Sector vitivinícola: unidos por una Estrategia que marcará los próximos 5 años

El sector vitivinícola es uno de los grandes líderes mundiales en superficie vitícola, producción, comercialización, calidad y variedad.

Por Susana Garcia, directora de la Interprofesional del Vino de España

Además, ocupamos el primer puesto en exportaciones por volumen y el tercero en valor. Sin embargo, ser líderes nos obliga a permanecer despiertos y trabajar para, por un lado, mantener con solidez nuestra posición; y por otro, seguir mejorando en todos aquellos aspectos en los que no somos tan sobresalientes.

Y trabajar es lo que hemos hecho durante el año 2022. En lo que se refiere a la vendimia, la climatología no nos lo ha puesto fácil y en muchas zonas se ha visto adelantada la campaña. Eso ha supuesto una ligera reducción en cantidad en algunas zonas, aunque no en calidad, que es la marca propia de los vinos de España.

En cuanto al consumo, este ejercicio comenzó marcado por la tendencia al alza, tras la recuperación lograda durante 2021 y después de un 2020 complicado por la COVID-19. En los últimos meses, aunque esa evolución continúa en positivo en términos interanuales, ya se observa una ralentización. En el mercado exterior, a donde destinamos la mayor parte de la producción, crecemos en valor aunque en volumen en los últimos meses también notamos una cierta ralentización en muchos de nuestros mercados clave.

Los datos nos indican que debemos dedicar importantes esfuerzos a incentivar el consumo de vino de una manera saludable, así como a evitar la búsqueda del momento perfecto para celebrar con vino. Ese ha sido el mensaje de nuestra campaña *Tómate las Cosas con Vino,* en la que encontramos cualquier excusa para hacer un brindis. Se ha emitido ya en prensa y televisión, y también va a estar presente en Netflix. Debemos adaptarnos a los nuevos consumidores y sus hábitos y, dado que el público de estas plataformas es mayoritariamente joven, el vino debe estar allí.

También en 2022, entre otras muchas acciones, hemos abierto en Madrid nuestro Espacio Vino. Han sido dos ediciones de gran éxito, mayo y octubre, donde se ha buscado acercar el vino a todo tipo de público de una forma distendida y con experiencias divertidas. Se ha cumplido nuestro objetivo con creces ya que gracias a esta acción hemos llegado a miles de personas.

Dentro de nuestras actuaciones, hemos querido también alcanzar a los turistas que visitan España y fuera hemos centrado esfuerzos en el mercado chino con actuaciones publicitarias y con eventos para mejorar la imagen y fomentar el conocimiento del vino español, así como formación a líderes de opinión y consumidores.

Retos de futuro

Pero si hay algo que podemos destacar de este 2022 es que, después de más de un año de trabajo minucioso de investigación y análisis con los agentes del sector, ha visto la luz nuestra *Estrategia para el sector Vitivinícola Español 2022-2027*. Este documento ha contado con la participación de buena parte del sector y nos servirá de hoja de ruta para superar los retos venideros.

El conjunto del sector ha trabajado con espíritu constructivo de cara a los desafíos de futuro que se le plantean, y la unión en este plan de trabajo nos permitirá marcar un antes y un después en el sector vitivinícola español.

Principalmente, esta *Estrategia* se ha centrado en fortalecer el posicionamiento y la imagen del vino español en el mundo e incrementar su valor en el ámbito internacional.

Para lograrlo, el documento define cinco ejes principales centrados en incrementar el valor del conjunto del sector: reforzar el posicionamiento y la imagen, con el objetivo de incrementar su valor a nivel internacional e impulsar el consumo interno; buscar el equilibrio entre oferta y demanda, el reparto equitativo del valor y la rentabilidad a lo largo de la cadena, junto con la mejora de la competitividad del sector; liderar en sostenibilidad; valorizar el vino, y su consumo responsable, como parte de un estilo de vida saludable; y fomentar el enoturismo.

A su vez, estos ejes contemplan 22 iniciativas estratégicas con 101 acciones asociadas que se sustentan en las cualidades únicas y diferenciadoras del vino de España: calidad, diversidad, historia, tradición, sostenibilidad y modernidad.

Con estos objetivos nos marcamos sobre el papel cifras concretas. Una de ellas, recuperar la cuota de valor en las exportaciones en los mercados internacionales, pasando del 8% al 10,2%, lo que generaría 1.200 millones de euros adicionales, un 40% más de valor para el sector en 2027.

La *Estrategia para el sector Vitivinícola Español 2022-2027* es una hoja de ruta viva que irá adaptándose a los tiempos y necesidades del sector. Lo importante, es que todos los implicados la interioricemos como nuestra y seamos capaces, con la fuerza de la unión, de transmitir en todos los mercados un relato común.

Artículo disponible en: