



900 congresistas asistieron en Riojaforum a la quinta edición del Foro del Vino.

13

Cuaderno de Campo

Capital intelectual

El V Foro Mundial del Vino evidencia el avance de los países emergentes y adelanta un borrador de la OCM que liberaliza el actual modelo europeo

El acto de inauguración del V Foro Mundial del Vino, con la ministra de Agricultura, Elena Espinosa, el presidente de La Rioja, Pedro Sanz, el consejero de Agricultura, Javier Erro, y el presidente de la FER, Julián Doménech, sentados en la misma mesa, fue una primera puesta en escena de los temas más controvertidos que se abordaron en este encuentro bienal del sector vitivinícola: la próxima reforma de la OCM, el empleo de virutas de roble en la elaboración de vinos y la evidencia de que los países emergentes están ganando terreno (y mercados, y consumidores) a los vinos europeos. Este caleidoscopio de miradas y posturas en torno al mundo del vino, con 900 congresistas —no sólo los que hablaron, también los que escucharon— convirtió a La Rioja del 28 al 30 de marzo en la capital intelectual de la vitivinicultura mundial.

Texto: *Ch. Díez*

Fotografías: *Riojapress*

Así lo expresó el presidente de La Rioja, Pedro Sanz, en el acto inaugural: “Este foro pretende ser una apuesta en común de los dos modelos, para beneficiarse mutuamente, para conocer las ventajas competitivas de ambos, para crear capital intelectual que nos ayude a mejorar en el objetivo de ampliar mercados, de incrementar el consumo y consecuentemente la comercialización. Debemos convertirnos en aliados”. Sanz hizo una llamada a la planificación del sector y a la elaboración de un plan estratégico del vino en Europa en el momento de controversia para el sector: con la reforma de la Organización Común de Mercado (OCM) del vino en puertas y con la constatación de que el escenario mundial está cambiando vertiginosamente y que los países emergentes (encabezados por EE UU y Australia) están ganando peso frente a los productores de la UE.



Inauguración de Foro, con el presidente de La Rioja, en pie, la ministra de Agricultura, el presidente de la FER (a su lado) y el consejero de Agricultura.

Otro tema polémico, al que también se refirió la ministra de Agricultura, Elena Espinosa, fue la utilización de virutas de roble en la elaboración de los vinos, práctica admitida por la OIV y por la Unión Europea y a la que se opone radicalmente la DOCa. Rioja. Aunque el MAPA todavía no se ha pronunciado si restringirá esta práctica a los vinos de mesa, Espinosa aseguró que “por encima de todo, el Ministerio quiere defender los vinos producidos en regiones con calidad diferenciada y que no haya interferencias entre esta práctica y la de crianza tradicional.” La postura de Sanz es que “el empleo de virutas se circunscriba en todo caso a los vinos sin indicación geográfica y que quede constancia de ello en el etiquetado”.

Cambio climático

El primer tema que se abordó en el Foro del Vino fue las consecuencias que acarearán en el cultivo de la vid y en las prácticas enológicas el cambio climático, que está produciendo un ritmo de calentamiento acelerado y un déficit de agua excesivo. Luis Balairón, jefe del Servicio de Predicción del Clima del Instituto Nacional de Meteorología, aseguró que “el problema de la evotranspiración y el aumento en el requerimiento de riego de la planta resume el problema del clima en relación con la viticultura”. Solucionar esos problemas es un reto al que se enfrenta la comunidad científica que, por las

intervenciones que se escucharon, está muy pendiente de esta necesidad.

En este sentido, el director de Investigación del INRA, Michel Moutounet, indicó que el calentamiento está implicando un adelanto de las fechas de cosecha y, por consiguiente, una modificación en la composición de la uva, con un aumento de la graduación alcohólica y del pH y que ya existen técnicas “corretores” de estos desequilibrios. Pero también, dijo Fernando Zamora, decano de la Facultad de Enología de la Universidad Rovira i Virgili, en una vendimia temprana, con una maduración rápida, “la uva aportará poco color y muchos taninos astringentes”.

