

## SOSTENIBILIDAD EN EL SECTOR VITIVINÍCOLA: TRANSICIÓN HACIA UN NUEVO MODELO



Ramon Viader Guixà. Farmacéutico. Enólogo.

Ex presidente de la Union Internationale des Oenologues.  
Ex presidente de la Federación Española de Asociaciones de Enólogos.  
Miembro emérito del grupo de expertos de la Subcomisión de Métodos de Análisis de la O.I.V.

### A modo de exordio

Hace poco, publiqué un artículo en el que exponía las diversas causas que nos han llevado a la situación actual. Una situación sin duda muy preocupante a causa del descenso inconmensurable de las ventas, especialmente en el canal HORECA y por las dificultades en la exportación.

Examinadas las causas, se hace necesario estudiar las posibles soluciones, algunas de las cuales ya apunté al final del citado artículo.

Es hora pues, de aportar soluciones viables y de actuar. Como premisa, tener en cuenta que no podemos comparar, por muchas razones, nuestra realidad vitícola con la de Francia o Italia. Pero podemos aprender de los modelos de éxito de muchos otros países, incluidos los citados.

En lo que no podemos caer es en buscar soluciones coyunturales para pretender solucionar la campaña de este año. Diversos operadores del sector han apuntado hacia las propuestas clásicas, sin visión de futuro, consistentes en disminuir la producción de uva, enviar los excedentes de vino a destilación y echar mano de las típicas subvenciones. No es hora de subvenciones. Las subvenciones están para ayudar puntualmente a los que las necesitan, a los que no pueden producir ningún bien. Nosotros debemos apostar por ser autónomos, independientes, viables y constructores de nuestro propio futuro.

## Una reflexión previa

Iniciar un cambio cuando este cambio es de mucho calado asusta, porque todo cambio comporta un cierto grado de incertidumbre. A veces, nos asusta tanto que preferimos seguir en nuestra infelicidad. El miedo al cambio es porque estamos anclados en unas ideas fijas asentadas para proteger nuestra identidad. Una manera de vencer esta situación consiste en activar el sistema consciente o reflexivo utilizando el pensamiento crítico. Este ejercicio nos llevará a tomar una determinación la cual proviene del deseo unido a la convicción. Deseo de cambiar y convicción de tener que hacerlo. Seguiremos teniendo miedo al cambio, pero será un miedo sano que nos llevará a actuar adoptando las precauciones necesarias.

## El marco actual y futuro

Lo que hoy es obvio, ayer era imposible. Hoy, nos parece imposible vivir sin internet y sin teléfono móvil. Recuerdo las primeras películas de James Bond, en los no tan lejanos años 70, cuando el agente secreto disponía de toda suerte de artilugios cuya existencia parecía imposible. Actualmente, algunos de aquellos inventos son totalmente obsoletos.

El mundo está cambiando vertiginosamente en la medida que también crece su población y la globalidad de las relaciones entre sociedades y países. Sin aventurarnos a un futuro lejano, los estudios demográficos y de tendencia socioeconómica nos muestran que para 2050 la población mundial rondará los casi 9.500 millones de habitantes, de los cuales, un 22% serán mayores de 60 años y el 77 % de esta población vivirá en Asia y África. Europa, cuya población representa hoy el 14% mundial, representará solo un 7%. El envejecimiento de la población afectará tanto a la economía como a la sociedad y, por supuesto, al estado de bienestar. El aumento de la población efectuará una mayor presión sobre las necesidades energéticas, sobre la disponibilidad de agua y de suelo cultivable, entre otros.

Por cuanto al consumo de vino, hoy en día la franja de mayor volumen se encuentra en los mayores de 50 años, mientras que los menores de 25 años consumen muy poco. No parece que esta estadística vaya a cambiar demasiado. Asia y África no tienen la cultura del vino y nada hace pensar que vayan a cambiar mucho sus hábitos alimentarios. Por otra parte, también es difícil pensar que el consumo mundial de vino supere la media actual de unos 35 litros por persona y año.

En 1987 se acuñó el término *Desarrollo Sostenible*, que en la actualidad ha mutado a *Crecimiento Sostenible*. Para algunos, esta mutación es un oxímoron, dado que el crecimiento va llegando al punto asintótico de la curva, precisamente, por su falta de sostenibilidad. Otros expertos empiezan incluso a apuntar la necesidad de entrar en fase de *decrecimiento económico*. La economía expansiva vivida desde el final de la segunda guerra mundial parece que está tocando a su fin, pues la producción de bienes de consumo con ciclos de vida cortos no es sostenible medioambientalmente por la ingente cantidad de residuos que producen, a la vez que un gasto energético de difícil justificación. Las reservas de minerales estratégicos se agotan y la producción de energía debe llegar a ser totalmente renovable antes que incrementar su consumo.

Presumiblemente, ante esta situación, los nuevos gobiernos ejercerán mayor control sobre las actividades productivas en modo de asignar superficie, recursos hídricos y energéticos en función de la necesidad social de los bienes que determinada empresa produzca. Habrá, pues, prioridades y primarán las sanitarias y las alimentarias básicas. El vino no es un alimento básico y puede, en su virtud, que se limite el crecimiento de la industria vinícola en favor de otros cultivos.

Todo lo expuesto, si bien de manera sucinta, es suficiente para plantearse cuál será el futuro modelo de nuestro sector.

## España en el contexto vitivinícola mundial

La producción y venta de vino a escala mundial tuvo un notable crecimiento hace años, pero el consumo se mantiene estable desde 2006. Hemos pasado de 280 MHI en el año 2000 a 260 MHI en el 2019. Argentina y Chile no solo se han estancado, sino que su comercio ha decaído como consecuencia de su situación socioeconómica. En los países no productores pero consumidores, como son Canadá, los del norte de Europa, sudeste asiático y África, el consumo muestra una curva bastante plana.

La UE sigue siendo el primer productor y también primer consumidor, ya que producimos el 50% y consumimos el 53%, mientras que USA, a pesar de bajar el consumo, sigue siendo un consumidor neto, pues produce el 9,4% y consume el 13%. China ha entrado en fase de ralentí, pero se ha situado en el segundo país en superficie de viñedo, justo detrás de España. De Rusia tenemos pocos datos fiables. En general, se autoabastecen.

El vino embotellado es el que alcanza mayor precio, pero mayoritariamente exportamos a granel. En los graneles el precio medio es la mitad del de Italia, por ejemplo. USA exporta casi el 100% embotellado y de gama alta, a precio alto.

