



Atractivos, jóvenes y frutales, así son los vinos que triunfan en el mundo

JOSÉ LUIS MURCIA. Periodista.

RESUMEN

El cambio en los hábitos de consumo de vino ha sido rápido y radical, debido en buena medida a la incorporación al consumo de las nuevas generaciones, a la caída en desgracia de los vinos de gran extracción de color y al excesivo uso de madera, al incremento de las compras en los países no productores y al renacer de los blancos y espumosos, la euforia de los rosados y la vuelta a los aromatizados.

PALABRAS CLAVE: Vino, consumo, tendencias, mercados.

Pocos sectores alimentarios han sufrido una transformación tan brutal en sus estándares de consumo como el vino. Las causas son muchas y variadas. Desde el rechazo a los vinos corpulentos y cargados de madera por los consumidores más jóvenes, las políticas antialcohol de buena parte de los países occidentales y las tendencias que marcan los nuevos consumidores de países como Estados Unidos, Canadá o China.

La revista Drink Business incide en que China es importante a la hora de marcar tendencias y, con la idea de arrimar el ascua a su sardina, los chinos están promocionando las producciones locales al amparo de la fortaleza de dos grandes empresas

como Changyu (dueña en España de Marqués del Atrio en Rioja y de otras bodegas en Castilla-La Mancha y Comunidad Valenciana, además de en Francia, Chile y Australia) y Great Wall.

A la par, los milenials están a punto de romper su idilio con los considerados vinos premium de gusto internacional por otros hábitos más dirigidos a la experiencia de productos nuevos y atractivos, botellas de diseños poco habituales y llamativos en marcas ya establecidas, campañas dirigidas al boca a boca y a los gustos de la gente con influencia en redes sociales. Y generalmente rechazan los mensajes tradicionales sobre el vino, acuñados por generaciones de mayor edad.

Un cambio en el mercado se está preparando y va a ir mucho más allá de vinos auténticos, frutales, divertidos... Las tradicionales ofertas pueden quedar atrás si se produce un cambio revolucionario que, al menos, en algunos países no productores o del Nuevo Mundo comienza a percibirse ya. Los consumidores se alejan de los vinos de gran extracción de colores, taninos y estructura y apuestan por estilos de vinos más ligeros, acerados y frutales. Algo que ocurre, incluso, en denominaciones que hace unos años frenaban esta tendencia como es el caso de Barbera, Langhe o Sangiovese, en Italia, o Rioja y Priorat, en España.



LA MODA DE LOS VINOS EN LATAS

El vino en lata ha llegado para quedarse, especialmente en Estados Unidos, pero también en Reino Unido. La versatilidad de un envase muy introducido en el mundo de la cerveza comienza a ser casi imprescindible para algunos en los principales mercados anglosajones. Esta tendencia comenzó a palpase en los contratos establecidos entre algunos operadores británicos y norteamericanos con productores que muestran sus vinos en el seno de la World Bulk Wine Exhibition (WBWE), el gran encuentro mundial del vino a granel que cada año se celebra en Ámsterdam en el mes de noviembre y que este año cumple su décima edición.

El conservadurismo del que adolece buena parte del sector vitivinícola está siendo postergado por la realidad, máxime cuando otras bebidas que compiten con el vino en los lineales, como las cervezas artesanas o los cócteles ya han adoptado la lata como un envase económico, ecológico y elegante, además de muy del gusto de los consumidores más jóvenes.

Y es que la cerveza marca la pauta. El vino de barril (keg wine) es otra alternativa interesante, respetuosa con el medio ambiente y con mejores niveles de accesibilidad. No es nuevo. Algunos pubs británicos trabajan desde hace tiempo con él y supone otra buena salida para los vinos a granel de calidad. Los bares de autoservicio, otra moda extendida por buena parte del continente europeo, es una posibilidad más que triunfa en mercados tan diversos como Andorra o Eslovaquia. El consumidor puede elegir la cantidad y el vino que desea con una amplísima oferta de varios países, variedades y terruños.

