vinetur

Vino: vender o no vender, esa es la cuestión

Usando a símil las palabras de Hamlet, el personaje de William Shakespeare, existe a veces un dilema. El vino y la política. El vino y su procedencia. El vino y su color. El vino o el agua. Vender o no vender. Éstas son asociaciones, o disociaciones según se mire, que levantan ampollas aún hoy y que han sido, y en algunos casos siguen siendo, tendencia a la hora de elegir un vino para vender o para consumir.

martes 22 de septiembre de 2015

ESCRITO POR JAVIER CAMPO



Atrás han quedado, afortunadamente, tópicos típicos sobre el vino y que todos conocemos por la absurda rotundidad con la que se utilizan (cada vez menos) por ciertas personas que, probablemente, tengan un limitadísimo criterio "gastroenológico".

"El vino blanco tiene que ser de Penedés, el rosado de Navarra y el tinto de Rioja".
"El mejor blanco es un tinto".
"El vino de Jumilla…pero si ahí no saben hacer vino".
Y no voy a seguir porque algunas aseveraciones rozan lo insultante, pero siempre podemos añadir que "la ignorancia es muy atrevida".

Otra de las cosas que ocurren en la venta del vino es la politización de la procedencia, tanto de dentro afuera, como de fuera adentro. Me explico.

Existe quien vende solo vino de su región y no de otra. Existe quien vende vino de cualquier región menos de la suya. Existe quien no compra vino de una determinada región solo por política. Existe quien solo compra vino de una determinada región solo por política.

Mis queridos lectores, en mi modesta opinión, ni una cosa ni la otra. El vino es un bien universal y no debería tener bandera ni utilizarse como arma política o como instrumento demonizador de lo que para algunos parece representar. Y digo parece pues no siempre las interpretaciones son las correctas, o si.

Hemos inventado la palabra "riojitis" o "riberitis" a modo de plaga endémica y venenosa, cuando ambas denominaciones han sido precursoras en el conocimiento y reconocimiento del vino. Se ha pasado de tener muchas referencias de éstas denominaciones en una carta a no tener ninguna o muy pocas.

Quizás pase lo mismo con el cava que por su vinculación injusta al independentismo catalán ha sido objetivo de la denostación del mismo en el mercado.

Mirad, normalmente, quienes elaboran vino lo hacen para la humanidad. Para que su producto sea disfrutado por todo el mundo sin separarlos por tendencias, colores, política o boicots.

A la atención de los consumidores: el vino puede ser muy bueno o muy malo no por su procedencia sino por cómo está elaborado. Y ya sabéis que son muchos los factores que intervienen a la hora de elaborarlo. Sería casi absurdo no beber un buen vino y escoger uno peor (y no disfrutarlo) solo por “principios”, que en realidad no lo son. Son prejuicios. Y en muchos casos, infundados.

A la atención de los vendedores (sumilleres): tener una carta con un mayor número de referencias de tu región es maravilloso. Vender vino de tu comunidad es vender tu comunidad. Hasta ahí vamos bien. Pero piensa, que eres un vendedor y como vendedor debes ofrecer un producto en relación a la demanda del mismo. Si te piden muchas veces un vino de una determinada D.O. y no tienes, te recomiendo que incluyas aunque sea una o dos referencias, ya que estás perdiendo la oportunidad de contentar a tu cliente y puedes perderlo. Por vender un vino de otras D.O. regiones, comunidades, países o continentes no tienes porque perder tu identidad. Estás ampliando tu mercado, tu oferta y tu clientela. Estás ampliando la cultura del vino en tus clientes y en ti.