Solo los vinos espumosos experimentan un claro crecimiento a nivel mundial. Un 57% en los últimos seis años. No obstante, este crecimiento viene liderado por el Prosecco, un producto ligero, aromático, con un toque dulce y muy bien promocionado, como todo producto italiano. En el polo desfavorable se encuentra el Cava, que sigue tristemente estancado a pesar de sus bajos precios. El consumo interior viene lastrado en cierta medida por la deriva independentista de Catalunya. Los otros espumosos españoles progresan, pero todavía no han alcanzado popularidad y cuantitativamente su significado es escaso.

El bajo precio del Cava ha estigmatizado este producto y, como dije y es sabido, una vez establecido un precio en los mercados, es muy difícil elevarlo. De ahí las migraciones de diversos cavistas a otras nomenclaturas (Corpinat, Clàssic Penedès...) que permiten entrar en los mercados con otra imagen. Pero atención: no basta con cambiarse de camisa, hay que vestir elegante, tener modos, finura, elegancia en el trato. En definitiva, que los mercados reconozcan una verdadera diferencia. Me siento escéptico sobre el pretendido resultado. El tiempo dirá.

Ante este panorama cabe preguntarse: ¿Qué países comprarán nuestro vino? ¿Cuánto vino nos comprarán? ¿Qué tipo de vino comprarán? ¿A qué precio lo adquirirán?

La respuesta a estas preguntas, dado que es bastante sencilla, la dejo al estimado lector. No obstante, señalo que en el horizonte del año 2050 presumiblemente venderemos menos vino a causa de un notable cambio en la demografía que se habrá desplazado en un 77% hacia países típicamente no consumidores, de Asia y África, los cuales, difícilmente modificarán sus pautas de consumo a causa de sus convicciones religiosas y de sus cocinas regionales.

Las campañas antialcohol siguen y nunca será posible realizar publicidad que ayude a fomentar el consumo.

## Propuestas para la viabilidad del sector a medio y largo plazo

A modo de decálogo presenté una serie de propuestas cuya viabilidad y modo de ejecución precisan cierto estudio. Vamos a verlo.

### **1. Acotar la superficie de viñedo para ajustarla a las verdaderas necesidades.**

España, desde siempre, dispone de una superficie de viñedo desproporcionada con respecto a su producción y venta de vino. En nuestro país, un millón de hectáreas producen de media 40 millones de hectólitros o, lo que es lo mismo, 4000 litros/Ha., mientras que Italia y Francia producen 8-10.000 L/Ha y Chile, por ejemplo, el doble de Francia o de Italia, con unos 20-25.000 L/Ha. Nadie duda de la gran calidad de estos vinos. En realidad, mucho más prestigiados y valorados que los españoles. En el punto siguiente detallaremos esta cuestión.

A pesar de que los rendimientos por hectárea han sido, y son todavía, tradicionalmente bajos, han superado en muchas campañas las verdaderas necesidades para satisfacer las ventas. Para regular el delicado equilibrio entre oferta y demanda, se ha recurrido normalmente a las destilaciones subvencionadas para producir etanol y la vendimia en verde, como en esta añada de 2020.

Conquistar nuevos mercados es cada vez más dificultoso y, con frecuencia, se consigue a base de bajar precios. Eso, desde luego, es una perversa política comercial. Adicionalmente, hay que decir que ya no es posible seguir este camino pues más barato ya no es posible. *Para ese viaje no hacen falta alforjas.*

Todos los países han reducido su superficie vitícola en los últimos años, desde un 2% Italia hasta un 35% Argentina, pasando por un 12% en Francia, etc. Mientras, en España hemos incrementado la superficie en un 1% de media. También en California han reducido plantaciones y las han reconvertido a pistacho y otros frutos.

Caso particular el Cava, que ha aumentado un 13% la superficie de viñedo mientras que sus ventas están estancadas, con crecimientos de poco más del 2%. La DO Rueda, a mayor abundamiento, ha incrementado su área de viñedo en nada menos que un 40% en los últimos cuatro años pasando de 13.000 Ha a 18.000 Ha, mientras sus ventas siguen estancadas o en retroceso, pues quedan todavía 60 millones de litros de la vendimia pasada aún sin calificar. En esta campaña le sobran toneladas de uva y, probablemente, también en años venideros.

Si en el año 2000 había 7,8 millones de hectáreas de viña en el mundo y en el 2019 estamos con 7,4 millones, es evidente que en España algo estamos haciendo mal.

China sigue su imparable crecimiento económico. Debemos estar atentos a su evolución y, preventivamente, empezar a tomar medidas. Ciertamente que el consumo interior chino es potencialmente muy elevado, pero recientemente también parece estancarse. No olvidemos su vocación y su capacidad exportadora, también.

Las bodegas, como cualquier negocio, precisan crecer, pero deben hacerlo acompasadamente en función de la demanda. A nivel mundial sobran nada menos que 35 millones de Hl de vino, o lo que es lo mismo, un 14% del consumo. No se trata de un dato coyuntural sino de la media de los últimos 10 años. Este dato invita a frenar las plantaciones.

Como consecuencia de una irresponsable política de plantaciones a nivel nacional, iniciamos la campaña de este año con unos abultados excedentes en casi todas las DDOO. Paralelamente a este escenario, el consumo interno en España ha caído un 40% en los últimos 10 años.

Como ya apunté en mi artículo anterior, no es previsible ni a medio ni a largo plazo, un crecimiento capaz de absorber este desajuste. Ello, por las incesantes campañas antialcohol y por la implantación social cada vez más acusada y sostenida de la dieta "saludable", en la que el vino tiende a ser arrinconado por su contenido alcohólico. No dejemos de lado la creciente población española procedente del islam.

La población mundial crece y también los mercados, pero la tendencia en viticultura, al igual que en cualquier campo de la industria, debe ser, cada vez más, la de aumentar la eficacia. Dicho de otro modo, aumentar la producción y la calidad, al tiempo que se contienen o reducen los costes. Otros países productores están desde hace tiempo en este empeño. Por lo cual, debemos no autorizar nuevas plantaciones y amortizar todas las posibles. La no disponibilidad de más superficie obligará a aumentar rendimientos y a ser más competitivos. Mientras, veremos cómo evoluciona el mercado. Es un proceso relativamente rápido.

Por otra parte, nos estamos olvidando de que, en un futuro ya muy próximo, el área cultivable en el planeta será insuficiente para producir todos los alimentos necesarios para una población que no para de crecer. Nuestros hijos comerán carne y legumbres obtenidas por biosíntesis a partir de levaduras. Faltarán fósforo y los fertilizantes serán más costosos y de uso muy controlado. Es plausible que los gobiernos intervengan para racionalizar la producción de alimentos dando prioridad a aquellos imprescindibles para la vida. La viña no está en este marco.

