



El vino en Requena

La ciudad de Requena en el mundo
del vino

El vino en Requena

Observatorio Español del Mercado del Vino

para la

FUNDACIÓN CIUDAD DE REQUENA



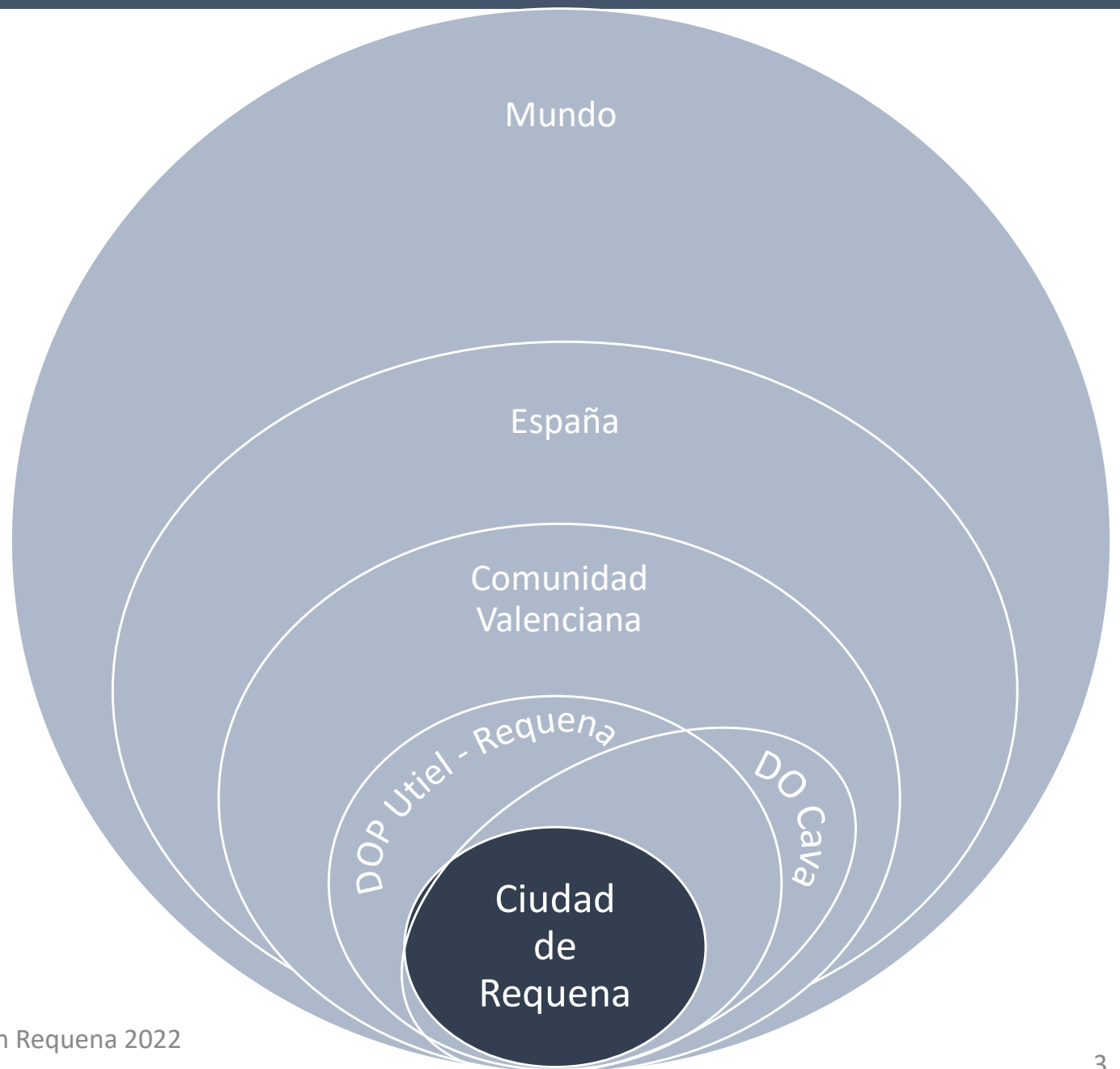
Planteamiento

1. Qué supone el vino para Requena



Planteamiento

2. Qué
representa
Requena en el
mundo del
vino



Planteamiento

Si el vino es importante para la ciudad de Requena, interesa saber

- i) cómo va el sector y
- ii) qué futuro puede depararnos,
- iii) haciendo qué cosas

