en alza como "calidad de vida", cultura, ecología o salud.

EL VINO EN EL SIGLO XXI

Economistas, sociólogos e intelectuales están básicamente de acuerdo en que el mundo se encuentra inmerso en una era de cambio sin precedentes: la sociedad que, digamos el año 2025, será prácticamente irreconocible respecto de la actual. Asia y los países del Pacífico adquirirán un creciente protagonismo en detrimento de los países occidentales, cuya población se estanca y envejece progresivamente. Las tendencias del consumo de vino descritas en el apartado anterior tenderán a intensificarse.

Teniendo en cuenta el crecimiento del consumo de vinos finos y la progresiva desaparición del consumo de vinos comunes, el mercado global del vino solo crecerá modestamente en los próximos decenios, desde los 8,5 billones de pesetas actuales hasta los 9 billones previstos para el año 2025. Como el "mix" de calidades correspondiente al año 2025 será mucho más exigente, resulta evidente que Europa venderá menos vino aunque con un valor añadido superior. En materia de distribución, las grandes superficies controlarán la inmensa mayoría de ese mercado.

Todo ello llevará al sector a una competencia creciente. En este entorno, similar al que condiciona el futuro de cualquier bien de consumo, sólo sobrevivirán las empresas que cuenten con marcas de calidad reconocidas universalmente, y que sean altamente competitivas a nivel productivo, de marketing y red comercial. Es cierto que en un sector tan sofisticado como el del vino de calidad siempre habrá lugar para bodegas tipo "boutique" especializadas en vinos de artesanía, cuya labor en pro de la imagen del vino es muy importante, pero representarán como máximo el 10-20% del mercado, lo que en modo alguno puede resolver los problemas de un viñedo con las dimensiones del europeo y en particular del español.

UN FUTURO INCIERTO

La posición oficial europea parece centrarse en reforzar las competencias del sistema de denominaciones de origen que hoy, en base a una poco afortunada evolución de un concepto positivo y como tal utilizado parcialmente por los países del Nuevo Mundo, se ha convertido desgraciadamente en símbolo de burocracia e

intervencionismo. Sin embargo, un análisis más profundo de la realidad pone en evidencia que tanto franceses –creadores del sistema– como italianos están reaccionando.

En Francia, el crecimiento más espectacular de las ventas se centra en los vinos de mesa del llamado Pays d'Oc, que engloba las antiguas denominaciones de origen del Languedoc-Roussillon, la región francesa más importante desde el punto de vista productivo. Estos vinos de diseño orientado hacia el mercado se comercializan como los australianos, chilenos o californianos en base a marca y a variedad de uva.

Por su parte, Italia, que consiguió llevar el sistema de denominaciones de origen al absurdo (hay más de 250 y los mejores vinos son, en general, comunes de mesa) está reaccionando de similar forma. Claro que en ambos países las grandes marcas tienen vía libre para producir en diferentes regiones y embotellar en la propia, lo que les permite hacer frente a la competencia del Nuevo Mundo.

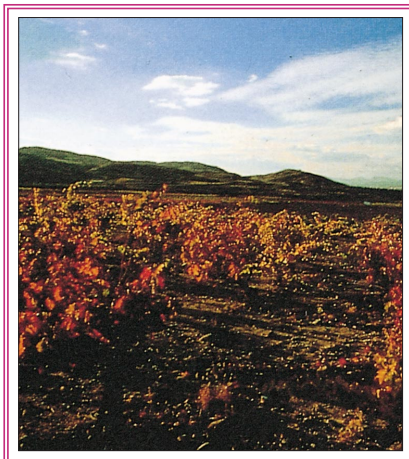
Frente a esta situación, España, tercer gran productor europeo y mundial se aferra al "viejo régimen" intervencionista y corporativista, las dos recetas menos recomendables para la competitividad. La gran mayoría del viñedo español, que tiene los rendimientos más bajos del planeta, mantiene técnicas de producción ancestrales, basadas en la tecnología vitícola romana.

La variedad más plantada en España (y en el mundo), la Airén, carece de interés para los consumidores de hoy y aún menos para los del próximo milenio; en un año de producción normal, más de la mitad

de su producción se destina a destilación obligatoria, un negocio ruinoso en el que los contribuyentes de la UE pierden el 97% de su dinero.

La situación resulta aún más inaceptable si se considera que las nuevas tecnologías vitícolas, que son ya hoy moneda corriente en Australia, California, Chile, Argentina o Sudáfrica, tendrían su mejor aplicación europea en España, donde contamos con la climatología más favorable para hacerlo, y permitirían cultivar variedades con alto potencial de calidad. A nivel de bodegas, ha mejorado significativamente el equipamiento, aunque aún existen centenares de bodegas obsoletas, especialmente en el sector cooperativista, que domina el panorama vitivinícola español.

