



# Aunar innovación con tradición

**El vino aparece íntimamente ligado a la historia y cultura de España, que continúa siendo el país con mayor extensión de viñedos del mundo y el tercer productor tras Francia e Italia. Un liderazgo que, en los últimos años, se ha visto amenazado por la llegada al mercado internacional de nuevos operadores y por el imparable descenso del consumo interior. Devolver a nuestros caldos la competitividad perdida y recuperar la cultura del vino deben ser los objetivos principales de la anunciada reforma del marco normativo europeo prevista para este ejercicio, así como de la “Estrategia del Vino 2010”, un ambicioso plan diseñado por el Ministerio de Agricultura para vender más y mejor los vinos españoles. El reto: explorar nuevas vías y actividades y ser capaces de aunar innovación con tradición sin perder un ápice de calidad.**

Joven, brillante, atractivo, elegante, alegre y vigoroso; amable, amoroso y sensual; muy carnoso y ardiente, limpio, fresco, con cuerpo, equilibrado y muy persistente. Aunque lo parezca, no se trata de una persona anunciándose en la sección de contactos de cualquier periódico o revista. Como tampoco débil, decrepito, desvaído, vacío y fatigado, pesado y muy rugoso, demasiado complejo y sin nervio son los epítetos que podríamos dedicar a alguien que no fuera precisamente nuestro amigo. Antes al contrario. Éstos y otros muchos calificativos forman parte del particular lenguaje del vino, una industria de gran tradición e importancia que en nuestro país se remonta a la época de los fenicios, hace unos 3.000 años, y más concretamente a la provincia de Cádiz, lugar donde según diversas fuentes se habrían asentado los primeros viñedos.

## Los orígenes

Desde el comienzo de la era cristiana, en la que los vinos españoles ya aparecían como una de las mercancías más comunes en los intercambios comerciales del Mediterráneo y norte de África, la viticultura ha seguido en España su particu-

lar viacrucis. Así, a épocas doradas, como las vividas durante el Imperio Romano o tras la llegada de los visigodos, le han sucedido otras de mayores dificultades por culpa de la invasión bárbara o mucho tiempo después de los árabes y la prohibición coránica de consumir bebidas fermentadas y alcohólicas.

Con todo, no sería hasta después de la Reconquista cuando realmente se produciría el despegue definitivo de la industria vinícola española. De la mano de los monjes y frailes, que tenían en el vino un elemento imprescindible para sus ofrendas religiosas, las viñas comenzaron nuevamente a florecer alrededor de los monasterios y abadías para extenderse posteriormente a otros terrenos.

Con el devenir de los siglos, el vino se fue convirtiendo en un alimento esencial en la dieta de la época, lo que, unido a la posibilidad de comercializarlo en lugares distintos a los de su producción, planteó la necesidad de abordar algunas reformas para mejorar su calidad. Unos cambios en la elaboración del vino que empezaron a hacerse especialmente patentes a partir de la segunda mitad del siglo XIX gracias, entre otros motivos, a la utilización de nueva maquinaria, la disposición de las

cepas, el control de la fermentación y el sulfatado o a la introducción en nuestros campos de otras variedades de uva por parte de vinateros franceses que cruzaron los Pirineos para escapar de la plaga de filoxera que por aquel entonces asolaba los viñedos del norte de Europa.

## El Estatuto de 1932

Vino y viña. Dos términos inseparables de nuestra cultura que llevaron a España a aprobar en 1932 el Estatuto del Vino, el primer intento realmente serio para regular el sector en el que de forma pionera ya se conceptualizaban las Denominaciones de Origen (D.O.). Sin embargo, con el paso del tiempo este notable marco legal no tardaría en quedar desbordado por los avances tecnológicos y la expansión de esta importante rama de la producción agraria, lo que motivó en 1970 su sustitución por un nuevo estatuto, génesis, a la postre, de la actual Ley de la Viña y del Vino, de julio de 2003, y con ella de la última revolución silenciosa experimentada por el sector vitivinícola español: unir tradición y calidad con innovación para producir caldos capaces de conquistar y liderar el mercado mundial.