En este sentido, quizás también debemos plantearnos trabajar en cultivos alternativos y que las bodegas no elaboren un solo producto, sino que sus estructuras se acomoden para una diversidad de productos agrícolas. USA empieza a apuntar en este sentido. Las ventajas de la diversidad son muy grandes desde todos los puntos de vista. Tenemos ejemplos claros en el sector del automóvil, la electrónica, la industria farmacéutica y los electrodomésticos.

## **2. Racionalizar la producción de uva mejorando su calidad a la par que una mejora en los rendimientos.**

Visto lo anterior, es incuestionable que debemos racionalizar la producción de uva para evitar excedentes. Para ello, debemos acudir a examinar la serie histórica de producción/venta y añadirle una previsión de aumento por el normal crecimiento de los mercados. No obstante, el crecimiento previsto para nuestros vinos queda muy reducido dadas las presiones ejercidas por otros países productores. No olvidemos que las estadísticas mundiales nos señalan un estancamiento de las ventas y un crecimiento global muy escaso. Podríamos seguir creciendo todavía un poco, pero a base de mantener una política de precios a la baja. Como ya he indicado anteriormente, no creo que seguir con esta estrategia nos sea conveniente.

En España, el 60% de la superficie de viñedo se encuentra en fincas superiores a las 10 Ha. Pero el 40% de las explotaciones vitícolas arrojan una media de 1,8 Ha/titular. Eso significa que el productor medio español no es competitivo porque no puede serlo dada su pequeña superficie. Sus costes son, en general, desproporcionadamente elevados.

Nuestros rendimientos son tradicionalmente bajos y dados los excedentes, también habituales, lógicamente no se ha apostado por aumentarlos. Además, el tan manido aforismo de que *a mayor producción menor calidad* ha sido, desde siempre, la mejor arma para frenar un desarrollo a todas luces necesario para generar sostenibilidad. Insisto, cantidad y calidad no son incompatibles, es más, podemos afirmar que ambos parámetros siguen una curva en U, de modo que la calidad máxima se obtiene en un punto medio por encima y por debajo del cual, la calidad disminuye. Insisto. Se trata de una U, no de una recta con pendiente lineal. Hay que trabajar más este punto, para poder sanear el sector.

El minifundio no tiene futuro porque no es sostenible. Tendremos que ir pensando en diseñar nuevas estrategias en zonas y D.O. en donde su particular orografía no permite el cultivo extensivo. Indefectiblemente, algunos vinos desaparecerán. Lamentablemente, perderemos diversidad y patrimonio cultural y habrá que reinventarse. Es el tributo que pagaremos por seguir civilizados y disfrutando del estado de bienestar al que nos hemos acostumbrado. Si queremos viajar, precisamos automóviles, barcos o aviones. Si queremos viajar, tenemos que aprender a vivir con la contaminación. Si queremos curarnos de una enfermedad debemos tomar el medicamento adecuado. Los medicamentos tienen efectos secundarios para el enfermo y su producción tiene asociado un coste ambiental. No hay vuelta atrás.

Estamos entrando en el cultivo ecológico y en el biodinámico, pero esto ya es pasado. Es, además, ineficaz. Aunque las ventas mundiales han aumentado mucho en los últimos años, el mercado de este tipo de vinos no supera el 3%. España no consume este tipo de vino y lo exportamos en un 91%. Los máximos consumidores son USA, Alemania y Francia. Desde un punto de vista económico, dudo que este tipo de producción sea sostenible. Toca ahora plantearse una nueva manera de producir, sin duda respetuosa con el medioambiente, pero a la vez capaz de satisfacer unas necesidades nutritivas que se nos impondrán planificadas. Nacerá la granja biotecnológica, teleprocesada y robotizada. O sea, un nuevo y revolucionario diseño de bodega en donde el romanticismo quedará solo para mostrar a las visitas.

Debemos aprender a producir con el mínimo coste energético y medioambiental, generando el mínimo desperdicio y el mínimo volumen de gases contaminantes, casando la necesidad y la demanda social con el suministro justo y adecuado. Esto, desde luego, todavía no lo hemos entendido en nuestro sector vitivinícola. No dejo de sorprenderme cuando veo botellas de vino muy pesadas elaboradas por bodegas que presumen de ecología. ¿Dónde está la minimización de la huella de Carbono? Es un ejemplo.

El disfrute gastronómico entrará en declive por escasez de producto y porque la sociedad del futuro estará educada y adaptada a otras nuevas formas de vida social. ¿Qué lugar tendrá el vino en esta nueva y no tan futura sociedad?

### **3. Establecer para la uva unos precios justos que hagan sostenible el trabajo agrícola.**

Antes de pretender establecer unos precios justos para la uva debemos ver el perfil del productor de uva en España, así como conocer cuáles son sus necesidades económicas para poder vivir dignamente mediante un determinado tamaño de explotación agrícola.

Se ha demostrado que el minifundio tan generalizado en nuestro país no resulta rentable en ningún modo. El pequeño agricultor no puede subsistir con una superficie cultivable baja y por ello se ha visto forzado a abandonar la viña y venderla. El que sigue manteniendo el viñedo lo hace frecuentemente por romanticismo o como entretenimiento dominical y, por lo tanto, con escasa dedicación y profesionalidad.

Este agricultor, lamentablemente, no es el objetivo de las mejoras a implantar. Este agricultor aguantará mientras pueda. Como ya expresé en otra ocasión, la explotación agraria debe presentar una cuenta de resultados positiva, siempre. Como cualquier empresa. En ningún modelo industrial es posible producir a pérdida. Por lo tanto, debe establecerse un tamaño mínimo de empresa agrícola a partir del cual la explotación sea



sostenible. Hay que asegurar la materia prima y, para conseguirlo, es necesario asegurar primero a su productor. El precio no puede establecerse en función de la producción o de las variaciones del mercado, sino que debería establecerse por Ha y quedar fijo para que no se vea afectado por las inclemencias meteorológicas u otras causas. Para evitar que esta fórmula generara vicio, el agricultor debería asumir el compromiso de suministrar cada año un mínimo de uva de una calidad acordada. Este mínimo solo se podría conseguir con superficies de cultivo extensas y ubicadas en zonas geográficas distintas. De este modo, se le obligaría a crecer y a mecanizarse y, consecuentemente, a ser competitivo. Dado que en el escandallo de la botella el item vino es poco significativo (menos del 10%) compensar el valor de la uva no recibida en añadas de escasa producción sería posible. La bodega podría también compensar el menor volumen de producción aumentando el precio de la botella como ocurre ya en grandes añadas o en otros productos como, por ejemplo, el marisco cuyos precios van ligados a sus capturas. La explotación agraria futura deberá asegurar sus beneficios en base a un crecimiento en superficie, agrupando parcelas, comprando viñas a quien no pueda cultivarlas con éxito y mejorando el binomio calidad/rendimiento. Para ello tendrá que implantar el necesario soporte tecnológico. Un soporte ligado a la investigación.