En referencia al cultivo, Stefano Poni, profesor de la Universidad Sagrado Corazón de Piacenza (Italia), expuso las conclusiones de los estudios que se realizan en su centro, entre ellas, algunas ideas que pueden ser una alternativa al aclareo de racimos —“esa imagen de uvas por el suelo que no nos gusta nada”, matizó—. Esta técnica, a su juicio, es la eliminación de las hojas maduras para conseguir un mayor equilibrio entre la masa foliar y los frutos y obtener, de esta forma, uvas con mayor calidad.

“El éxito de otras zonas vitivinícolas debería hacernos reflexionar, tomar nota de nuestros errores y aprender de lo que hacen otros sin renunciar a nuestra personalidad”

(Pedro Sanz, presidente de La Rioja)

La reforma “osada”

El debate más encendido se vivió tras la exposición que el director general adjunto de Agricultura de la Comisión Europea, Lars Hoelgaard, realizó sobre la propuesta de reforma de la OCM del vino que plantea Bruselas y que, a todas luces, no fue del agrado de los congresistas. Aunque reconoció que el viñedo “tiene un importante componente emocional en Europa”, fue echando por tierra, uno a uno, todos los aspectos que regula la OCM en vigor: destilaciones, reestructuración, potencial productivo, prácticas enológicas, etiquetado..., poniendo en cuestión el actual modelo europeo y su validez de cara al futuro. Hoelgaard no dejó lugar a dudas: “la Comisión hará una propuesta osada y atrevida” y estará lista antes del verano para comenzar las negociaciones en diciembre.

Hoelgaard justificó su propuesta ante la necesidad de ser más competitivos frente a los países terceros y abogó por una mayor liberalización del sector en cuanto a plantaciones y prácticas enológicas. “Estamos perdiendo mercados, aumentan los excedentes, hay un estancamiento en volumen, la calidad sí es buena. Estamos poniendo dificultades

“¿La calidad tiene una relación directa con el rendimiento por hectárea? Sí y no. La calidad está más relacionada con el equilibrio en la cepa entre masa foliar y frutos”

(Stefano Poni, profesor de Viticultura)



Importante intercambio de ideas con la presentación de más de un centenar de trabajos y pósters.



Mesa redonda en la que se debatió sobre el cambio climático integrada por (de izda. a drcha.) Zamora, Butzke, Moutounet, Balairón, Martínez de Toda, Dokoozlian, Poni y Díaz Yubero.

“En Europa hay 10.000 Denominaciones de Origen. Se ha banalizado el modelo. Hay que reforzar las que tienen sistemas de autogestión y liberalizar el resto”

(Pau Roca, Federación Española del Vino)

para producir en nuestros propios países frente a terceros países y no creo que ese sea un buen camino a seguir. No podemos darles más, y menos sin luchar”.

El representante de la Comisión Europea cuestionó el actual sistema de limitar las **plantaciones** al asegurar que “no tienen sentido cuando tenemos las fronteras abiertas y los terceros países no tienen restricciones sobre ellas”. Y anunció que en diciembre de 2007 habrá que haber tomado una decisión sobre si se liberalizan o no los derechos de plantación”.

Sobre **destilaciones**, Hoelgaard se preguntó en varias ocasiones: “¿el contribuyente europeo debe seguir pagando por eso?”, para agregar: “las medidas de destilación lo único que hacen es mantener la ineficacia de algunos productores y penalizar a los que producen bien”. La Comisión Europea, dijo, está estudiando su viabilidad, puesto que se destinan 560 millones de euros a este concepto de un presupuesto que ronda los 1,2 billones de euros anuales y de los que España, principal beneficiario, recibe el 38%.

