vinetur

El secreto del éxito de los enólogos chinos

domingo 23 de mayo de 2021



Las empresas conjuntas entre compañías occidentales y chinas han sido noticia porque se acusa a China de robar la propiedad intelectual de sus competidores extranjeros en los sectores de la tecnología y de la automoción.

Menos conocidas son, sin embargo, las empresas conjuntas entre enólogos franceses y chinos, lo que supone un contrapunto destacado en esta competencia internacional, o explotación extranjera, depende de cómo se quiera ver.

A diferencia de los coches y la electrónica, no hay tecnología ni fórmula secreta para hacer vino. Esta bebida fermentada de milenios de antigüedad es fundamentalmente un producto de la tierra donde crecen las uvas. Lo que diferencia al mejor vino del resto no es su patente tecnológica, sino una mezcla de agricultura, ciencia y arte.

Durante nuestra investigación visitamos las mayores regiones vitivinícolas de China (desde la costa de Shandong, la zona rocosa de Ningxia hasta los paisajes áridos de las montañas frondosas de Yunnan) y nos encontramos con productores de vinos locales y extranjeros, agricultores, enólogos y funcionarios del gobierno local, todos comprometidos en dar a conocer sus vinos en el ámbito internacional.

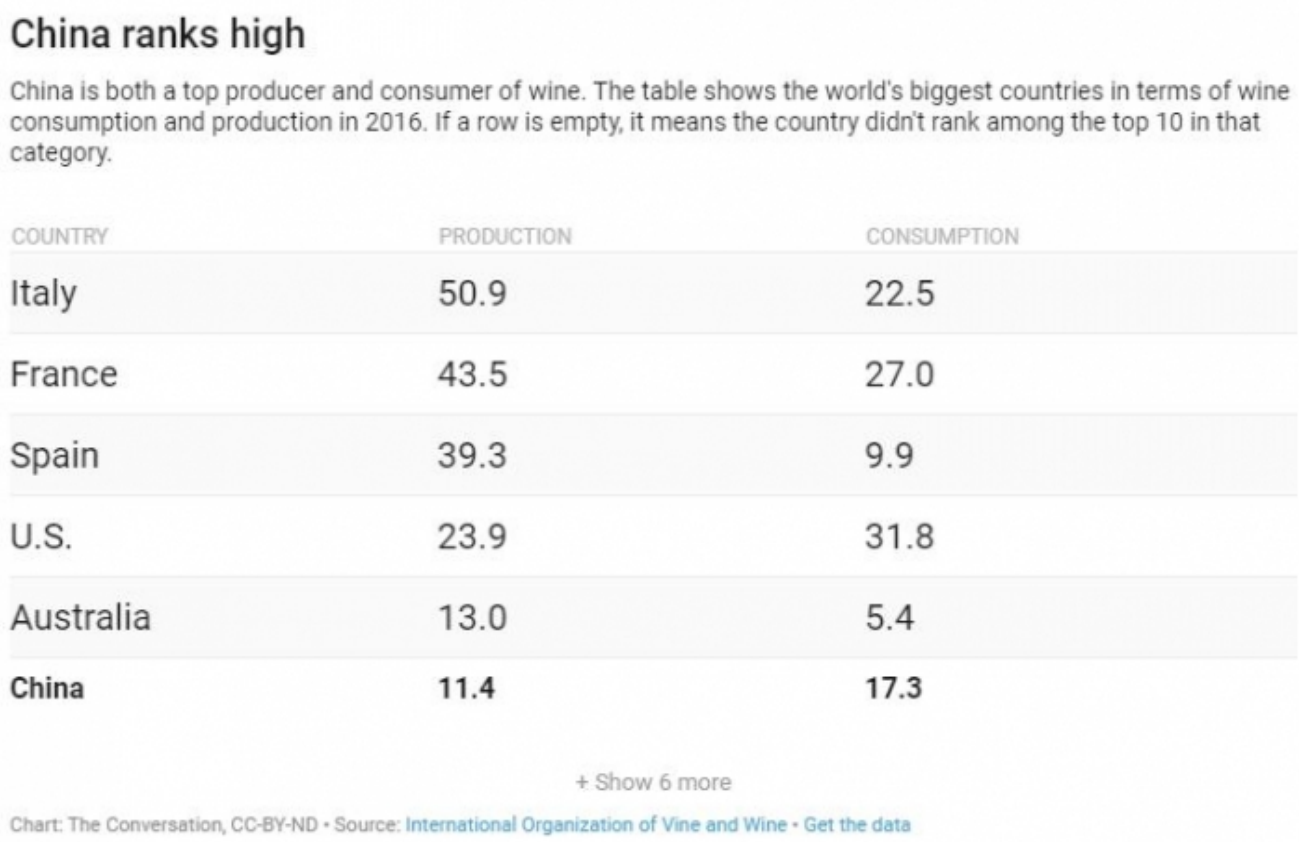
Los productores de vino chinos han triunfado gracias a esta colaboración internacional y, según nuestra experiencia, han superado grandes obstáculos en su camino hacia el éxito.