ESPAÑA, CON CERCA DE 1,2 MILLONES DE HECTÁREAS DESTINADAS AL CULTIVO DE LA UVA REPARTIDAS POR LAS 17 COMUNIDADES AUTÓNOMAS, CONTINÚA SIENDO EL PAÍS CON MAYOR EXTENSIÓN DE VIÑEDOS DEL MUNDO Y EL TERCER PRODUCTOR MUNDIAL DE VINO, POR DETRÁS DE FRANCIA E ITALIA

### Las grandes cifras del sector

Un objetivo difícil de alcanzar, pero que sin duda estaría en consonancia no sólo con esta dilatada tradición elaboradora, sino también con el gran peso específico que actualmente tiene el sector del vino español dentro del concierto internacional. Y es que España, con cerca de 1,2 millones de hectáreas destinadas al cultivo de la uva repartidas por las 17 Comunidades Autónomas, continúa siendo el país con mayor extensión de viñedos del mundo y el tercer productor mundial de vino, por detrás de Francia e Italia (nuestro país elabora el 19% de los vinos v.c.p.r.d. –vinos de calidad producidos en regiones determinadas–, el 28% de los vinos de mesa y dos tercios del total de mostos y zumos de uva concentrados de la Unión Europea), según la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV).

Un papel destacado que también es apuntado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), que en su informe *Análisis del sector del vino* señala que en nuestro país existen más de 4.500 bodegas –el 25% de ellas en Castilla-La Mancha– y unos 165.000 viticultores inscritos. El ministerio subraya asimismo que el sector del vino alcanzó en 2005 unas ventas de casi 5.000 millones de euros y que invirtió en activos materiales más de 540 millones, lo que representa cerca del 15% del total invertido por la industria alimentaria española.

Por otro lado, y según datos del Instituto de Comercio Exterior (ICEX), España cuenta en la actualidad con más

de setenta Denominaciones de Origen –existe alguna en todas la CC. AA., salvo en Cantabria– y cinco regiones con vinos v.c.p.r.d. con indicación geográfica que, siguiendo el modelo europeo de producción, mantienen un estricto control sobre la cantidad producida, las prácticas enológicas y la calidad de cada uno de sus caldos, así como con 37 clases de vinos de mesa con derecho a la mención tradicional Vinos de la Tierra en España.

Del total de la producción de vino, que en los últimos años se ha estabilizado en torno a los 40 millones de hectolitros, aproximadamente dos tercios corresponden a vinos de mesa y el tercio restante a v.c.p.r.d. Igualmente, el Ices señala que el 43% de la producción española de vino corresponde a vinos tintos.

Éstos y otros datos han llevado a la Federación Española del Vino (FEV) a calificar 2006 como un año tranquilo para el vino español, aunque dentro de un contexto bastante complicado.

### España exporta más de lo que consume

Según indica esta organización en su memoria correspondiente al pasado ejercicio, las cifras del Ministerio de Agricultura muestran que España exporta más de lo que consume. Y es que mientras que las exportaciones se mantienen de forma sostenida por encima de los 14 millones de hectolitros –lo que en términos económicos se tradujo en 1.642 millones de euros en 2006, un 3,9% más que el año anterior–, el mercado interior continúa

su imparable descenso. Así, los datos del panel de alimentación del MAPA indican que el consumo interior de vinos se redujo durante el pasado año un 5,2% en volumen, hasta los 10,85 millones de hectolitros, y un 4% en valor, hasta los 2.841 millones de euros.

Para la FEV, este desolador panorama, unido al aumento de la población, ha reducido al mínimo histórico el consumo de vino per cápita en España, hasta situarse en los 24,9 litros de vino por persona y año, casi la mitad de lo que se consumía hace dos décadas y por debajo de los consumos de Francia e Italia, nuestros principales competidores.