1. Qué supone el vino para Requena

2. Qué representa Requena en el mundo del vino

Tendencias generales

El futuro del vino en Requena

Propuestas y recomendaciones

Planteamiento

Si el vino es importante para la ciudad de Requena, interesa saber

- i) cómo va el sector y
- ii) qué futuro puede depararnos, qué cosas

Objetivos:

1. Qué supone el vino para Requena
2. Qué representa Requena en el mundo del vino

1. Apoyar los procesos de mejora
2. Propiciar una mejor relación entre los actores

Financias
ales

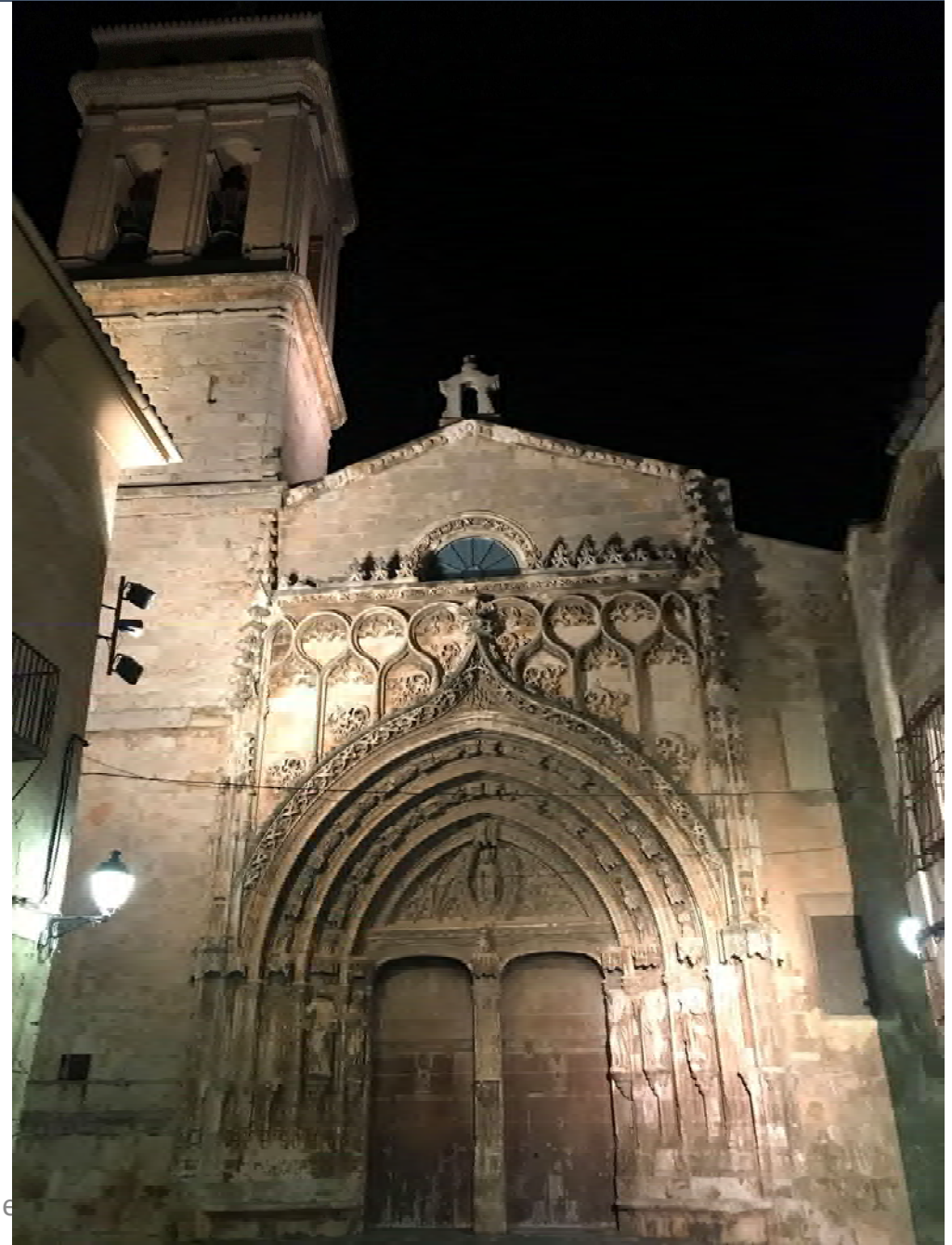
del vino
Requena

propuestas y
recomendaciones

Compartir ANÁLISIS y OBJETIVOS

Planteamiento

2. Qué supone el vino para Requena



2700
años

2.700 años haciéndose vino en la comarca, como atestiguan los restos de vajillas, pepitas de uva y el lagar de las Pinillas

S. V
a.C.

Elaborándose en Requena desde el s. V a.C.

1265

Año en el que Alfonso X el Sabio otorga sus fueros a Requena, donde se mencionan los “binaderos” o guardianes de la viña y se prohíbe la importación de vino “forastero”

1651

El inventario que se realiza ese año refleja ya 320 viticultores y sus 214 hectáreas de viñedos

S XVIII

Hasta este siglo, el vino se consumía principalmente de forma local.

S XIX

El vino se transporta ya al puerto del Grau de Valencia para su exportación, impulsado por las plagas en Francia

1897

Se inaugura la vía de tren Valencia – Utiel

1910

Creación de la Estación de Viticultura y Enología

1932

Se establece la DOP Utiel - Requena

1961

Creación de la Escuela de Capataces, Bodegueros y Viticultores de Requena

Consejo Regulador Utiel Requena – 25 11 2015

Región vitivinícola de Utiel-Requena

La región vitivinícola de [Utiel-Requena](#) es una de las más antiguas de España con más de 2.700 años de historia.

Ubicada en el interior de la provincia de Valencia, comprende una pequeña meseta casi circular de más de 1.800 km² situada a 70 km del mar Mediterráneo y con una **altitud entre 600 y 900 metros**.

La altitud elevada, la inclinación y la proximidad hacia el mar Mediterráneo son rasgos geográficos identificativos que **se impregnan en los vinos** que se elaboran en esta región vitivinícola.

El 94,27 % de la superficie del viñedo se dedica al cultivo de variedades tintas, y de ellas, la más importante es la **variedad autóctona Bobal**, que ocupa el 74% de la producción.

