vinetur

Balance del vino argentino: “En un país que no crece, el vino sigue avanzando”

miércoles 4 de enero de 2023

ESCRITO POR MARIANA GIL JUNCAL



Dolores Lavaque de Velasco, Directora de Consultora Stg

En un año en el que los vaivenes económicos estuvieron a la orden del día, el vino argentino surfeó la ola de la mejor forma posible para seguir imponiéndose en las mesas de los consumidores.

"El mercado interno y el externo del vino argentino está tendiendo a la digitalización y este año se reforzó el interés por los valores detrás de la elaboración, los elaboradores del vino, los cuidados hacia el medioambiente, sus colaboradores y hacia la comunidad que los rodea" comienza Dolores Lavaque de Velasco, Directora de Consultora Stg quien agrega que en cuanto a estilos de producto este 2022 subrayó "una tendencia hacia vinos más frescos, frutados, de buena acidez y siempre bien equilibrados".

Marina Beltrame, directora de la Escuela Argentina de Sommeliers (EAS) suma que el vino argentino este año en el mercado externo "siguió el posicionamiento de vinos con marcas que han penetrado en las distintas categorías pero principalmente la de tintos se vuelve cada vez más competitiva".



Marina Beltrame, directora de la Escuela Argentina de Sommeliers (EAS)

Si nos metemos de lleno en cómo se mueve la aguja de las decisiones de compra en los consumidores argentino, Lávaque adelanta que en su consultora realizaronuna radiografía del consumidor argentino de vinos en la que pudieron "detectar que el principal factor de elección por parte de los consumidores en nuestro mercado es la variedad: la cepa de elaboración fue elegida de manera no excluyente por el 73% de los encuestados. En segundo lugar, la marca o bodega, elegida por el 50% de los encuestados como factor de compra, lo que nos sigue indicando la importancia de

apostar por la comunicación de marca y por la reputación en un mercado saturado de propuestas en el que los consumidores necesitan de señales lo más claras posible para guiarse en sus elecciones. En tercer orden, la recomendación fue decisiva para la elección, señalada por un 44,4% de los encuestados".

El periodista y comunicador Fabricio Portelli suma que "el precio sigue siendo el primer traccionador de ventas, algo lógico en un país con tanta inflación, pero cada vez son más los que se interesan, preguntan y siguen en las redes sociales a los hacedores y a las bodegas para interactuar y aprender más".

En cuanto a hitos destacables Lávaque describe que este 2022 fue una tremenda explosión. "Tal vez hasta exagerada, de ferias y eventos de vinos. De todas formas -pese a la sobreoferta de este tipo de eventos- se llenan, ya que la gente post pandemia quiere salir y disfrutar en grupo. Lo mismo ocurre con la gastronomía: se ve una explosión de polos gastronómicos en las urbes, en las capitales".

Un binomio inseparable es para Portelli la calidad y el Malbec. "Si bien todos los años son difíciles en este país el vino ha demostrado seguir su propio camino gracias a dos factores que traccionan toda una industria: la calidad y el Malbec. A la calidad ya nadie la detiene, porque mejora con cada cosecha y porque todo lo aprendido con los mejores vinos solo sirve para subir la vara e ir más allá. De hecho, eso se nota en cada vino envasado, sea botella, BiB o Tetra Brik. Y hay que destacar que el Malbec sigue siendo el vino más pedido, más consumido y el que mejor elaboramos. Tanto que en el mundo el Malbec se está haciendo categoría, mucho antes que la Argentina como país productor. Y si algo hay para destacar este año es la estabilidad en término de ventas y consumo, lo cual es mucho decir con una inflación del 100% y la alta competitividad en el mundo, potenciada post COVID-19. Si bien algunos pequeños y medianos productores han sufrido más de la cuenta, en general el saldo es positivo, porque en un país que no crece, el vino sigue avanzando y si cuantitativamente no es suficiente, cualitativamente supera las expectativas. Y eso le asegura un buen porvenir, más allá de los desafíos coyunturales que se vienen".



El periodista y comunicador Fabricio Portelli

Por otro lado, si nos metemos de lleno en la sommellerie argentina, este año se volvió a consagrar a una mujer como la mejor del país: Andrea Donadio. "Ocho de los nueve concursos nacionales realizados desde 2002 fueron ganados por mujeres, además del gran nivel demostrado durante todo el concurso, lo que me parece algo a destacar" agrega Lávaque quien también destaca "que si bien el vermut es una tendencia que ya venía en alza, está encontrando un lugar cada vez más destacado en el paladar de los argentinos, aunque en realidad es un hábito que volvió".

Para Portelli la tendencia se sigue llamando Malbec. "El vino es clásico en el fondo y a la larga las modas se convierten en tendencias y las tendencias terminan siendo lógicas de consumo. El Malbec va a seguir siendo el estandarte. Así la tendencia no será un formato, ni un estilo de vinos (natural, bio u orgánico) ni tampoco un origen sino que seguirá siendo un vino... y ese es el Malbec".

¿Cómo se proyecta el 2023? Para Lávaque "los últimos seis meses del 2022 las listas de precios de vinos se aumentaron mensualmente dada la inflación, así que preveo una profundización de esta situación, con faltante de productos, stocks reducidos por lo que se perdió en las heladas tardías sufridas en noviembre 2022 e incertidumbre en cuanto al negocio de exportaciones de cara a las elecciones y la inestabilidad cambiaria. De cara al desarrollo de productos nuevos o lanzamientos, creo que irán hacia vinos más sustentables. Todos tendrán su línea de orgánicos reforzando así los valores por el cuidado del medio ambiente. Aunque no veo la proliferación de vinos naturales, ni tampoco de vinos con bajo contenido de alcohol o sin alcohol".

Como todos los años, para Portelli el año que se viene "será impredecible porque todavía hay que determinar realmente cuánto afectó la helada, sumado a la inflación y a las elecciones. Pero el vino se va acomodando a medida que pasan los meses y traccionado por la calidad y el Malbec, sin dudas va a tener otro gran año. Quizás nuevamente será más cualificación que cuantificable. Pero ese es el camino para que algún día lleguen los resultados económicos que todos esperan y que el vino se merece".

La apuesta para el año próximo Beltrame debe ser la diversidad. "Debemos seguir aumentando otras categorías fuera de los vinos tintos porque pareciera haber un interés especial por vinos con poca intervención que de algún modo acompañan a un mensaje de' consumo saludable´. Aunque personalmente creo que la viticultura argentina está poco intervenida en general y no hay que ser radical respecto a solo consumir un tipo u otro de vino o rotularlos".