vinetur

De la crisis a la oportunidad: el camino del sector vitivinícola

La industria vitivinícola lucha contra las presiones económicas y climáticas

viernes 19 de enero de 2024

ESCRITO POR ROBERT BEIR



La industria vitivinícola, piedra angular de la cultura y el comercio mundiales, se enfrenta a una confluencia de retos que la han llevado a una coyuntura crítica. El último Informe Empresarial de ProWein, una exhaustiva encuesta realizada por la Universidad de Geisenheim en la que participaron más de 2.000 miembros del sector, arroja luz sobre la crisis polifacética a la que se enfrenta la industria. El informe,

titulado "Formas de salir de la crisis", ofrece una visión detallada de la situación actual y las perspectivas de futuro del sector vitivinícola.

La recesión económica se ha convertido en una de las principales preocupaciones del sector. Según el informe, el 73% de los encuestados en 2023 señalaron el aumento de los costes como una amenaza importante, aunque se trata de un ligero descenso respecto al 85% de 2022. La recesión económica mundial y la disminución del consumo de vino son también preocupaciones importantes, con el 59% y el 48% de los encuestados destacando estas cuestiones, respectivamente. Esto supone un notable aumento de la preocupación por el consumo de vino, frente al 30% de 2022.

Curiosamente, el cambio climático, a pesar de su grave impacto en la producción de vino en todo el mundo, no fue la principal preocupación. Esto se atribuye a que las presiones económicas más inmediatas eclipsan los efectos a largo plazo del cambio climático. El informe indica que sólo el 45% de los encuestados considera que el cambio climático es una amenaza importante, a pesar de que la producción mundial de vino en 2023 alcanzará su nivel más bajo en 60 años, según las cifras de la OIV.

Los problemas de la cadena de suministro, aunque siguen siendo significativos, han visto disminuir su preocupación, con un 32% citándolo en 2023 frente a un 66% en 2022. Sin embargo, se espera que los recientes acontecimientos geopolíticos, como los ataques de los Houthi al transporte marítimo en el Mar Rojo, aumenten estas preocupaciones una vez más.

En respuesta a estos desafíos económicos, la industria se está centrando en la reducción de costes, con el 64% de los productores y comerciantes con el objetivo de reducir costes. Curiosamente, sólo una pequeña parte (6%) está considerando el despido de personal, lo que pone de relieve el valor que se da a la retención de empleados cualificados.

El informe también pone en tela de juicio la noción de "premiumización" del mercado vitivinícola. La tendencia parece inclinarse hacia la popularización, con un crecimiento del segmento popular/de precio más bajo, en contraste con el descenso de las ventas en el segmento premium/superpremium. Se espera que este cambio continúe, con previsiones de aumento de las ventas en el segmento popular y un nuevo descenso de

las ventas premium.

Otro dato significativo es el descenso del consumo mundial de vino, atribuido a la reducción de la renta disponible y a las tendencias de salud y bienestar. No se prevé que este descenso del consumo se invierta aunque mejore la economía. El cambio en las preferencias de los consumidores, que se decantan por la cerveza y los licores, también está afectando a las ventas de vino. Esta tendencia queda patente en la inclusión en la feria ProWein de ProSpirits, una nueva sección centrada en una variedad de bebidas espirituosas.

La encuesta también puso de relieve los retos de marketing a los que se enfrenta la industria vinícola, sobre todo para llegar a los consumidores más jóvenes. Las grandes empresas cerveceras y de bebidas espirituosas, con sus importantes presupuestos de marketing, tienen ventaja en este terreno. La mayoría de los productores franceses de vino creen que otras bebidas alcohólicas tienen más éxito a la hora de atraer a los consumidores más jóvenes.

A pesar del exceso de oferta y la caída de la demanda, todo el sector reconoce los problemas existentes y existe consenso sobre las posibles soluciones. El informe sugiere un enfoque holístico que combine la sostenibilidad económica con la mejora de la comunicación como clave para asegurar el futuro del sector vitivinícola. Sin embargo, existe una discrepancia de opiniones entre productores y comerciantes sobre la rentabilidad y las estrategias de comercialización del vino.

El sector vitivinícola se encuentra en un momento crucial, afrontando importantes retos pero también mostrando su disposición a adaptarse y evolucionar. El Informe Empresarial de ProWein ofrece valiosas perspectivas y sirve de llamada a la acción para que el sector salga de la crisis actual.