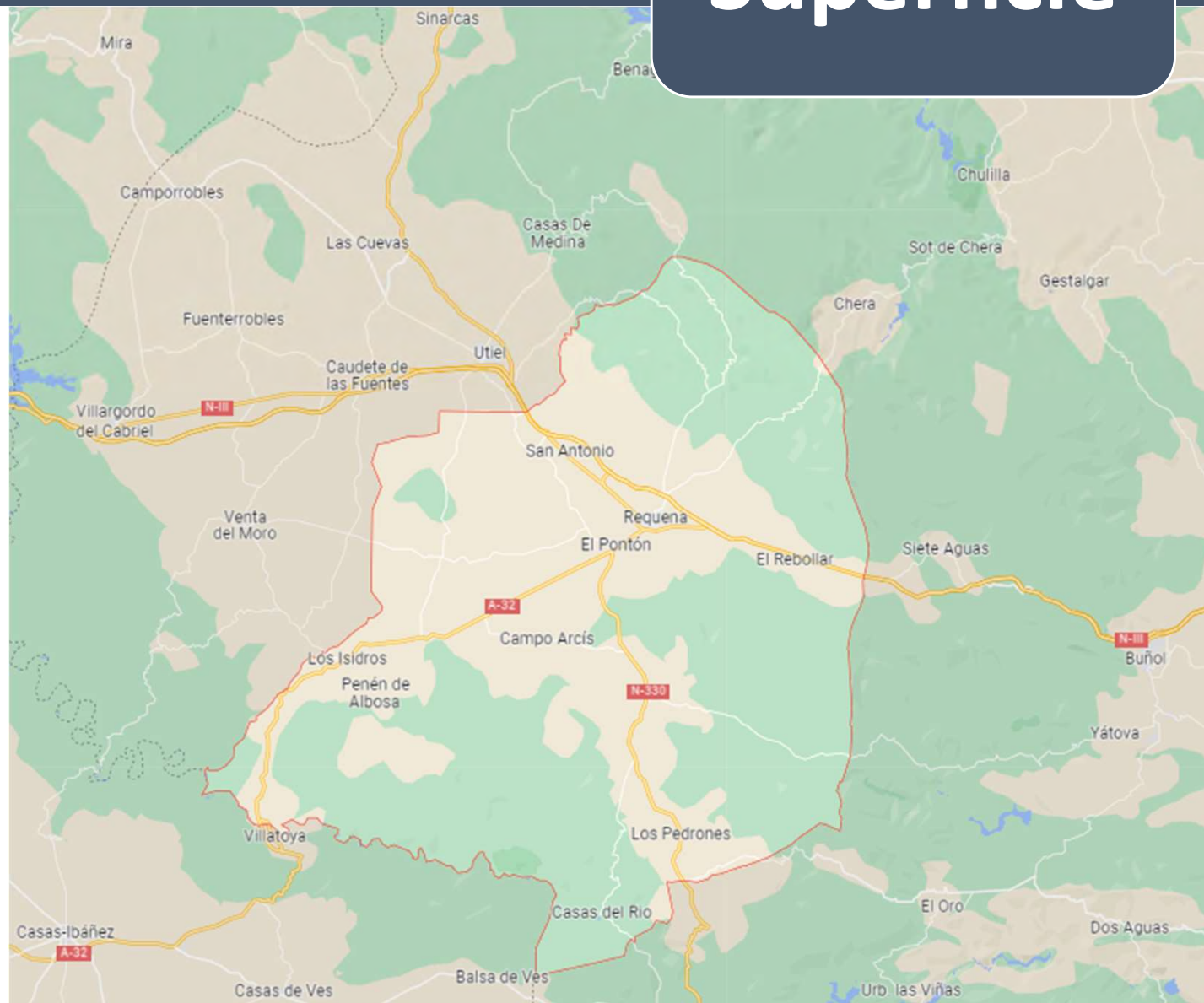
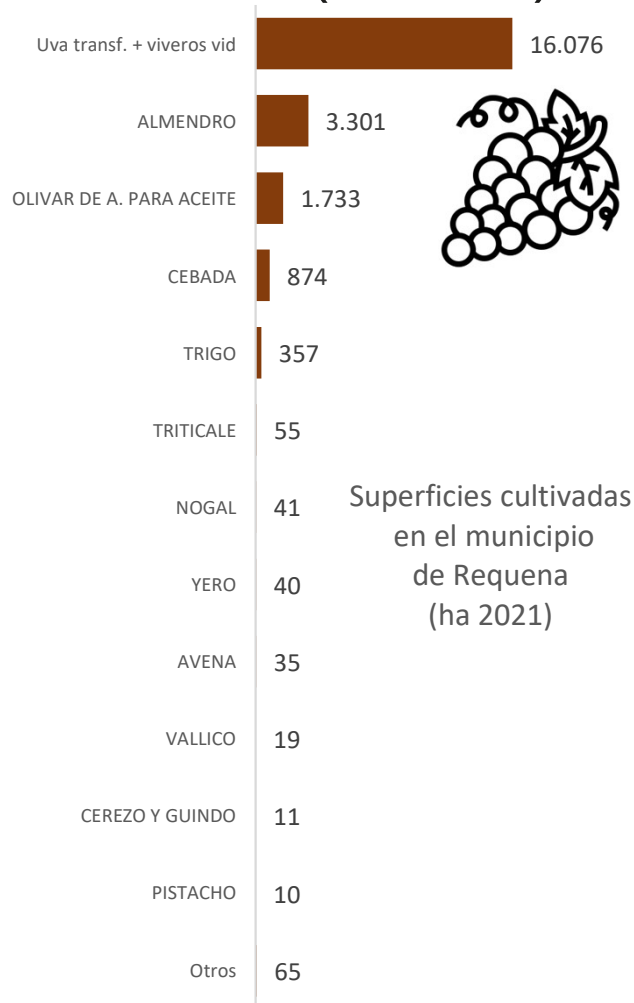
También se cultivan otras variedades tintas como **Tempranillo, Garnacha Tinta, Garnacha Tintorera, Cabernet Sauvignon, Merlot, Syrah, Pinot Noir, Petit Verdot y Cabernet Franc**.