Para esta organización, esta negativa evolución seguida por el consumo nacional se explica principalmente por el descenso en el consumo de vinos de calidad y de mesa en el canal de la hostelería y restauración, así como, aunque en menor medida, por la ya también tradicional caída de estos últimos vinos en el hogar. Estas pérdidas no han podido ser compensadas, a juicio de la Federación Española del Vino, por el aumento registrado en el consumo de vinos de calidad en el hogar, el único vector positivo que presenta el consumo interno en España.

### 2007, más de lo mismo

Una tendencia a exportar más y consumir menos que continúa en 2007.

Así, según datos de la Dirección General de Aduanas analizados por la FEV, durante el primer trimestre del presente año las exportaciones españolas de

vino han aumentado cerca del 16% tanto en valor como en volumen con relación al mismo período del año anterior, un incremento de las exportaciones que ha sido especialmente significativo en Estados Unidos y el Reino Unido, países en los que el vino con D.O. ha sido el producto más vendido, y Rusia, mercado en el que se ha registrado un espectacular aumento de las ventas de vino de mesa a granel hasta situarse como el tercero en volumen y el séptimo en valor en el ranquin de destinos.

Por otra parte, los datos del MAPA reflejan un nuevo descenso del 2,8% en el consumo de vino en España durante los tres primeros meses del año, lo que, trasladado a cifras anuales, equivaldría a 23,1 litros por habitante y año, una cifra que se sitúa por debajo ya incluso de la registrada en países con mucha menor tradición como son Dinamarca o Reino Unido y que empieza a ser preocupante para el sector vitivinícola.

### Recuperar la cultura del vino

En este sentido, tanto la Federación Española del Vino como la Asociación Empresarial de Bodegas de Vino de

España (Avimes) y las diferentes organizaciones profesionales agrarias apuntan a la necesidad de recuperar la cultura del vino y un consumo moderado de este producto, al que señalan como un alimento natural ligado a la dieta mediterránea, que está íntimamente relacionado con la historia y la cultura española y muy alejado de los crecientes problemas derivados del consumo abusivo de alcohol, especialmente entre los jóvenes.

Por ello, la industria vitivinícola española recibió con satisfacción la reciente interrupción del proceso de tramitación del *Anteproyecto de Ley de medidas sanitarias para la protección de la salud y prevención del consumo de bebidas alcohólicas por menores* planteado por el Ministerio de Sanidad, al tiempo que abogó, en consonancia con los planteamientos esgrimidos por la Comisión Europea, por una estrategia del conjunto del sector europeo de promoción de la moderación y responsabilidad en el consumo del vino que sea compatible con el fomento y apoyo a este producto.

Y es que ni a España ni a la UE se le ha pasado por alto la pérdida de competitividad de los vinos españoles y euro-

peos por la llegada al mercado internacional de nuevos operadores. Recuperar la posición de liderazgo es precisamente uno de los principios que empapa el proceso de reforma del marco normativo europeo –la Organización Común del Mercado (OCM) Vitivinícola, prevista para este año– y que, en opinión de la mayoría del sector, debería orientarse hacia una mayor flexibilidad legislativa en cuanto a prácticas enológicas y etiquetado y en contra de los arranques masivos de viñedos.

### Estrategia del Vino 2010

Un objetivo, el del liderazgo y mejora de la competitividad, que también es compartido por el Ministerio de Agricultura, que ha preparado para su consecución la denominada *Estrategia del Vino 2010*, un proyecto que la ministra Elena Espinosa anunció sería presentado durante el segundo trimestre del presente año para que a España se convierta en líder mundial del sector del vino.