Tampoco se mostró conforme con las restricciones actuales sobre las **prácticas enológicas**: “No comprendo por qué,

“La responsabilidad social es el principio sobre el que debe pivotar la reforma de la OCM del vino, no los criterios puramente economicistas”

(Javier Erro, consejero de Agricultura)

“No tiene sentido poner dificultades a nuestros productores frente a terceros países. No creo que éste sea el camino a seguir”

(Lars Hoelgaard, Comisión Europea)



Hoelgaard, director general adjunto de la DG de Agricultura de la Comisión Europea.

si están aceptadas por la OIV, nuestros productores no pueden adoptar unas medidas enológicas más modernas. Hay mucha irracionalidad” y planteó la posibilidad de que se establezcan dos sistemas: uno más libre para los vinos de mesa y otro con restricciones para los vinos de calidad y que cada región establezca sus propias limitaciones.

El presupuesto que se destina al sector parece lo único que se piensa mantener, eso sí, revirtiendo parte de los fondos a los productores para que lo utilicen de la forma más “sensata”.

La intervención posterior de la directora general de Alimentación, Almudena Rodríguez, pasó sin respuesta a la propuesta que había presentado Hoelgaard, enmarañándose en cifras sobre lo que España había dedicado a arranque y reestructuración de viñedo en los últimos años.

El consejero de Agricultura Javier Erro aludió, sin embargo, al avance de reforma de la OCM reconociendo que se está produciendo un retroceso en los mercados de los países europeos “que nos debe hacer reflexionar y plantear una OCM acorde a las nuevas reglas del juego”. Sin embargo, Erro aseguró que “la ruptura, atendiendo a criterios puramente economicistas, puede ser una solución equivocada”.

Sobre mercados

En el segundo día de debate, el Foro se convirtió en terreno abonado para los estudiosos de los mercados y de las estrategias de marketing y comercialización.

La reforma de la OCM, a debate en la más controvertida mesa redonda con el consejero de Agricultura y el director general adjunto de la Comisión Europea en el centro.

Pedro Nueno, profesor de Iniciativa Emprendedora de la Universidad de Navarra, dibujó un escenario global del vino, con cada vez menos vino europeo y más americano y australiano, en el que “el vino español tiene problemas: hay una atomización de empresas, con unas 5.000 bodegas, una rigidez regulatoria (56 DO) y ¿un exceso de creatividad? (15.000 marcas)”. En este contexto, Nueno aconsejó profesionalizar las empresas y dijo ser un buen momento para la consolidación: “cuando se está en un sector muy fragmentado, la gran oportunidad es la consolidación. Es un buen momento para crecer fuerte o salirse”.

Los profesores Anthony Spawton (australiano) y Liz Thach (americana) repasaron el mercado de sus respectivos países y coincidieron en que Rioja tiene un gran baluarte para diferenciarse del resto de los vinos del mundo: el tempranillo. “Rioja es único y exclusivo y una de las razones es el tempranillo. Nadie más ha desarrollado esta variedad ni la ha ofrecido al mercado mundial”, señaló Spawton. En la misma línea se pronunció Thach, quien, además, aseguró que aunque España es el quinto país exportador de vinos a EE UU, por detrás de Italia, Australia, Francia y Chile, sin embargo es el que más ha crecido, un 13%, entre 2004 y 2005. “¿Por qué los americanos se están enamorando de los vinos españoles? Hay un interés creciente por la gastronomía, se han abierto muchos bares de tapas en grandes ciudades, ha aumentado el número de catas de vinos españoles, tienen una buena relación calidad precio, la prensa especializada los elogia, sobre todo a los riojas, y los importadores están haciendo un buen trabajo”.