Una empresa de *rent a car* o una compañía aérea, por ejemplo, precisan de un determinado número de vehículos o aviones además de un personal, unos servicios complementarios (talleres, oficinas, red de ventas, etc.) para poder funcionar. Del mismo modo, un fabricante de automóviles precisa de una fábrica con todos sus departamentos anexos. En los tres casos, su estructura se mantiene bastante estable con independencia de las esporádicas variaciones de su volumen de negocio.

También es el caso de los hoteles, los cuales deben disponer de un determinado número de habitaciones y de servicios, proporcionales a su tamaño, como pueden ser piscina, jardines, lavandería, salones, cocina, taller de mantenimientos, personal, etc. El conjunto de su estructura, servicios, calidad, ubicación, etc., determinan su categoría, sus estrellas, o lo que es lo mismo, sus precios. La dirección comercial del hotel es quien corre a cargo de la promoción y de las ventas, como en cualquier empresa. El hotel, para ser rentable, debe ofrecer el producto y la calidad que exige su nicho de clientes. Su estructura es fija. Los costes de explotación están divididos entre fijos y variables y un mayor volumen de ventas rebaja los costes fijos y hace rentable la explotación.

Las bodegas, como los hoteles, disponen de una estructura fija compuesta por instalaciones, maquinaria, personal, vehículos, etc. Pero esta estructura debería incluir necesariamente la finca agrícola, propia o concertada. Esta situación ya se da en bastantes bodegas, si bien el tamaño de su finca con frecuencia no alcanza para suministrar la producción necesaria. La finca sería el equivalente a las habitaciones. Las

habitaciones, siempre son las mismas, ocupadas o no. Las habitaciones generan indefectiblemente un coste fijo de amortización, impuestos, incluso mantenimientos. Los costes variables, como la electricidad y limpieza, entre otros, solo se dan cuando la habitación se ocupa. La rentabilidad de un hotel ocurre cuando la media de ocupación anual supera un determinado porcentaje de habitaciones. Las compañías hoteleras tienen muy presente este dato fundamental a la hora de proyectar un nuevo hotel. ¿Lo han hecho las bodegas? Es evidente que no.

Tomando estos ejemplos, se comprende que la finca agrícola, sea o no propiedad de la bodega, debe tener un contrato de disposición de hectáreas como si de habitaciones de hotel se tratara. El volumen general es capaz de amortiguar las oscilaciones por épocas o por temporadas. De este modo, se asegura el correcto funcionamiento del hotel (bodega), garantizando suministros, a la vez que también se asegura la sostenibilidad del sistema en la producción primaria.

El coste fijo de una hectárea puede calcularse fácilmente y su valor debe o puede estar determinado por las estrellas del "hotel". Un hotel ("bodega") de cinco estrellas dispone de habitaciones más lujosas porque las factura a un precio superior a los hoteles de tres o cuatro estrellas. Así pues, la bodega debería exigir una mayor calidad al agricultor en consonancia al precio de la hectárea.

#### **4. Abordar de inmediato mejoras en el viñedo que permitan afrontar los retos del imparable cambio climático.**

En España, debido a la necesidad de mecanizar el viñedo para no depender tanto de la mano de obra, abaratar costes y creo, también, por un acrítico mimetismo del viñedo francés, se iniciaron hace años los cultivos en espaldera. Este tipo de cultivo es apto en zonas de pluviometría alta y temperaturas suaves, pero se está demostrando del todo inadecuado en zonas donde el agua es un bien escaso y en un régimen de temperaturas elevadas como ocurre en nuestras latitudes. La espaldera presenta una mayor superficie foliar expuesta al sol, con lo cual la evaporación es mucho más elevada que en el caso de las vides cultivadas en vaso. En este caso, no solo nos beneficiamos de un mayor sombreado de buena parte del área foliar sino también de una mayor protección de las bayas al sobrecalentamiento. El óptimo de actividad fotosintética se alcanza con iluminaciones mucho más bajas que la intensidad luminosa a pleno sol. En un día despejado de verano la iluminación alcanza valores entre 110.000 y 120.000 lux y, sin embargo, los niveles óptimos de iluminación para la vid son del orden de 35.000 a 50.000 lux. Por lo tanto, sombrear la hoja es imprescindible.

Los estudios que venimos realizando a lo largo de la última década nos están mostrando el origen de algunos trastornos de la fisiología de la vid que cursan con un valor elevado de pH, índices de maduración fenólica (IMF) desajustados y degradación de estado de salud de la planta.

La vid, desde que se inicia la época de calor, precisa refrigerarse y ahorrar agua. En el cultivo en espaldera se da que gran parte de las hojas están expuestas al sol, a diferencia de la conducción en vaso en donde una parte importante de las hojas actúan de parasol y sombrean y protegen de la radiación directa del sol a las más internas. Las hojas expuestas pierden mucha agua disminuyendo la capacidad de refrigeración de la planta cuando la temperatura exterior supera los 33°C y la HR se sitúa por debajo del 30%. En esta situación, si la cantidad de agua disponible en el suelo es baja, se genera una mayor absorción de potasio necesaria para el cierre estomático, el cual puede pasar desde valores de 400 gs (máxima apertura) a valores de 100 gs, incluso inferiores. Al cerrarse los estomas, la vid entra en respiración, consumiendo los ácidos acumulados, disminuyendo como consecuencia la AT y el pH. Pero es que si, además, la temperatura sigue aumentando y en hoja se alcanzan valores superiores a los 36°C, se inicia un proceso de degradación de clorofilas por necrosis de los cloroplastos.

Además, se ha demostrado que la calidad de la cosecha está directamente correlacionada con el IMF y el cociente área foliar/carga, y ambos parámetros condicionan la cantidad de agua que precisa la planta para su óptimo funcionamiento. La falta de agua genera estrés hídrico y, si bien un cierto estrés es bueno, cuando el estrés es intenso y sostenido en el tiempo se produce una embolia floemática en el pedicelo de la baya que afecta negativamente al balance de fotoasimilados y a la concentración de precursores aromáticos.