Según el MAPA, este plan persigue favorecer la competitividad de los vinos españoles, permitiendo alcanzar mayores cotas de beneficios económicos, técnicos,

## El enoturismo

Visitar o dormir en bodegas y aprender a catar sus caldos mientras se conocen los métodos de elaboración modernos y tradicionales está de moda. El enoturismo, que así se denomina a este tipo de ocio en el que el vino es el hilo conductor, suscita cada día en España el interés de más y más turistas. Y también de bodegueros, hosteleros y agencias de viajes, que han encontrado en esta bebida del dios Baco una oportunidad única para diversificar y apuntalar sus negocios. Una efervescencia a la que también han contribuido los más prestigiosos arquitectos mundiales, como Calatrava, Moneo, Gehry, Mazières, Rogers o más recientemente Foster, que no han dudado en estampar su firma en algunos de los proyectos más vanguardistas relacionados con el mundo del vino en nuestro país.

Si bien es cierto que las rutas enoturísticas se han extendido como una mancha por la práctica totalidad del territorio español, lo cierto es que las más demandadas continúan siendo, por lo general, las que tienen que ver con denominaciones como Rioja, Ribera de Duero, Penedés, Priorato, Somontano, Utiel-Requena, Jumilla, Rías Baixas, Montilla-Moriles y La Mancha-Valdepeñas. De un día o varios; sean para grupos de amigos o parejas, o para cumplimentar viajes de incentivo, reuniones de empresa, actividades complementarias para participantes en congresos y ferias o atenciones a clientes, estas rutas exploran los diferentes aspectos del vino en España, desde el tipo de uvas utilizado y cómo se cultivan hasta los secretos de la cata de vino, sin perder de vista la gastronomía, el arte, la cultura y la historia de la zona.

Buena muestra de la relevancia adquirida por el enoturismo es su promoción internacional a través de Turespaña, así como las muchas y variadas iniciativas que han sido puestas últimamente en marcha por empresas y particulares e incluso por las diferentes administraciones. Como ejemplos de este creciente interés cabe señalar la creación, en la comarca catalana de L'Alt Penedés, de un consorcio en el que participan más de cien empresas para promover sus siete rutas del vino, o la constitución de la asociación Enoturismo de Castilla-La Mancha, "Divinum Vitae", fundada hace poco más de un año por 30 de las bodegas más representativas de la región para dar a conocer su oferta enoturística. La organización de recorridos donde el vino es el gran protagonista forma parte igualmente del trabajo de numerosas agencias de viajes, algunas de ellas especializadas exclusivamente en este tipo de turismo temático, como Rutas de Vino, Viavinum o Enodestino.

Por otra parte, también destaca el esfuerzo emprendido por las administraciones local, autonómica y central para hacer de Logroño la capital del enoturismo urbano durante los próximos tres años. Con un presupuesto de 2,5 millones de euros, el Plan de Dinamización de Producto Turístico "Enoturismo en Logroño" pretende convertir a Logroño en el primer destino urbano de España para turistas interesados en la cultura del vino. El propósito, según subrayan sus promotores, es conseguir atraer a la ciudad riojana a unos dos millones de españoles interesados en el enoturismo.

sociales y medioambientales. Y es que, tal y como sostiene el ministerio, ante la llegada al mercado del vino de nuevos países productores y consumidores (Australia, Sudáfrica, Chile y Estados Unidos) los productores tradicionales, como es el caso de España, no supieron mantener ni el mercado que dominaban ni aprovechar correctamente el nacimiento de nuevos segmentos de consumo.

Por ello, el documento definitivo elaborado por el MAPA intentará identificar y asumir los errores cometidos por la industria del vino española y lanzar respuestas que le permitan abrir nuevas vías y reconquistar su posición de liderazgo. Y todo a partir de cuatro ejes estratégicos fundamentales: la competitividad, la profesionalización, la adecuación a las demandas de los consumidores y el fomento del desarrollo y adaptación de los emprendedores vitivinícolas españoles a los mercados interior y exterior.

