vinetur

Los vinos de calidad de España

Por Rafael del Rey



LOS VINOS DE CALIDAD EN ESPAÑA

RAFAEL DEL REY

Los vinos de calidad en España existen, tienen dilatada experiencia en diversos mercados y son reconocidos internacionalmente, si bien puede echarse de menos que no los haya en la cantidad suficiente para que sean más conocidos mundialmente e influyan en la mejora de la imagen global de los vinos españoles. De esa necesidad de conjugar alta calidad con cantidad surgió la idea del club de los 50 a 50, planteada hace ya unos años en un artículo firmado por Pedro Ballesteros y yo mismo.

La idea surgió del comentario de un importante comprador inglés de vinos españoles para una de las tiendas más famosas del Reino Unido, especializada en fine wines. Más o menos, su comentario fue: *"Creo que estamos ganando vinos españoles en la categoría de fines wines. Nuestros locos tenemos en nuestra cartera. Ahora bien, el problema nuestro radica en que no los tenemos en cantidad suficiente para abastecer con regularidad a nuestra clientela"*. Y de ahí surgió la pregunta: ¿cuántas marcas de vino hay en España que cuesta en el mercado a más de 50€ por botella y de las que haya disponibles al menos 50.000 botellas? Las hay y son buenas y famosas, normalmente asentadas en una larga y fructífera tradición, pero no muchas. A este primer colectivo de lo que podría ser el "club de los 50 a 50" añadió Pedro el otro para España de disponer, al menos, de 50 de estas marcas en un próximo futuro. Y de ahí, el nuevo "50" que faltaba: España debería tener a no mucho tardar (¿10 años?) 50 marcas, para las que existan disponibles con regularidad más de 50.000 botellas de cada una y se vendan en el mercado por encima de los 50€. No es muy relevante – en función de lo ambicioso que se quiera ser – si esos 50€ por botella deberían ser ex-work o PVP; lo importante es el objetivo. Ya habrá tiempo para ser más ambiciosos.

El futuro de los vinos españoles es prometedor, y el papel de los vinos de calidad, en cantidades que cada vez los hagan más visibles, es fundamental y debe apoyarse por todos... aunque se distancien de los cánones de cada región

Desde los mercados mundiales se reconoce a España y a nuestros productos mucho más valor del que nosotros mismos les damos, y parece claro que perdiendo complejos y con mucho esfuerzo, los vinos de calidad españoles van a ir muy bien en el próximo futuro

Con este objetivo de conseguir más volumen de vinos de calidad ("premium" y "ultra premium", "ultra gama", "fine wines" o como se les quiera llamar, aún sin definir) se buscaría conseguir varios objetivos. En primer lugar, la rentabilidad de quienes los elaboren y los vendan, como mejor fórmula posible para asegurar su sostenibilidad y las inversiones necesarias para su progreso.

En segundo lugar, mejorar el progreso, imagen y sensibilidad social y medioambiental en las zonas donde se producen. Vinos de alta gama, en una zona concreta de producción con la que suelen e indudablemente unidos

por las especiales características del vino, potencian la región, generan empleo, atraen turismo, impulsan la economía local y permiten preservar la riqueza del viñedo, particularmente cuando se trata de viñas viejas. En una España crecientemente despoblada, el valor de vinos que ayuden a generar riqueza en el medio rural y evitar el éxodo es enorme.

Pero, además, un vino de alta calidad y reconocimiento en una zona determinada genera una aportación sustancial de la imagen del conjunto de los vinos de esa zona y, por ende, de los vinos de España y de España como productora de grandes vinos. Tener grandes vinos en una zona y que así sean reconocidos aporta créditos de ruore a todos los vinos de la misma zona. Y cuando en la misma zona o región vitivinícola se multiplican los casos de vinos de gran reconocimiento, la beneficiosa plaga se extiende, llega a más prescriptores y consumidores y resulta beneficiosa para todos. Sabemos que este anhelo planteamiento de "contagio benéfico de la alta calidad y reconocimiento" no suele alimentar en contra de la tradicional envidia y, frente a la tendencia de seguir la bomba bajo los pies de quien destaca, invita a ayudar y promover y mimar a quienes pueden aportar imagen y reconocimiento al conjunto.

La buena noticia es que en España empiezan a proliferar los ejemplos de vinos de alta gama, interesantes, especiales, pero claramente bien adaptados al entorno donde se producen, ya sea con recuperación de variedades autóctonas elaboradas elegantemente o con variedades foráneas que puedan adaptarse muy bien a ese terroir y, en muchas ocasiones, impulsadas por jóvenes productores con mucha ilusión, que heredan viñedos de sus padres o abuelos y que traen al sector nueva ambición y mucha. La fotografía es extraordinaria y el escenario apropiado de los Masters of Wine en España, donde muchos de ellos se presentarán, deja una visión esperanzadora: a los extraordinarios y muchas veces innovadores "viejos" y a los reconocidos "clásicos", "jóvenes" o grandes vinos catalanes se unen ahora interesantísimas novedades con la Bombal o la Monastrell en el levante nacional, muy buenos vinos singulares en Extremadura, grandes vinos en Cádiz, blancos y tintos extraordinarios en Baleares y Canarias, vinos de autor en Castilla-La Mancha y Toro y muchos más ejemplos desde Galicia a Murcia, de Asturias a Cádiz o de Cataluña a Huelva y Canarias. Como podemos comprobar y reconocen algunos de los principales expertos mundiales del vino reunidos el pasado junio en Logroño, en el sector vitivinícola nacional están pasando cosas realmente interesantes y hay un empuje que merece seguirse de cerca.

Ahora bien, estos vinos premium españoles, desde la perspectiva del consumidor y los diferentes mercados, pueden, entre otras muchas clasificaciones posibles, dividirse en dos grandes categorías: (i) los "innovadores", generalmente jóvenes productores con la frescura suficiente para hacer cosas especialmente buenas aunque sean en cantidades muy pequeñas, para críticos o especialistas, y gatas para hacer el duro, por un lado; y, (ii) por otro, los grandes vinos más clásicos, asentados, con un tipo de consumidor quizás más tradicional, aunque siempre en una clave mayoritaria del mundo, cuya producción se ajusta más a estándares internacionales de alta gama, donde se codean las marcas icónicas del planeta. Dos mundos, dos opciones, pero ambas contribuyendo a ese mejor posicionamiento de los vinos españoles premium en públicos quizás algo diferentes, aunque nada impide que de los jóvenes proyectos puedan salir grandes marcas que se consoliden con el paso de los años. Es cuestión de tiempo y perseverancia.

¿De qué depende el éxito de un vino premium? ¿Cuáles son los factores determinantes?

Pocas empresas contundentes recibimos a estas preguntas, ni siquiera entre las ya consolidadas. Quizás la más frecuente sea precisamente la de la perseverancia: aguantar con un proyecto firme, con bases muy sólidas de alta calidad (para lo que no es nada fácil encontrar un mercado consolidado) en el viñedo, el vino y todos los elementos que lo rodean (botella, corcho, etiqueta, packaging, comunicación, 360º, etc.) y un enorme esfuerzo comercial. Y la realidad económica y financiera, también fundamental en el mundo del vino, nos demuestran que esta voluntad de "aguantar" es mucho más fácil de decir que de ...