Por supuesto, en el variado mosaico del vino español se están haciendo muchos esfuerzos positivos. En los últimos años ha surgido una plétora de bodegas, productores individuales o incluso cooperativas que han sido capaces de crear vinos cada vez mejores y de protagonizar éxitos de dimensión internacional. Pero la



mayor parte de ellos han tenido que enfrentarse a un "establishment" casi siempre refractario a toda innovación que, apoyado en una legislación arcaica, parece mantener el objetivo de todas las élites perdedoras de la Historia: sobrevivir sin cambiar nada.

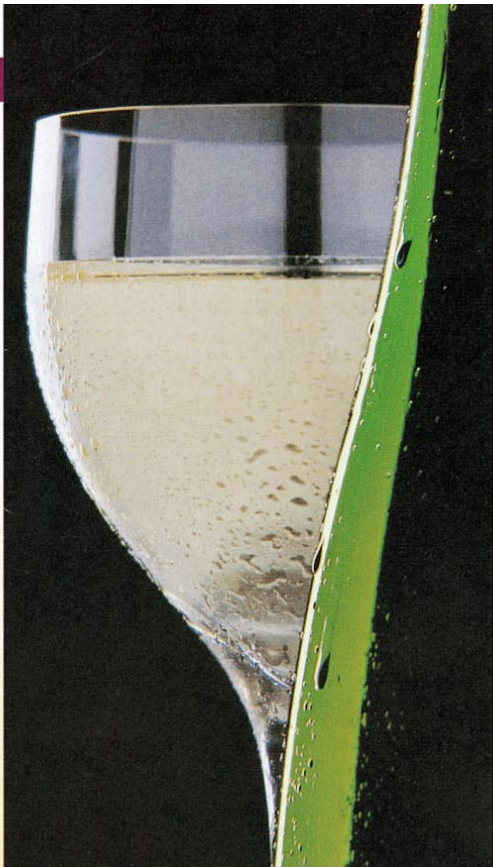
Significativamente, el Estatuto de la viña y del Vino, aprobado en 1970 por las Cortes franquistas y que –la ignorancia es atrevida– prohíbe todo lo que no admite explícitamente sobrevivir sin alteraciones mientras todo cambiaba en España y en el mundo hasta diciembre de 1995, en que fueron modificados algunos artículos. Entre ellos, el más tristemente célebre prohibía el riego de las viñas –una aberración que ha retrasado un cuarto de siglo la modernización de casi todo nuestro viñedo– y que aún se permite aplicar a las mismas denominaciones de origen que continúan impidiendo a las bodegas españolas embotellar vinos procedentes de otras regiones utilizando la misma marca, una prohibición que, de mantenerse, garantiza por sí sola la supremacía de las marcas francesas, italianas o del Nuevo Mundo, sobre las nuestras en el próximo siglo.

La posición española y europea en el mercado que se avecina es muy vulnerable. La única estrategia viable para hacer frente a la imparable evolución del mercado es favorecer el desarrollo de empresas competitivas apoyadas en marcas universalmente conocidas y

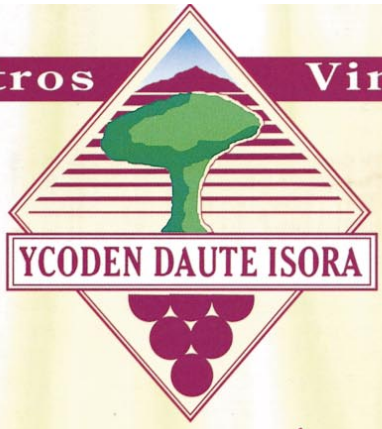
prestigiadas, manteniendo la garantía de origen para las regiones donde tenga sentido hacerlo.

La competitividad del sector vitivinícola europeo pasa necesariamente por su desregulación. El problema de tal proceso es, como siempre, que sólo favorece a los que potencialmente son más eficaces. España, que cuenta con las regiones con mayor insolación de Europa y con el mayor viñedo podría convertirse, en un sector desregulado, en una amenaza para nuestros competidores, ya que si, como parece lógico, se aplican las nuevas tecnologías vitícolas, tiene posibilidades claras de convertirse en la "Australia" europea. En base a ello, resulta lógico que Francia, Italia o Alemania prefieran que España siga manteniendo prohibiciones como regar, sobrepasar determinados rendimientos o permitir la llamada "bodega comunitaria".

Si España no cae como hasta ahora en esa trampa y actúa con decisión y celeridad, tiene aún la posibilidad de convertirse en un país líder por la calidad y competitividad de sus vinos en el próximo siglo. Es muy probable que tanto la Comisión Europea como la opinión pública española y comunitaria apoyen una posición clara del Gobierno español en defensa de la desregulación vitivinícola que nos daría, una vez por todas, la iniciativa en un tema tan decisivo para nuestro futuro y el de los países vitivinícolas europeos. □



Nuestros Vinos...



YCODEN DAUTE ISORA

Son únicos.

En la Denominación de Origen
Ycoden Daute Isora,
vicultores y bodegueros,
trabajan para ofrecerle la mejor calidad.

CONSEJO REGULADOR YCODEN DAUTE ISORA
C/ La Palmita, 10 - Tel.: 13 02 46 - Tel. y Fax: 82 81 59
La Guancha - Tenerife - Islas Canarias