Los vinos con nuevos sabores mediante la utilización de adición de frutas, hierbas aromáticas, raíces... son también tendencia entre las ofertas dirigidas a los más jóvenes

El *keg wine* se ha impuesto o, al menos, eso parece si nos damos una vuelta por algunos de los bares de vino más populares de Estados Unidos. Entre la Sexta y la Séptima Avenida de Nueva York, en pleno Manhattan, se encuentra Lois, un referente en el mundo del vino de la ciudad norteamericana, que sirve todos sus vinos en barril como consecuencia de una moda que ha calado profundamente entre los consumidores de ese país. Un responsable de la empresa Free Flow Wines aseguraba recientemente a la revista VinePair que muchos bares se desesperan por la mala conservación que el vino tiene en la botella, especialmente a partir de su apertura. Asegura que tiene la certeza de que el vino estará en una calidad similar a la hora de servirlo que cuando se introdujo en un barril. Pero, además, está la reducción de costes en las bodegas, especialmente en



las pequeñas, “que puede llegar hasta seis dólares por caja”. Y ese ahorro, a juicio de los expertos, repercute también en los clientes. El ahorro en vidrio supone además una aportación a la menor emisión de CO2 con una clara contribución a la mejora del medio ambiente. Aparte, claro está, de los problemas de sabor a corcho (tricloroanisol o TCA) que portan un porcentaje de botellas en vinos que se van a consumir de forma rápida.

Los vinos con nuevos sabores mediante la utilización de adición de frutas, hierbas aromáticas, raíces...son también tendencia entre las ofertas dirigidas a los más jóvenes en lugares tan tradicionales como Francia. Empresas como Men in Bulk, pioneras en nuevas tendencias, hablan del éxito de estas en lugares como discotecas, clubes privados...

La palabra natural vende y cada vez es una tendencia más extendida, también en España. Se trata de vinos sin adición de sulfitos, con uva obtenida mediante cultivo ecológico o biodinámico y que ha dado lugar a una feria tan importante como Raw que se celebra de forma itinerante y que ya ha visitado ciudades como Los Ángeles, Berlín o Nueva York.

Uno de los tipos de vino que más están contribuyendo al acercamiento de jóvenes, al mantenimiento de consumidores tradicionales y al incremento de seguidores es el espumoso. Y no precisamente el Champagne, que es una bebida de moda permanentemente, sino otros espumosos como el Cava español y especialmente el Prosecco italiano, que causa furor en Reino Unido y ha conseguido desplazar a la mágica bebida francesa de burbujas del primer exportador a las islas, un fenómeno que se ha repetido en otros países, incluso en España donde ha llegado a doblar los 3,5 millones de botellas de champagne que consumimos. Su posicionamiento como vino de aperitivo ha

cambiado de manera radical hacia un vino para toda la comida, dada su especial ambivalencia con casi todo tipo de platos. Hay quien dice que el glamur de los vinos espumosos está llegando a cotas parecidas a las de la Rusia Imperial del siglo XIX.

Lo cierto es que hay una mayor oferta de los brut, de los monovarietales, especialmente los blanc de blancs de chardonnay, una ampliación de los dulces, más centrados ahora en el acompañamiento de postres y microvinificaciones como alternativa artesanal y de terruño a las ofertas de las marcas más poderosas. En el caso del cava, la introducción de la figura del Cava de Paraje para aquellas bebidas más singulares está contribuyendo de manera decidida a su reconocimiento por parte del público más entendido. Por el contrario, el Prosecco, sin dejar en ningún momento de luchar por el segmento premium, está creando valor de marca/país, algo muy importante en lugares como Estados Unidos donde existió una fuerte emigración italiana que se identifica claramente con los vinos y la cultura de sus ancestros.

CURIOSIDAD INNATA

El sitio británico Country and Town House recoge la opinión de un experto llamado Geordie Willis en la que indica que “creo que una de las características definitorias del nuevo consumidor de vino es una curiosidad innata” y añade que somos una generación más abierta que constantemente estamos experimentando con diferentes cocinas y sabores”.

Clementina Jackson, autora del reportaje, recoge opiniones como las de Gary Owen, gerente del equipo de cuentas privadas de la empresa Berry Bros.&Rudd Fine Wine, que asegura que grandes añadas de Borgoña como las de 2012 o 2014, pese a su escasez, siguen siendo un valor seguro en las tendencias de los grandes aficionados al vino. Mientras en 2015, la gente se decanta por la cosecha de Toscana, en Italia.

También en Italia conviene tener en cuenta la denominación de origen Etna, pegada a las laderas del monte y volcán del mismo nombre. Estos vinos sicilianos, además de los Nero D'Avola, presentan como novedad internacional los blancos de Carricante y los tintos Nerello Cappuccio o Nerello Mascalese.

Burdeos siempre está de moda, especialmente en los grandes mercados anglosajones. Las añadas de la década de los 90 causan furor, incluso alguna de los 80, pero cobran especial protagonismo las de 2004 y 2006 de las denominaciones de origen Pouillac y Sant Julien. Y, por supuesto, Margaux, especialmente 2006, 2007 y 2011, gracias a su excelente textura y a sus elegantes aromas frutales.