En la conducción en vaso, el suelo alrededor de la vid resulta también sombreado, con lo cual no solo no se pierde tanta agua por evaporación directa, sino que además no se calienta tanto el suelo y evita un sobrecalentamiento de la planta por radiación indirecta. Debido a que en las raíces ocurre la síntesis de hormonas y otras sustancias, además de la toma de agua y nutrientes, la temperatura en la zona radical tiene efectos marcados sobre el crecimiento y desarrollo de la planta. En general, el crecimiento y el desarrollo de la planta aumenta al incrementar la temperatura edáfica hasta un nivel máximo entre 25°C y 35°C, pero por encima de este valor los procesos de síntesis se detienen y además se afecta negativamente a la imprescindible microbiota del suelo. Si a este incremento de temperatura se le une una insuficiente humedad aparecen problemas fisiológicos importantes que mermarán la calidad de la uva. Consecuentemente, la disponibilidad de agua en la viña es el único factor que debe ser tenido en cuenta a la hora de limitar producciones.

No olvidemos tampoco que la vendimia mecanizada se ha demostrado como un importante vector en la propagación de las enfermedades de la madera.

## **5. Apoyo prioritario a la investigación en viticultura y enología.**

El progreso de una determinada ciencia es imprescindible para el avance de aquel o aquellos sectores que le conciernen. Pero, además, el progreso en cualquier campo de la ciencia se expande cual mancha de aceite a otros campos, incluso a veces muy distanciados. Es decir, que cualquier avance en ciencia es siempre muy positivo. Pero es que, además, sin investigación no es posible mejorar. En el sector del vino, y lo digo con gran conocimiento de causa, España ha liderado por la cola. Las revistas científicas las encontramos solo en Francia, Alemania, Italia, USA, incluso en Australia. Aquí no disponemos de ninguna publicación científica. Como mucho, revistas de divulgación que contribuyen eficazmente, no obstante, a acercarnos a los trabajos que realizan con notable esfuerzo pequeños grupos de investigación en este país.

España debe apostar por el talento y tanto en viticultura como en enología estamos todavía muy lejos de conocer en profundidad muchos de los mecanismos de la fisiología de la vid, de la química y de la microbiología del vino. La enología seria y profesional, la enología como ciencia, nació y se cultivó en Francia y ello contribuyó sin duda a la gran calidad de sus vinos y a la expansión de sus mercados. No solo el marketing y las acciones comerciales y de promoción ayudan a vender. Sucede lo mismo en otros sectores como puede ser la industria del automóvil o de la electrónica, donde Japón y USA lideran sin duda alguna. Alemania ha conseguido su prestigio colocando en el mercado productos fiables y seguros, atributos que han sido posibles gracias a largos años de investigación que, desde luego, siguen sin cesar. No se puede parar. Sin investigación no hay progreso.

Muchos trabajos de investigación desarrollados en nuestro país en las últimas décadas no han obedecido a cubrir necesidades concretas o huecos en ciencia enológica, sino que se han realizado con el fin último de conseguir una subvención para subsistir un determinado departamento de tal o cual universidad, centro tecnológico, etc.

La investigación nunca ha sido planificada y, si recientemente se ha intentado hacerlo a través de consorcios, como la PTV, hemos seguido con el mismo objetivo, conseguir la subvención. Si no hay recursos no es posible investigar, pero las investigaciones deben obedecer a necesidades concretas o a investigación básica o fundamental. Pocas bodegas o empresas agrícolas han financiado trabajos de I+D+I. Al otro lado del Atlántico,

la cultura empresarial favorece la investigación. Deberíamos aprender de este modelo y lograr sólidos acuerdos duraderos entre universidad y empresas. Recuerdo ahora, la infausta frase que en cierta ocasión pronunció don Miguel de Unamuno: *¡Que inventen ellos!*

La ciencia y la tecnología en nuestro sector han sido en España una realidad marginal en su organización y contexto social.

## **6. Dotar a la universidad de los medios necesarios para impartir formación al más alto nivel.**

La universidad española viene reclamando desde hace décadas una mayor financiación. El Estado y las autonomías no han mostrado en ningún momento a lo largo de los últimos decenios una especial sensibilidad en este tema. Los presupuestos se han destinado a satisfacer las demandas sociales. Es lo debido. No obstante, no podemos olvidar que para satisfacer demandas sociales o de cualquier tipo es imprescindible previamente generar los recursos económicos necesarios y que para generarlos precisamos empresas punteras que aporten aquellos productos y servicios que la sociedad demanda. Todas las empresas se encuentran en un mercado global muy competente y duro en el que para emerger y lograr cuotas de mercado interesantes es necesario que la empresa disponga de profesionales altamente cualificados. Nuestro sector, como todos los demás, precisa de este personal cualificado. En este sentido, fue un avance muy importante conseguir los estudios universitarios de enología. Ahora, las bodegas precisan de un entorno de empresas y profesionales muy avanzados que puedan solucionar todos los retos que tenemos por delante. Nuevas tecnologías para producción, automatización, control de procesos (CEP), reaprovechamiento de residuos, generación de energías limpias, gestión de la fotosíntesis, nuevos desafíos en marketing y en diseño, maquinaria para procesos, tecnología, etc. Lo que se conoce como Lean Six Sigma. Tres palabras mayormente desconocidas en nuestro sector.

Casi cada año, la mayoría de los enólogos y empresarios del sector visitamos ferias. Pero vemos muy pocas novedades de marca española, poquísimas empresas españolas que nos sorprendan con nuevas soluciones técnicas. Las novedades proceden mayoritariamente de Francia y de Italia. Estos países ya tenían importantes escuelas de enología, institutos de investigación y, sobre todo, las ideas claras desde principios del siglo pasado. Ésta es su ventaja, entre otras.

Es decisivo que el estado dedique un mayor esfuerzo a la universidad. Muchas universidades no disponen de recursos para contratar el profesorado necesario y el más

competente. La universidad en España está infrafinanciada y excesivamente politizada, con demasiadas luchas intestinas que solo generan malestar en el profesorado y afectan negativamente a la calidad docente.

Tampoco fue una buena idea que en España haya tantas facultades y escuelas de enología. Convivimos con una gran dispersión de esfuerzos que ya, en los años 90, cuando trabajé desde la FEAE para que en España tuviéramos estudios universitarios de enología, advertí que tantos centros no eran necesarios porque no habría nunca tanta demanda de enólogos y, por lo tanto, suficientes alumnos para tantas aulas y por lo cual nos abocaríamos a un modelo docente insostenible. Ahí estamos. Todas las zonas vitivinícolas de España querían su Facultad de enología. Es legítimo, pero económicamente inviable. De nuevo, el interés particular por encima del general del país. Para una buena docencia también es necesario disponer de un mínimo de alumnos. Conviene reorganizar el sector docente.