Entrada a la Exposición Internacional de Vinos 2014 en Yanqing, donde cientos de bodegas extranjeras y locales acudieron a hacer su presentación. Cynthia Howson and Pierre Ly, Author provided

Sin robar ningún secreto tecnológico

China es actualmente la sexta productora mundial de vinos y embotelló 11,4 millones de hectolitros en 2016, después de los 13 millones de Australia. China es el quinto país en cuanto a consumo.



China ranks high

China is both a top producer and consumer of wine. The table shows the world's biggest countries in terms of wine consumption and production in 2016. If a row is empty, it means the country didn't rank among the top 10 in that category.

COUNTRY	PRODUCTION	CONSUMPTION
Italy	50.9	22.5
France	43.5	27.0
Spain	39.3	9.9
U.S.	23.9	31.8
Australia	13.0	5.4
China	**11.4**	**17.3**

+ Show 6 more

Chart: The Conversation, CC-BY-ND • Source: International Organization of Vine and Wine • Get the data

Hace algunos años, la industria vitivinícola de China se centraba en vencer el aumento del coste de la mano de obra, lidiar con un clima complicado y mejorar la calidad de la uva.

Ahora, el mayor obstáculo que los viticultores chinos tienen que superar es el problema de la imagen de China en el exterior y la creciente competencia con el vino extranjero. Ahí es donde se observa la importancia de las empresas conjuntas.

China siempre ha sido famosa por los escándalos relacionados con falsificaciones y seguridad alimentaria. Al mismo tiempo, la industria vitivinícola está menos protegida de la competencia exterior por los acuerdos comerciales bilaterales con países como Chile y Australia, lo que ha hecho desaparecer algunos aranceles. Aunque todavía

tienen algunos impedimentos con respecto a Europa y Estados Unidos, los amantes del vino en China consumen litros y litros de vino francés, a pesar de ser bastante caro.



Los autores visitan Guanlan Vineyard con su propietario, Yanzhi Zhang, exportador de vinos de Beijing y enólogo formado en Burdeos que está construyendo dos bodegas en Ningxia. Cynthia Howson and Pierre Ly, Author provided

Esto ha supuesto que los productores chinos de vino premium han tenido que subir su apuesta para competir con sus rivales. Quizás, de manera irónica, algunos de esos rivales se han sentido bastante contentos por compartir su conocimiento y sus habilidades con ellos.

A diferencia de lo que sucede con los coches, hacer un buen vino no requiere una patente tecnológica. Cualquier persona que se lo tome en serio puede aprender las técnicas, ya sean tradicionales o innovadoras, leyendo, yendo a clases o con la ayuda de un mentor. La experiencia es fundamental para convertirse en un buen productor de vinos, con una gran gama de métodos probados tanto en el viñedo como en la bodega. No existe ninguna fórmula secreta, solo el trabajo duro y la resolución de problemas.

Estas empresas conjuntas han sido fundamentales para ayudar a los productores de China a superar el problema que había con su imagen y a convertirse en mejores competidores.