Los vinos blancos del Valle del Loira, capitaneados por denominaciones de origen tan prestigiosas como Sancerre o Pouilly Fumé con la Sauvignon blanc como estandarte están de moda siempre. Pero no debemos olvidar sus tintos de zonas como Chinon, ya que su excelente relación calidad-precio los están catapultando en el mercado internacional en este 2018.

Algo parecido a lo que ocurre con nuestros grandes vinos de Jerez, totalmente en boga de nuevo tras años de oscuro silencio

en el espectro internacional. Las ventas se han incrementado en Reino Unido hasta un 68%, especialmente los más antiguos, raros y singulares, con especial predilección por los olorosos y los palos cortados.

El reconocimiento de los espumosos británicos, cada día mejores, comienzan a marcar una tendencia en las Islas que se acentúa con la llegada del brexit y la exaltación del nacionalismo, pero también los vinos tranquilos, especialmente los blancos, comienzan a ganar adeptos a la par de su mejora de la calidad. La industria británica comienza a trabajar duro y a contra reloj para ganar la partida a sus competidores de fuera, de manera humilde, claro está, por las producciones tan limitadas con que cuentan. A la par, los champagnes artesanales y las pequeñas bodegas familiares con elaboraciones muy exclusivas están cada vez más de moda y los amantes del vino apuestan por mayor originalidad y singularidad. Sin olvidar, eso nunca, grandes marcas de toda la vida como los vintage de Krug.

Los grandes enólogos que hoy elaboran en Sudáfrica están elevando la categoría de sus vinos, que ya viene de años, a contar entre los mejores tanto en Paarl como en Stellenbosch con nombres como Craven, Eben Sadie o Mullineux, cuyos vinos empiezan a situarse entre los más grandes del mundo. Son enólogos innovadores, apasionados y sus elaboraciones, realmente originales.

MENOS AZÚCAR EN ESPUMOSOS

La revista on-line Vivino asegura que el movimiento cero azúcar ha llegado también para quedarse. Ya apela al nuevo estilo que ofrecen algunos vinos espumosos, especialmente los nuevos cavas, con menor azúcar que sus competidores de Champagne, Prosecco, Crémant o Sekt. En contraste con los legendarios vinos dulces de Sauternes, Tokaji o Pedro Ximénez, aparecen los brut nature con un contenido que oscila entre cero y tres gramos por litro de azúcar. De forma paralela a este movimiento, crecen el consumo de Cava, Crémant (vinos espumosos franceses, aunque también existen en Luxemburgo con ese nombre, elaborados fuera de la DO Champagne) y, sobre todo, de Pro-

secco como consecuencia del fortísimo tirón de los mercados británicos y norteamericano.

Los astronómicos precios de vinos míticos como La Tâche o Petrus han posibilitado que otros bodegueros del área de Borgoña o Burdeos opten por otras bodegas que elaboran vinos casi tan excelsos como los anteriores a precios de mortales y han reavivado el comercio de buenos vinos de estas dos zonas legendarias con una democratización del consumo.

Uruguay, un pequeño país cuya elaboración anual de vino se sitúa en torno a los 700.000 hectolitros, ha colocado muy alto el listón con excelentes elaboraciones de la variedad tannat, su vino más emblemático. Originaria de Madiran, en el oeste de Francia, la uva tannat, llevada a Uruguay por el vasco-francés, Pascual Harriague, se ha consolidado en Uruguay y es hoy santo y seña de su vitivinicultura. Se trata de un vino de estructura imponente que empieza a elaborarse para todos los gustos, incluso como rosado.

Algunos vinos internacionales comienzan a ser tendencia entre enófilos de todo el mundo. Los vinos portugueses, además de los tradicionales Oporto, llaman a la puerta de muchas mesas internacionales, tanto de áreas más conocidas como Dao o Douro como de otras menos conocidas como Bairrada, Beira, Tejo o Algarve. Algo parecido a lo que acontece con los vinos australianos con crecimientos anuales por encima de los dos dígitos, con variedades internacionales como la chardonnay o la pinot noir y de áreas menos conocidas como Tasmania o Margaret River. Y si hablamos de chardonnay, California se lleva la palma en los circuitos internacionales. Aún cautivan sus aromas a pan tostado con mantequilla o a palomitas.