Sería deseable que el sector exigiera al Gobierno la obligatoriedad de todas las bodegas de disponer de un director técnico enólogo titulado y colegiado. A tiempo parcial o como servicio externalizado para las bodegas pequeñas. Esta exigencia normativa conferiría mayor confianza al consumidor y mejoraría la calidad de los vinos a la vez que su Seguridad Alimentaria. Una mayor demanda de enólogos mejoraría sin duda la ocupación de las aulas.

Es pues del todo necesario presionar a los sucesivos gobiernos para que diseñen un nuevo modelo basado en el conocimiento. Las ayudas que tradicionalmente se vienen otorgando como subvención a las bodegas deberían destinarse a investigación y docencia. Tenemos que dejar de ser el remolque para convertirnos en locomotora. La universidad es la clave.

## **7. Restringir las ayudas públicas a casos muy concretos y bien justificados.**

Las ayudas deben servir para fomentar la investigación y el desarrollo, para apoyar a las *startups*, estimular el ingenio y fomentar la creatividad. Nunca para acciones o actuaciones cuya reversión a la sociedad sea nula o escasa y aquellas actuaciones que la bodega puede financiar perfectamente. Los recursos económicos también deben gestionarse bajo la óptica de la sostenibilidad. Debe haber una economía ecológica o un concepto ecológico de la economía, dada su interrelación con su entorno y la necesidad de no malbaratar (Green Belt).

En España ha habido ayudas sostenidas a lo largo de muchos años para la viticultura, para las bodegas y ya no digamos para las históricas Estaciones Enológicas, cuya misión era la de “regalar” a las bodegas los imprescindibles análisis. Algunas lo siguen haciendo. El consumidor ya paga por degustar una botella de vino. No es justificable que el consumidor vea además como parte de sus impuestos se destina a unos fines en absoluto justificables. España nunca ha sido un país rico, aunque algunos gobiernos así nos lo han hecho creer.

Los fondos económicos de la UE han resultado muy mermados después de la pandemia del Covid-19. Costará rehacer la hucha y, por lo tanto, no es de esperar que las políticas de subvenciones puedan continuar tan generosas como hasta ahora, al menos, durante el próximo lustro.

Si eliminamos las subvenciones habrá más recursos para la universidad y para la investigación. Serán recursos que, a su vez, generarán más recursos en forma de bienes tangibles, bienes exportables que nos darán prestigio y dinero. Es un proceso lento, de años, pero algún día hay que empezar.

## **8. Apostar por la sostenibilidad en su más amplio concepto.**

Afortunadamente, son muchas las bodegas que han iniciado el camino en pos de la ecología y de la sostenibilidad. Pero como ya dije en mi artículo anterior, la sostenibilidad no puede restar constreñida al medioambiente, sino que debe contemplarse en su máxima dimensión, ocupándose también de la estabilidad social y del desarrollo económico de modo que, las personas, a cambio de su esfuerzo, disfruten de la necesaria tranquilidad económica que les permita asegurar su día a día, dignamente y sin temores, con aspiraciones de mejora global.

En España había registradas 4.373 bodegas en 2018, con un notabilísimo aumento de 280 nuevas bodegas con respecto a 2017, lo que representa un incremento del 7%. Sin embargo, en un período que abarca de 2007 a 2017 solo se incrementó en 183 bodegas, o sea, casi 2 al año frente a 280 en un solo año. ¿Qué ha ocurrido? ¿Cuál es la causa? Dudo que todas estas bodegas hayan surgido como consecuencia de un estudio de mercado por lo que a ventas futuras se refiere o de un estudio de viabilidad económica. Todo el mundo desea tener una bodega, pero el pastel a repartir no crece, con lo cual, indefectiblemente se trocea, con un coste oculto que nadie se ha entretenido en calcular. Del total de bodegas existentes en nuestro país, una mayoría, el 57%, tiene menos de 2 trabajadores. Se trata pues de un minifundio de dudosa justificación. Hoy, y en el futuro inmediato las estructuras productivas precisan de una cierta dimensión para ser rentables

y eficaces. Estas pequeñas bodegas, microempresas, difícilmente podrán disponer de recursos financieros para asegurar la necesaria sostenibilidad. También imposible que puedan dedicar esfuerzos a I+D+I. En Nueva Zelanda, por citar un ejemplo, escasas bodegas disponen de línea de embotellado. Dada su escasa dimensión trabajan en plantas embotelladoras comunitarias. En Europa, Francia e Italia fueron pioneras en usar plataformas móviles de embotellado. En España ha costado lo suyo convencer a los CCRR. Algunos todavía no lo autorizan.

La historia agroindustrial nos viene mostrando un modelo de concentración, de absorciones de pequeñas empresas que han tenido la suerte de ser fagocitadas por otra mayor. Cuando no ha sido así, muchas han desaparecido para siempre. Cabe por lo tanto preguntarse por el futuro de estas empresas. De momento, la realidad es que, independientemente de su tamaño, cada bodega produce sus marcas y llegan a un mercado que no solo apenas crece, sino que tiende a decrecer, tal como hemos justificado anteriormente.

Una pequeña bodega precisa disponer de materia prima sea uva o vino. Si tomamos como ejemplo una bodega de ciclo completo, es decir, desde la uva hasta la comercialización del vino embotellado, debe comprar uva o disponer de su propio viñedo. Un viñedo pequeño ya hemos señalado que no es rentable. No hace falta aportar más datos que justifiquen esta afirmación. Si una bodega compra vino a proveedores es evidente que su marca no aporta valor. Es simplemente, una marca más.

Felipe González, ya se manifestó en este sentido cuando dijo: *“Europa ha de reconocer que sigue perdiendo competitividad y está retardando las reformas estructurales que necesita. Solo es posible financiar un modelo social avanzado si hay suficiente valor añadido en una economía eficiente capaz de competir dentro del marco de la globalización. El modelo de cohesión social europeo no es sostenible sin cambiar el modelo productivo actual.”*

España produce de media unos 40 millones de hectólitros de los cuales exportamos la mitad. Somos líderes mundiales en exportación, pero como decía en mi anterior artículo ello es debido muy probablemente a nuestros bajos precios. Italia vende a doble precio y Francia al cuádruple.

Si tenemos en cuenta la producción media por Ha en España, vemos que producimos poco en proporción a la superficie cultivada y vendemos muy barato. De media, exportamos a 1,50 €/L los vinos embotellados y 0,70 €/L el vino a granel. El resultado para el sector es la triste situación actual. La atomización del sector contribuye sin duda a esta situación. Probablemente, la fórmula de futuro se encontrará, como ya ocurre en otros



países, en una estructura productiva constituida mayoritariamente por bodegas de tamaño medio, con diversidad de producto agrícola, sostenibles y autosuficientes.