Hay que tener en cuenta las palabras de Liz Thach puesto que EE UU será el mayor consumidor de vinos del mundo en cinco años, según indicó John Gillespie, presidente del Consejo del Mercado del Vino en EE UU, quien presentó un exhaustivo análisis del consumo de vinos en su país (se podrá consultar, al igual que el resto de las intervenciones, en un libro que editará próximamente la Consejería de Agricultura). Gillespie aseguró que se está constatando un desplazamiento del consumo de la cerveza hacia el vino: “si



“Rioja es único y exclusivo y una de las razones es el tempranillo”

(Anthony Spawton,
profesor australiano de Marketing)

“EE UU será en cinco años el mayor consumidor de vinos del mundo”

(John Gillespie, presidente del Consejo del Mercado del Vino de EE UU)

en el año 2000, el 33% de los norteamericanos se declaraban consumidores de cerveza y el 25% de vino, cinco años más tarde estos porcentajes se han invertido”. Esto es consecuencia del interés creciente de la llamada generación del milenio (de 21 a 30 años) por esta bebida, que la asocian con pasarlo bien. “Cuando hablamos de vinos importados, los españoles son los más citados, sobre todo entre los jóvenes. Hay una predisposición mayor entre los consumidores norteamericanos a comprar vinos de España y Nueva Zelanda que de otros países”, indicó.

Otro americano, Ron Fondiller, vicepresidente de Constellation Wines, el primer grupo mundial en la comercialización de vinos, anunció el desembarco de su empresa en España a través de una bodega navarra y aseguró que Rioja figura entre sus objetivos al ser la primera región española productora de vinos y la más apreciada entre los consumidores de su país.

De las estrategias de mercado, a las que se libran en las regiones vitivinícolas con el vino como principal motor económico y social. Este fue el tema que se debatió en la última jornada del V Foro Mundial del Vino. El catedrático Fernando Gómez-Bezares, de la Universidad de Deusto, expuso el “Plan estratégico Rioja 2020” elaborado para la Denominación de Origen. Aseguró que el sector vitivinícola representa el 12% del PIB global de la región (el 15% con el de industria

auxiliar) y que su valor en el mercado, entre viñedos y bodegas, es de en torno a 9.000 millones de euros, casi 1,5 veces el PIB regional”. A continuación desarrolló los ejes principales de futuro del sector, para los que se necesita el concierto del Consejo Regulador y el apoyo de las administraciones.

El profesor de la Universidad de Deusto, Mikel Larraina, habló del *cluster* del vino de Rioja (modelo económico generado alrededor del sector vitivinícola) y defendió su carácter singular y “difícil de imitar” por otras regiones, ya que considera que es el motor del desarrollo económico y social de esta región.



Ron Fondiller, vicepresidente de Constellation Wines.

CONCLUSIONES

1. El **consenso sectorial**, y entre las administraciones, es imprescindible para reforzar y afianzar la posición referente que ha de tener la vitivinicultura española en Europa y en el mundo, dejando de lado las posiciones e intereses particulares y buscando puntos de encuentro con el objetivo de lograr la máxima competitividad para el sector vitivinícola español.

2. El futuro del sector vitivinícola necesita asimismo **planificación estratégica**, de modo que, siguiendo el modelo trazado por el Consejo y la Interprofesional del Vino de Rioja, se definan objetivos, medios y estrategias para el sector vitivinícola español. El retraso de esta iniciativa sólo puede ser negativo, dado que la falta de rumbo en la política vitivinícola española puede ser un obstáculo importante en la consolidación y mejora de nuestro modelo vitivinícola.

3. El reto que supone el **cambio climático** ha de ser afrontado con investigación en todas sus áreas de influencia, si bien la viticultura y, por tanto, las operaciones en campo, se configuran como el mejor medio para soslayar su efecto, utilizando los mejores instrumentos en la gestión eficiente del viñedo y sin perder de vista el ambicioso objetivo del equilibrio.

4. La **buena gestión del viñedo y la aplicación de las mejores tecnologías enológicas** deben ser la base sobre la que se sustente la preservación de las cualidades organolépticas en los vinos del futuro.