La bodega de Chandon China se encuentra a la sombra de la montaña Helan en Ningxia. Cynthia Howson and Pierre Ly, Author provided

Puesta en escena de los franceses

Puede que a los lectores les sorprenda saber que el productor de coñac francés Remy Martin fue una de las primeras empresas occidentales en convertirse en empresa conjunta con China, en este caso con la ciudad de Tianjin en 1980, para construir una bodega. Martin llevó consigo sus habilidades para hacer vino y, a cambio, puso un pie en el prometedor mercado de la importación de coñac. De ahí que la bodega Dynasty sea una de las mayores productoras de vino de China.

Remy Martin y otras empresas occidentales no solo aportaron sus habilidades, sino que también aportaron el nombre de su marca. Los chinos amantes del vino, acostumbrados a los mismos estereotipos que los occidentales, se preguntaban cómo sería el vino de una empresa nacional, pero desconocida. Aunque si estaba hecho por

un famoso grupo vitivinícola francés cuyos vinos les encantaban, habría que darles una oportunidad.

Mientras que Dynasty es una marca que vende a gran escala, otras empresas conjuntas franco-chinas se han centrado en la producción de vinos premium. Una pertenece al grupo LVMH y a una empresa estatal de Ningxia, una provincia humilde considerada como la región vitivinícola más prometedora de China. En 2013, el conglomerado francés de empresas de lujo lanzó Chandon China, la filial más reciente de la Chandon family, el gigante mundial de los vinos espumosos.

A diferencia de lo que sucede en otros sectores como el textil o el de los aparatos electrónicos, los productores occidentales no están en China para aprovecharse de los costes bajos del país. Hacer vino en China no es barato debido a alto coste de la mano de obra y, en algunas regiones, a la necesidad de enterrar las viñas en invierno para protegerlas del frío y desenterrarlas en primavera.

Además, está prohibido subcontratar la producción de vino a otro país. El champán solo se puede producir en la región francesa de Champaña. El vino del Valle de Napa solo puede producirse en el Valle de Napa. Si un vino es producido en China se convierte en vino chino.



Los vinos de Treaty Port Vineyards, que ocupa este castillo de estilo escocés en el pueblo de Moulangou, Shandong, están disponibles en el Reino Unido en The Real Wine Company. Cynthia Howson and Pierre Ly

Calidad del vino en alza

El resultado para los productores de vino de China ha sido un aumento en la calidad de su producto.

No hace mucho, era muy complicado encontrar buenos vinos chinos. Las marcas comerciales, como Changyu, Great Wall o Dynasty, se encontraban en cualquier supermercado o tienda del país. Sin embargo, las bodegas que ganaban premios eran demasiado pequeñas o carecían de buenas estrategias de márketing y acuerdos con los distribuidores como para poder acercar su producto a los consumidores.

Actualmente, los mejores vinos de China están disponibles en las grandes ciudades, ya que los principales distribuidores han empezado a incluir a productores chinos en sus carteras de vinos de importación. Esto ha hecho que los mejores vinos estén en las tiendas locales a las que acuden los aficionados al vino, como Pudao Wines en Pekín y Shanghai, y en las cartas de vino de algunos restaurantes.

En 2016, por ejemplo, se podía pedir una copa de Pretty Pony, un vino tinto muy premiado de la región de Ningxia (bodegas Kanaan), en el restaurante de un hotel del principal aeropuerto de Guangzhou, algo que un año antes era imposible.

Próximo destino: exportaciones

¿Puedes conseguir una botella de Pretty Pony en la tienda si no vives en China? Aunque las exportaciones de vinos chinos son muy bajas (solo 1,2 millones de dólares en 2016, comparado con los 468 millones de España) cada vez hay más supermercados y tiendas de vino en el mundo, en ciudades como (Seattle, Melbourne, Londres y Madrid) que venden algunos de los mejores vinos chinos.

Aunque no es muy probable que los productores de vino chinos sean una amenaza para sus competidores franceses en un futuro próximo, los chinos están decididos a ganarse su hueco en el mercado del vino a nivel mundial.

Cynthia Howson, Lecturer, *University of Washington* y Pierre Ly, Associate Professor, *University of Puget Sound*

Este artículo fue publicado originalmente en The Conversation. Lea el original.