vinetur

Hans Backhoff: “Para mi el futuro del vino está en la viticultura de alta precisión, en la digitalización y en la automatización”

miércoles 2 de noviembre de 2022

ESCRITO POR MARIANA GIL JUNCAL



En el marco del 34º Congreso Mundial de la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV) -que se lleva a cabo hasta el 4 de noviembre en Ensenada, Baja California, México- conversamos con Hans Backhoff, el Presidente del Consejo Mexicano Vitivinícola para conocer el presente y futuro del vino mexicano.

¿Cómo vive la celebración del Congreso Mundial de la OIV en México?

Hacer el congreso en México es algo muy importante para nosotros ya que lo habíamos estado buscando intencionalmente con la idea de buscar este reconocimiento ante el mundo de que México produce vinos de calidad. Por eso algo que ha sido muy satisfactorio de este congreso es que los expertos que han llegado y degustado los vinos se han sorprendido para bien. No sé bien qué se esperaban encontrar pero cuando veo que les brillan los ojos y dicen: este vino está bien hecho y tiene la tipicidad varietal yo ya estoy del otro lado porque eso nos marca que estamos haciendo las cosas bien y que además tenemos un potencial enorme para seguir avanzando y mejorando. Otro punto fundamental para nosotros era abrir los canales de comunicación, por eso que ahora se hable de una seriedad para proyectar las mejoras, la evolución, la tecnología, la responsabilidad y el ordenamiento... Habla de que estamos apostando al futuro y de qué queremos hacer las cosas bien.

¿En qué estadio se encuentra la vitivinicultura mexicana?

Nuestra experiencia como país es un poco irónica porque somos el primer país en el continente que empezó a hacer vino pero realmente esta cultura no se ha fomentado tan rápido, entonces tenemos mucho que aprender en ese aspecto. Encima, la viticultura manda y la viticultura tarda, entonces para entender bien la evolución y una buena experiencia necesitamos mucho tiempo ya que entre que plantas la viña y comercializas el vino ya estás hablando de unos ⅞ años y a lo mejor te equivocas y tienen que volver a empezar. Por eso ahora tenemos que empezar a buscar cómo se expresan mejor los suelos, con qué variedades trabajar, qué sistemas de raíces usar... Y ahora con el cambio climático también es fundamental ver cuáles son las mejores variedades que se están desarrollando ya que hay algunas a las que les cuesta más

trabajo. Todo esto es parte de descubrir quiénes somos.

¿Cómo observa el comportamiento del consumidor mexicano de vino?

Ver la reacción de los consumidores es lo que más me entusiasma porque ha sido un mercado muy dinámico y cambiante. Hace 20 años el mercado estaba conformado por hombres, de 40/60 años ABC+y hoy en día todo cambió y ahora la mujer es la protagonista y se convirtió en el target principal. Además el rango etario bajó de 50 a 30 años y aún continúa bajando y también hay una clase media mucho más participativa. Por eso estos cambios nos marcan que el mercado tiene un potencial enorme. En el 2017 el vino mexicano se convirtió en el favorito de los mexicanos y hay un reconocimiento y una lealtad por el consumidor nacional hacia el producto, que curiosamente se incentivó con la pandemia. Aunque el consumo per cápita hoy está en 1,2, este se multiplicó por 6 en los últimos 15 años cuando solo se tomaban 180 ml. Los pasos y los crecimientos han sido muy apropiados y positivos ya que nos marcan que el vino no ha sido una moda sino que somos una tendencia que llegó para quedarse. México es un gigante dormido porque tiene el potencial de seguir creciendo y triplicar ese consumo per cápita en unos 5 años.

¿Qué objetivos tienen desde el Consejo Mexicano Vitivinícola (CMV) para promover este crecimiento de la industria?

Lo más importante es la unificación del sector. Aunque también es importante lo normativo y tener mensajes claros entre nosotros para justamente llegar a buscar estos cambios. Hablo de esquemas de financiamiento, impuestos, etiquetado, vino de origen y de todas las posibilidades para generar recursos y que el mismo gobierno pueda apoyar entendiendo la especificidad del producto.

¿Cómo describe la situación actual de la profesionalización del vino en su país?

Sin duda la educación es la base. Yo soy un perfecto ejemplo de ese déficit porque no me pude quedar en México para tener el grado de profesionalización y la formación que buscaba. Así que tenemos mucho que formalizar y profesionalizar. Ensenada es un buen ejemplo porque estamos buscando tener tres centros de investigación y también aquí se está formando la primera carrera oficial de enología, aunque todavía queda pendiente la de viticultura. Todo esto es parte de un proceso pero hay mucha gente interesada y hoy en día solo se pueden hacer diplomados que no están en el nivel que la gente necesita y hay mucha gente que quiere dar un paso más. Claro que está en nosotros incentivar esos proyectos académicos que puedan formar mejores vitivinicultores para que puedan estar más actualizados.

Metiéndonos en el mercado local, ¿Cuáles son las tendencias más fuertes de elaboración y consumo del mercado interno?

Actualmente seguimos viendo que hay un fuerte impulso y preferencia hacia el vino tinto. El 75% de lo que se consume en México es vino tinto, el 23% es vino blanco y los otros 2% se dividen entre espumoso y rosado. La comunidad de rosado está ganando participación y eso no solo pasa aquí sino en el mundo entero. El vino blanco ha ganado 5 puntos porcentuales en los últimos 8 años, por lo cual el vino blanco le empieza a comer mercado al vino tinto. El estilo más fuerte es menos tradicional, ya que buscamos estilos que van más orientados a lo que produce el terruño. Por eso hay cada vez menos vinos con presencia de barrica, vinos que no tienen la maloláctica completa y vinos con taninos mucho más suaves... No quiero estandarizar porque hay productos para todos los gustos y momentos de consumo pero sí creo que hay variedades que están resaltando como el caso del Sauvignon Blanc, que desde mi punto de vista va a ser en el futuro la variedad blanca de México. Y si bien el Cabernet Sauvignon sigue siendo el vino más consumido dentro de los tintos, hay variedades que siguen consolidando su posición como el Syrah, el Tempranillo y la Garnacha.



Un tema central del congreso es el cambio climático, ¿cuál cree que es la mejor forma de combatirlo?

Creo que el mensaje más claro es que hay que poner el foco en el terruño porque la tierra es la más afectada por la erosión. Por eso tener suelos vivos es clave pero también es vital tener mejor uso de los recursos, ser más eficientes y entender de mejor manera qué es lo que se necesita en tiempo y forma. Por eso la tecnología juega un papel fundamental. Para mi el futuro del vino está en la viticultura de alta precisión, en la digitalización y en la automatización. Por eso es muy importante estar actualizado, entender tu campo y tus plantas y al mismo tiempo es necesario hacer desarrollo e investigación porque es la única manera de buscar la eficiencia. Así que el cambio climático nos obliga a todo esto, pero si tienes un campo saludable estarás en mejor forma para atender a los viñedos.

¿Cómo observa que las bodegas mexicanas se acomodan al trabajo sostenible del vino?

Creo que falta mucho todavía, estamos en pañales. Cuando vemos los temas de sustentabilidad de las plantas o de producción obviamente el recurso más limitante es el agua. Por eso tener una trazabilidad de la huella de carbono es vital entender dónde están tus consumos y cómo los estás haciendo el día de hoy para comparar cómo los podrías hacer después. Por eso es importante que los diferentes procesos hablen de un monitoreo y una trazabilidad que al final es parte de la responsabilidad de todos. Al final solo tenemos que ser más inteligentes y saber cómo usar las cosas a nuestro favor porque eso nos obliga a entender mejor lo que las plantas nos están pidiendo.

Con el foco mundial del vino puesto hoy en México ¿qué recomendaciones son fundamentales del enoturismo local?

Creo que Baja California ha entendido bien el concepto de enoturismo porque ofrece una experiencia completa y redonda que incluye desde la parte gastronómica, el vino o los valles, hasta la hotelería o las actividades adicionales. En cuanto a lo gastronómico es una mega grata sorpresa que desde aquí están saliendo muchísimos talentos que entienden de una manera muy auténtica lo que tienen y proclaman una autenticidad del estilo de su comida que es muy ensenadense.

En Ensenada el tema del mar es muy importante porque pasa un fenómeno que es la insurgencia, que se da en muy pocos lugares en el mundo. Donde las corrientes de aguas frías -particularmente de Alaska- terminan bajando lo de arriba y subiendo lo de abajo, entonces se hace un revoltijo que genera que haya una gran riqueza en fauna marítima. Por eso, un súper must de Ensenada es el atún, las conchas o almejas, el mejillón, el ostión, el cangrejo o centolla y el erizo. Fuera del agua, apunto los quesos locales, el concepto farm to table con su variedad de vegetales orgánicos y los borregos que están en todos los platos locales.

Para terminar ¿cuáles son los principales retos del vino mexicano?

Sin duda el recurso hídrico es el primero en la lista, el segundo es la experiencia porque todavía nos cuesta mucho entender el potencial que tenemos y el tercero es la internacionalización que es lo que estamos intentando hacer ahora para dar a conocer el producto mexicano ante el mundo.