5. El acuerdo general adoptado en el ámbito de la OMC respecto a preservar la definición del término **“identificación geográfica”** como una protección otorgada por los estados, amparada en la procedencia de un territorio o una región, es un paso más en la defensa del modelo europeo de vitivinicultura. No obstante debe avanzarse en el acercamiento de posturas en materia de registros de compromiso.

6. En materia de **política vitivinícola** no parece procedente recurrir a reformas radicales. La propuesta debe pasar por una tercera vía basada en la definición del modelo agrario, que ha de ser sostenible y basado en la profesionalización, la investigación y el valor añadido, teniendo, en definitiva, a modelos de calidad.



Uno de los congresistas formula una pregunta en una mesa redonda.

7. La **diferenciación y la orientación a los consumidores** se confirman como dos de las mejores herramientas para conquistar mercados. La singularidad de determinadas variedades puede hacer que determinadas regiones sean referente mundial para determinados vinos, lo cual las sitúa en una situación inmejorable de competitividad en los mercados. La investigación de estos mercados y de los competidores son factores clave del éxito.

8. Los vinos españoles son los que más han crecido en el **mercado norteamericano** en el último año. Las relaciones con la gastronomía, así como los conceptos de “relajación” y salud que son los principales en la escala de valores del mercado estadounidense, hacen que en España podamos ser optimistas acerca de las oportunidades que plantea aquel mercado.

9. Desde la entrada de España en la Unión Europea, la **exportación de vinos españoles** se ha centrado sobre todo en este continente. Esta situación debe reorientarse hacia nuevos mercados de valor añadido y consumo creciente.

10. **Estados Unidos se perfila como el principal consumidor de vino** en el mundo en un plazo no superior a 5 años. Es razonable pensar que España tiene un futuro más prometedor que otros países, dada la excepcional calidad de sus vinos y su penetración actual en el mercado.

11. Las tendencias del **consumo en los jóvenes** están cambiando a favor del vino de calidad, de ahí la necesidad de la adecuación de los vinos a la evolución de las costumbres sociales. Esta cuestión hace que deban revisarse los métodos y restricciones de la publicidad, para lo cual el

sector vitivinícola debe ser percibido como un sector responsable.

12. Asimismo, debe apostarse por la **educación sensorial en la infancia**, de manera que puedan, ya como adultos, formarse en el reconocimiento de sensaciones y en el aprecio y el juicio críticos de las características sensoriales que den paso a su implicación en la gastronomía y el conocimiento del vino.

13. La **asociación del vino con negocios relacionados** puede ser una vía atractiva que permita al sector vitivinícola afrontar las inversiones necesarias para obtener buenos resultados de notoriedad en los mercados.

14. El **desarrollo integral** de regiones vitivinícolas debe atender especialmente a la adecuación al territorio, su urbanismo y al paisaje, sin perder de vista su potencialidad y lo que de imagen pueda transmitírseles a ciudadanos y compañías a través del denominado marketing de regiones vitivinícolas.

15. La nueva **gestión territorial** debe asumir las transferencias de “know how” procedentes del ámbito empresarial, tanto en el diseño de su estrategia como en su posicionamiento operativo en el mercado global.

16. Debe caminarse hacia ejemplos de buena gestión del **“branding” de territorios**, basados en el atractivo de la diferenciación hacia afuera, que además genera sensaciones de pertenencia hacia adentro en la medida en que es una buena representación de los valores de identidad.

17. La **I+D+i** debe continuar fomentándose, como excelente herramienta de mejora continua y debe acompañarse de la necesaria formación académica específica, en particular la enología y la viticultura, así como en todas aquellas áreas implicadas en un eficiente desarrollo del capital intelectual.

18. El Foro Mundial del Vino se ha convertido en un **observatorio permanente del sector**, de tal manera que además de suponer un punto de encuentro para definir el futuro de la vitivinicultura, marca los pasos a seguir durante los próximos años en el desarrollo económico y social del sector vitivinícola.