Otros vinos que merecen la atención del gusto internacional son los de la variedad pinotage sudafricanos por su originalidad, algunas regiones de producciones muy limitadas como Oregon en los Estados Unidos o los Crémant alsacianos. Pero si hay unos vinos tintos que están de moda, esos son los argentinos. Y más concretamente los malbec. Esta variedad, originaria de la zona francesa de Cahors, se expresa con toda su versatilidad y singularidad en el país andino. Enólogos como Alejandro Vigil, de bodegas Catena, marcan clara tendencia sobre los vinos argentinos de presente y futuro.



La superficie vitícola mundial se sitúa en 7,6 millones de hectáreas, una clasificación que encabeza España con 956.000 hectáreas (13% del total mundial), por delante de China con 870.000 hectáreas (12%), Francia con 787.000 hectáreas (10%), Italia con 695.000 hectáreas (9%) y Turquía con 448.000 hectáreas (6%)

MÁS TENDENCIAS EN ESTADOS UNIDOS

Con información de las consultoras internacionales Nielsen y Wine Market Council, Caitlin Stanley, de revelsystems.com, asegura que los vinos norteamericanos continuarán dominando el mercado al trabajar con influencia e innovación para ser competitivos frente a los vinos de fuera, especialmente italianos y franceses, pero también de Nueva Zelanda, que está de moda.

La escasa cosecha de 2017, con un mínimo histórico que no se daba desde 1982 y, en el caso de Francia, desde la Segunda Guerra Mundial, además de los devastadores incendios que asolaron California, preocupan y mucho. Algunos analistas creen que esta caída de la producción puede afectar de manera tangible al consumo, aunque algunos están convencidos que solo recaerá sobre los vinos de menor precio. Todos aventuran, sin embargo, que continuará el idilio de los consumidores con los rosados, que son ya el 1,5% de las ventas de vino tranquilo en Estados Unidos.

La carménère, uva chilena de procedencia bordelesa y ligeramente emparentada con la malbec y la merlot, se ha hecho tremendamente popular como vino estructurado, con tonos salvajes de frutos rojos, fresco y atractivo. Algo parecido ocurre con la variedad gallega albariño que, con sus tonos cítricos y ácidos, conjuga perfectamente con el marisco. Las mezclas de variedades, tan comunes en Europa, pero no en el Nuevo Mundo, comienzan a apreciarse en Norteamérica, igual que el crémant como alternativa al champagne.

EL VINO EN EL MUNDO

La superficie vitícola mundial se sitúa en 7,6 millones de hectáreas, una clasificación que encabeza España con 956.000 hectáreas (13% del total mundial), por delante de China con 870.000 hectáreas (12%), Francia con 787.000 hectáreas (10%), Italia con 695.000 hectáreas (9%) y Turquía con 448.000 hectáreas (6%). Por detrás quedan Estados Unidos con 441.000 hectáreas (6%), Argentina con 223.000 hectáreas (3%) y Chile con 209.000 hectáreas (2,7%). Tanto China

como Turquía dedican buena parte de sus viñas a la uva de mesa, mientras que en Irán, donde la religión es poco tolerante con la elaboración de bebidas alcohólicas, las viñas están dedicadas casi en su totalidad a la uva de mesa. Disminuyen los viñedos en Europa, Turquía e Irán, aumenta progresivamente China y se estabilizan en Estados Unidos y la mayor parte del hemisferio sur.

La campaña 2017/2018 ha sido totalmente atípica con la producción de vino que apenas ha alcanzado los 250 millones de hectolitros, encabezada por Italia con 42,5 millones de hectolitros, seguida de Francia con 36,5 millones de hectolitros, España con apenas 32 millones de hectolitros, Estados Unidos con 23,3 millones de hectolitros, Australia con 13,7 millones de hectolitros, Argentina con 11,8 millones de hectolitros y China y Sudáfrica con 10,8 millones de hectolitros, mientras Chile se ha quedado en 9,5 millones de hectolitros. Las subidas más significativas de producción se han dado en Brasil con un 169% hasta los 3,4 millones de hectolitros, en Rumanía con un 31% hasta los 4,3 millones de hectolitros, en Argentina con un 25%, en Moldavia con un 20% hasta los 1,8 millones de hectolitros y en Portugal con un 10% hasta los 6,6 millones de hectolitros.

Por el contrario, las bajadas más significativas se dieron en Serbia con un 21% hasta los 2,3 millones de hectolitros, España con un 20%, Francia con un 19% e Italia con un 17%. Las previsiones de la campaña actual auguran una recuperación de la producción que podría llevar a Italia a los 49-50 millones de hectolitros, a los 46 millones de hectolitros de Francia y a los 38-39 millones de hectolitros de España, sin contar el mosto, mientras Argentina sube hasta los 13,5 millones de hectolitros, Chile hasta los 11,30 y Nueva Zelanda hasta los 3,1 millones de hectolitros. Por su parte, bajan Australia hasta los 12,5 millones de hectolitros, Sudáfrica hasta los 8,6 millones de hectolitros y Brasil hasta los tres millones de hectolitros.