## Retos inmediatos

En este sentido, las diferentes propuestas del ministerio apuntan hacia la apertura y consolidación de nuevos mercados, caso de Rusia y China; el impulso de nuevas actividades, como pueden ser las rutas del vino; el incremento de nuestras exportaciones, no sólo en volumen sino también en valor para aproximarnos a nuestros principales competidores (actualmente España es el segundo país exportador mundial en volumen pero el cuarto en términos monetarios, tras Francia, Italia y Australia); la mejora de la comercialización, una de las asignaturas pendientes del vino español a cuya superación contribuirá la indicación de calidad *Vinedos de España* reconocida en 2006; una mayor actividad promocional por parte del propio sector bodeguero; o la inversión en innovación para fomentar el uso de nuevas formas de gestión de la cubierta vegetal o métodos de irrigación, o implantar, en el terreno de la ingeniería de *software*, los desarrollos más recientes en programación y equipos informáticos para el control de riegos y la gestión automatizada de procesos, así como la utilización del sistema ERP –*Enterprise Resource Planning*– en bodegas para la automatización de los procesos administrativos y comerciales, o la llamada agricultura de precisión, que permite la toma de decisiones en tiempo real y su aplicación inmediata al viñedo, además de refinar en gran medida el control de la trazabilidad.

Y es que, en definitiva, de lo que se trata es de vender más y mejor vino.

## Federación Española del Vino

<http://www.fev.es>

La Federación Española del Vino, con casi 30 años de trayectoria en defensa y representación de las bodegas que componen el sector vitivinícola español, tiene como misión estratégica «propiciar un entorno jurídico, económico, social, medioambiental y de imagen que favorezca el crecimiento sostenido, la competitividad y la rentabilidad de las bodegas de vino español». En la actualidad, esta organización se constituye como el primer referente nacional específico del sector del vino, su impulsor y principal representante, tanto en España como en la esfera internacional.



## Asociación Empresarial de Bodegas de Vino de España

<http://www.avimesvinospain.es>

Web de esta asociación, de ámbito estatal, que persigue la promoción, defensa, asesoramiento y gestión, en el mercado interior y exterior, de cualquier interés legítimo o circunstancia que afecte a la producción, presentación, comercialización, desarrollo y optimización de los productos agroalimentarios vitivinícolas.



## Otros sitios de interés

[www.oiv.int/es/accueil/index.php](http://www.oiv.int/es/accueil/index.php)

Web de la Organización Internacional de la Viña y el Vino, organismo intergubernamental de carácter científico y técnico creado en 2001, con una competencia reconocida en el campo de la viña, el vino, las bebidas a base de vino, las uvas de mesa, las uvas pasas y otros productos derivados de la vid. En la actualidad está integrado por 43 Estados miembros, entre ellos España.

[www.mapa.es](http://www.mapa.es)

Página del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

[www.icex.es](http://www.icex.es)

Portal del Instituto Español de Comercio Exterior.

[www.winesfromspain.com](http://www.winesfromspain.com)

Web de Vinos de España, con noticias y enlaces del sector.

[www.enologo.com](http://www.enologo.com)

Página de Federación Española de Asociaciones de Enólogos.

[www.fivin.com](http://www.fivin.com)

Web de la Fundación para la Investigación del Vino y Nutrición.

[www.culturadelvino.org](http://www.culturadelvino.org)

Página de Fundación para la Cultura del Vino.

[www.fiab.es](http://www.fiab.es)

Web de la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas.

[www.vivirelvino.com](http://www.vivirelvino.com)

Página dedicada al mundo del vino.

[www.enodestino.com](http://www.enodestino.com)

Web de esta agencia de viajes especializada en enoturismo.

[www.viavinum.es](http://www.viavinum.es)

Agencia especializada en viajes enoturísticos exclusivos.

[www.rutasdevino.com](http://www.rutasdevino.com)

Página de esta empresa dedicada al enoturismo.