Apunté, como vía para la reducción de excedentes, la producción de alcohol. Esta vía ha sido durante décadas la más utilizada sobre todo en añadas de alta producción o para eliminar vinos de baja calidad. Disponemos pues, de las estructuras y de los medios. Falta ahora dar salida al alcohol. A parte de los usos tradicionales, entiendo que una parte del alcohol vínico debería volver a la bodega como combustible y, de este modo, cerraríamos parte del ciclo. La utilización del etanol como combustible es una práctica ya muy extendida en muchos países. Cité Brasil, pero Estados Unidos es, hoy por hoy, el primer productor mundial de alcohol a la vez que su uso como combustible se encuentra muy extendido y no para de crecer. En los mercados tenemos disponibilidad de E70, E80 y E85, o sea, gasolina adicionada hasta en un 85% con etanol. O más propiamente, etanol adicionado de gasolina.

Accionar nuestros tractores con E85 producido en España nos evitaría depender de países terceros, de las oscilaciones de precios y de disminuir parte del coste de producción por hectárea. El impacto medioambiental del etanol usado como combustible es a todas luces muy inferior al de los combustibles fósiles.

La producción de mosto concentrado (MC) y mosto concentrado rectificado (MCR) serán seguro una vía para la reducción de excedentes. Deberían estudiarse mejoras en el proceso de producción para que su coste fuera algo más bajo de modo que llegara a resultar casi como el azúcar, con lo cual, podría tener una estupenda salida en la producción de vinos espumosos tanto en la fase de tiraje como en la preparación del licor de expedición. Disponer de azúcar líquido en vez de sólido representa una gran ventaja a la hora de disolver el azúcar, ya que resulta mucho más fácil (de hecho, se suprime una etapa) y permite automatizar las operaciones con el consiguiente ahorro. También sería aplicable a la preparación de vinos dulces, vermouths, etc. A parte de sus otros usos en alimentación.

Conviene promocionar la venta de zumo de uva. Los zumos como bebidas refrescantes naturales en sustitución de las bebidas de fantasía. Un segmento probablemente poco trabajado. En una época en que el consumidor tiene una atracción importante por “lo natural”, sería interesante que supiéramos explicarle las ventajas del zumo de uva frente a las bebidas “químicas”.

## **9. Generar individualmente, cada bodega, un fondo económico de contingencia para emergencias.**

Europa, va camino de situarse en un escenario de crecimiento muy moderado de la economía. El elevado nivel de paro que nos está llegando, sobrepuesto al que ya teníamos, corre el peligro de fosilizarse; la población seguirá envejeciendo y seguirá aumentando el número de jubilados, hechos que supondrán más gasto en pensiones y servicios asistenciales a la gente mayor. Se prevé que en 2050 el 52% de la población serán ancianos o menores de 18 años. ¿Estará el 48% restante en condiciones de hacerse cargo de ese 52%? Es evidente que en este contexto tendremos un estado menos protector que obligará a los ciudadanos a ser más previsores y a asumir muy probablemente el copago de muchos servicios públicos. Un consumo más responsable y el ahorro volverán a tener un papel destacado en la sociedad europea. Conseguir crédito bancario será cosa de otras épocas. Los países no pueden vivir permanentemente por encima de sus posibilidades. En buena medida, esto es lo que nos ha llevado a la crisis que ahora estamos sufriendo.

Si hablamos de sostenibilidad debemos contemplar la estabilidad en los puestos de trabajo. El capital humano debe ser la principal riqueza de un país. La cohesión social es un valor imprescindible por justicia social y también por tratarse de un elemento necesario si se quiere que la economía prospere y se desarrolle de una manera estable, sin excesivas tensiones y siempre dentro de las posibilidades económicas reales del país. Sabemos de muchas bodegas en España que están sobredimensionadas en cuanto a personal y que su nivel de automatización es inferior al deseable. Ello, porque su pequeño tamaño no les justifica la imprescindible mecanización. La bodega debe de ser rentable y la rentabilidad se alcanza mediante la reducción de costes: gestionando adecuadamente los flujos de producción, la calidad de los procesos y la cualificación profesionalidad del personal. Llevo años impartiendo formación en gestión de la calidad, pronunciando conferencias y asesorando a bodegas. No obstante, la respuesta está todavía lejos de la deseable y necesaria.

Falta en todas las bodegas mucha formación en Calidad. Con una buena gestión de la producción y la consecuente reducción racional de costes es posible dedicar una parte de lo ahorrado en generar un fondo de contingencia. Una empresa sin músculo económico no es sostenible. Puede ser viable y de hecho así ocurre, pero insisto, no es sostenible.

## **10. Promocionar siempre el consumo moderado de vino.**

En España estamos a la cola en consumo. Ocupamos la posición 33 en el mundo con un consumo de 21 litros por persona y año. Justo la mitad de Francia y Portugal, donde

consumen 42 litros, y lejos de Italia y Alemania, que consume 33 y 25 litros, respectivamente.

Tenemos pues, un problema de hábitos que se hace necesario estudiar y corregir. Más allá de las campañas antialcohol, subyacen otras causas, como el constante aumento del consumo de bebidas de alta graduación. Paulatinamente, en los últimos años, hemos adoptado un modelo de consumo anglosajón pernicioso para la salud y perjudicial para la economía del sector vitivinícola. A título personal, añado que las altas graduaciones de nuestros vinos han contribuido al descenso del consumo. En USA, se estilan vinos de alta graduación que se sirven en toda suerte de eventos privados, de entrada, para “entonarse”. ¡Mal hábito!

Debemos estar atentos a las exigencias de etiquetado de los vinos ya que, desde hace años, muchos países obligan a destacar en las etiquetas la peligrosidad del vino por su contenido alcohólico. Se plasman toda suerte de mensajes disuasorios cuyo efecto negativo sobre el ánimo del consumidor es considerable.

Entiendo del todo necesario situar en el mercado vinos con moderada graduación alcohólica, digamos de entre 8 y 10°. Es posible elaborar vinos de este tipo y a la vez de gran calidad. Ya se ha hecho. Una graduación moderada permite beber mayor volumen con menos riesgo. Los “vinos” sin alcohol, no han tenido el éxito que se les suponía. Este no es el camino, sino los vinos con moderada o baja graduación. Un camino por iniciar que vaticino como imprescindible y que una vez alcanzado, los vinos actuales de 14, 15, incluso de 16 grados, nos parecerán una lejana barbaridad incomprensible.

Por lo tanto, se trata de actuar básicamente sobre la viticultura gestionando adecuadamente las necesidades hídricas y la fotosíntesis. Con ello logramos valores más bajos de pH, mejor acidez total, mejor calidad del color en tintos y un contenido de azúcar muy inferior, o sea, menor grado alcohólico. También esto se está haciendo. Falta, no obstante, mejorarlo e implementarlo en la mayoría de viñedos. Con ello, evitaríamos tener que actuar sobre el vino para reducir pH y tratamientos de desalcoholización que suponen un coste añadido.

Al desalcoholizar, obtenemos alcohol como subproducto al que necesariamente habrá que darle una salida.

No descartamos la vía microbiológica para reducir alcohol, pero por ahora, sus resultados no logran alcanzar los valores deseables propuestos. Es lógico que la vía más efectiva sea la de reducir la síntesis de azúcar en la planta.

Desde el punto de vista comercial sería deseable alcanzar con el canal HORECA un acuerdo marco de modo que los vinos en los restaurantes tuvieran un precio contenido. Es obvio que el restaurador debe hacer su negocio y ganarse el prestigio en los fogones, no vendiendo vino. Sin duda, el elevado precio de una botella es un freno para el consumidor y por ello cuando vamos un restaurante observamos muchas mesas con cerveza u otras bebidas. Cada vez más, podemos encontrar vinos de calidad para acompañar un menú económico. Es un segmento que debería potenciarse dado que este tipo de vino de mesa representa el 51% de la producción nacional.

También sería deseable potenciar la labor de FIVIN como generador de un correcto posicionamiento que apoyara las ventas. En este sentido, sería muy positivo enviar mensajes al consumidor señalando que el vino es una bebida totalmente natural, un zumo de fruta fermentado, cuál es su aporte calórico y cuáles sus valores nutricionales, entre otras informaciones. Nunca, desde luego, anunciarlo como medicamento.

## Análisis final

Nos encontramos ante una situación nueva, desconocida hasta hace cuatro meses. Una situación económica y social dramática. Nadie se atreve a pronosticar cómo será la salida, si bien la disponibilidad de una vacuna en enero de 2021 ayudará a aliviar la situación y esperemos que a mejorarla ostensiblemente. No obstante, todo apunta a que la recuperación será muy lenta en todo el mundo. El empresariado debe mirar ahora a corto plazo y trazar una estrategia adecuada para un entorno cambiante marcado por la vulnerabilidad de las relaciones. España consiguió abrirse camino en el mercado mundial y aquellas empresas cuyo negocio se sustenta en la exportación deberán realizar test de estrés para poder calibrar como afectará a su compañía una crisis que se prevé larga e intensa. Se enfrentarán a un empeoramiento de los niveles de solvencia de sus clientes, lo que provocará la necesidad de buscar otros nuevos, diversificarse.

Exportar será sin duda bastante más difícil para los vinos españoles cuyo prestigio no está en primera línea. Recientes escándalos por fraudes contribuyen a empañar nuestra imagen. En el caso de los vinos ecológicos, la cosa se complica, puesto que sus exportaciones alcanzan el 91% de la producción.

La situación de emergencia generada por la pandemia urgió a tomar decisiones inmediatas, pero de dudosa eficacia. No podemos dejar que lo urgente devore lo importante. Lo importante ahora es acomodarse a una nueva situación cuyo marco es de difícil delimitación. Habrá que tener anchura de miras y cambiar algunos paradigmas. El

principio de que lo que es bueno para mi negocio es bueno para el sector pasará a ser una falacia de composición.

El riesgo de guerra comercial es inminente y todas aquellas bodegas carentes de músculo financiero y de capacidades intelectuales y estructurales para acometer con éxito los nuevos retos, o bien desaparecerán, o bien su actividad será testimonial. Las grandes tendrán quizás que achicarse, reducir personal e implantar formas de trabajo para aumentar al máximo la competitividad. Por su parte, las pequeñas deberán tender a unirse, constituyendo un nuevo entramado productivo con una manera de trabajar probablemente más interrelacionada. La bodega de tamaño medio quizás será la triunfadora.

A lo largo de los años, los Consejos Reguladores apenas han demostrado su capacidad para cumplir su fin, que no es otro que regular. Probablemente, ya no tendrán cabida en el nuevo mundo que se nos avecina. Para subsistir y competir, serán las propias bodegas que deberán autoregularse a través de estrategias de ajuste y reinversión. Ciertas limitaciones impuestas por los reglamentos de los CCRR, tendrán que desaparecer y la producción de vinos se abrirá a nuevos sistemas, nuevos métodos, sin otro control que el de la Calidad y la Seguridad Alimentaria. Los países productores del Nuevo Mundo lo vienen haciendo con notable éxito desde hace años. Ignoran el significado de una D.O. y no la extrañan.

La calidad de los vinos ya no será fiscalizada por los CCRR sino que las propias bodegas deberán autoimponerse una disciplina centrada en la Calidad, considerada ésta en la máxima expresión de su concepto.

Habrá que hacer estudios de mercado en profundidad para conocer lo antes posible cual va a ser el perfil del nuevo consumidor de vinos. Las tendencias cambiarán notablemente y también la distribución. El nuevo consumidor, adaptado al teletrabajo, comprará desde casa más que ahora y consumirá también más en el hogar. Esta circunstancia podría ser positiva para un incremento de ventas en países de tradición musulmana que ahora no toleran el consumo en lugares públicos. El crecimiento demográfico se desplaza hacia África y Asia con amplia cultura musulmana y, por lo tanto, es donde habrá que poner el foco de atención.

Será del todo necesario que el vino, por su condición de alimento, consiga ser visto así por la nueva sociedad. Debemos luchar para conseguir poder incluir en la botella el etiquetado nutricional en donde se informe también de sus efectos nocivos en caso de abuso.

La legislación actual no permite la publicidad y probablemente seguirá así si no somos capaces de revertir la ecuación vino/alcohol. Un desafortunado paradigma en boca todavía de muchos médicos y nutricionistas.

Los envases tendrán que evolucionar hacia unos nuevos formatos que aporten claras ventajas en su fabricación, distribución y gestión de los residuos. Poco peso, muy baja huella de carbono, fácil compactación y diseño inteligente, entre otros.

Las bodegas tendrán que diseñar estrategias propias para llegar a todos los públicos y explicar su producto.

El sector, en conjunto, deberá dedicar mayores esfuerzos a promover la cultura del vino, especialmente ante un público español poco consumidor de vino.

Parafraseando a Chillida, “Hay que hacer lo que no sabemos hacer”.

Sant Sadurní d'Anoia, 20 de junio de 2020.