ESPAÑA ENCABEZA LAS EXPORTACIONES EN VOLUMEN

Las exportaciones mundiales de vino durante 2017, según datos del Observatorio Español del Mercado del Vino (OEMV), las encabezó España con 22,95 millones de hectolitros, por

delante de Italia con 21,42 millones de hectolitros, Francia con 14,99 millones de hectolitros, Chile con 9,45 millones de hectolitros, Australia con 8,18 millones de hectolitros y Sudáfrica con 5,17 millones de hectolitros.

Las compras mundiales de vino durante 2017 las lideró, por su parte, Alemania con 15,10 millones de hectolitros, seguida de Reino Unido con 13,60 millones de hectolitros; Estados Unidos con 12,09 millones de hectolitros, Francia con 7,73 millones de hectolitros, China con 7,51 millones de hectolitros, Rusia con 4,47 millones de hectolitros, Holanda con 4,43 millones de hectolitros y Canadá con 4,19 millones de hectolitros.

Claro que estas cifras en volumen contrastan con los ingresos de los países exportadores que encabeza Francia con 9.101 millones de euros, seguida de Italia con 5.989 millones de euros, España con 2.854 millones de euros, Chile con 1.783 millones de euros, Australia con 1.775 millones de euros y Sudáfrica con 634 millones de euros.

Algo parecido ocurre con las importaciones donde el país que más invierte es Estados Unidos con 5.234 millones de euros, por delante de Reino Unido con 3.635 millones de euros, China con 2.466 millones de euros, Canadá con 1.668 millones de euros, Holanda con 1.147 millones de euros, Rusia con 880 millones de euros y Francia, con 839 millones de euros.

El mayor consumo de vino en el mundo está en Estados Unidos con 32 millones de hectolitros. Seguido de Francia con 27 millones de hectolitros, Italia con 22,5 millones de hectolitros, Alemania con 20,2 millones de hectolitros, China con 18 millones de hectolitros, Reino Unido con 13 millones de hectolitros y España con 10,3 millones de hectolitros.

En España hay más de medio millón de viticultores de los que solo el 4% cuenta con más de 10 hectáreas. La superficie de viñedo la encabeza Castilla-La Mancha con 475.000 hectáreas (49,8% del total nacional), seguida de Extremadura con 81.200 hectáreas (8,5%), Castilla y León con 66.500 hectáreas (7%), Comunidad Valenciana con 60.000 hectáreas (6,3%), Cataluña con 55.100 hectáreas (5,7%), La Rioja con 52.100 hectáreas (5,5%), Aragón con 37.150 hectáreas (3,9%) y Galicia con 33.700 hectáreas (3,5%).

La producción de vino y mosto por Comunidades Autónomas durante 2017 la encabezó Castilla-La Mancha con 17 millones de hectolitros, seguida de Extremadura con 2,75 millones de hectolitros, Cataluña con 2,30 millones de hectolitros, Comunidad Valenciana con 1,95 millones de hectolitros, La Rioja con 1,70 millones de hectolitros y Andalucía con 1,02 millones de hectolitros.

Las variedades de uva más representadas en España son airén (23%), tempranillo (21%), Bobal y garnacha tinta (7%), monastrell (5%), macabeo (4%), syrah, garnacha tintorera y cabernet Sauvignon (2%) y merlot (1,5%). El trabajo de las denominaciones de origen, las indicaciones geográficas protegidas, los vinos con indicación varietal, las denominaciones de pago, los vinos de mesa, los vinos en bag-in-box, los vinos a granel, los vermús, los cavas y espumosos, los

Las exportaciones mundiales de vino durante 2017, según datos del Observatorio Español del Mercado del Vino (OEMV), las encabezó España con 22,95 millones de hectolitros, por delante de Italia con 21,42 millones de hectolitros, Francia con 14,99 millones de hectolitros, Chile con 9,45 millones de hectolitros, Australia con 8,18 millones de hectolitros y Sudáfrica con 5,17 millones de hectolitros

vinos de aguja..., todos ellos conforman un amplio elenco de la oferta española, cada vez más abierta, más plural, más conocida y prestigiada en el circuito internacional; una oferta que nos ha permitido situarnos en el liderazgo de ventas en volumen y en trabajar para reducir la distancia que nos separa de países como Francia o Italia, mucho más asentados con el incremento del valor de sus vinos. ■