Por lo que respecta a las variedades blancas representan un **5,73 % del viñedo de Utiel-Requena** y destacan la **Tardana**, también autóctona de Utiel-Requena, la **Macabeo** y la **Merseguera**

El vino en Requena

Superficie

Superficie del municipio
814,2 km² (81.400 ha)



El viñedo es el **71% de toda la superficie cultivada del municipio** de Requena y un 20% de toda la superficie del mismo

Según Wikipedia:

Desde entonces la ciudad ha basado prácticamente toda su actividad económica en el cultivo de la vid y la mejora en la producción de vinos, siendo en estos momentos con unas 18.000 hectáreas uno de los municipios de España con mayor superficie de cultivos de viñedo y mayor producción vinícola. Junto a sus pueblos vecinos Camporrobles, Caudete de las Fuentes, Fuenterrobles, Siete Aguas, Sinarcas, Utiel, Venta del Moro, y Villargordo del Gabriel conforman la Denominación de Origen Utiel-Requena dedicando en total más de 40.000 hectáreas al monocultivo de la vid, siendo más del 94% de variedades tintas y el resto blancas.

- Actividad principal: Agrícola.
- Cultivo principal: La vid
- Variedad de uva principal (> 80%): Bobal.
- Producción de vinos: 1.666.484 HI.

Aproximadamente el 44% de la producción de vino en botella se consume dentro de España, mientras que se exporta el resto, siendo el principal importador Alemania, seguido de los Países Bajos y el Reino Unido.

El valor económico de esa producción se cifra en 104 millones de euros.

Juan Piqueras Haba: Estaciones y escuelas de viticultura y enología. La EVE de requena en el marco español (Oleana 22)

6.- ESTACIÓN ESCUELA DE VITICULTURA Y ENOLÓGICA DE REQUENA La ciudad de Requena es hoy uno de los principales puntos de referencia de la enología española ya que concentra dos grandes unidades regionales de investigación y formación, como son la Estación Enológica (1911) y la Escuela de Viticultura Enología (1961).

Gran parte de este protagonismo se lo debe un hombre de talla excepcional, don Pascual Camón, seguramente el ingeniero agrónomo español del siglo XX más conocido dentro fuera de nuestro país, aunque tampoco hay que olvidar otros personajes de la talla de Rafael Janini y Fernando Morencos en el periodo anterior a la Guerra Civil, de José Vicente Guillem, Félix Jiménez y Félix Cuartera en etapas más recientes.



El vino en Requena

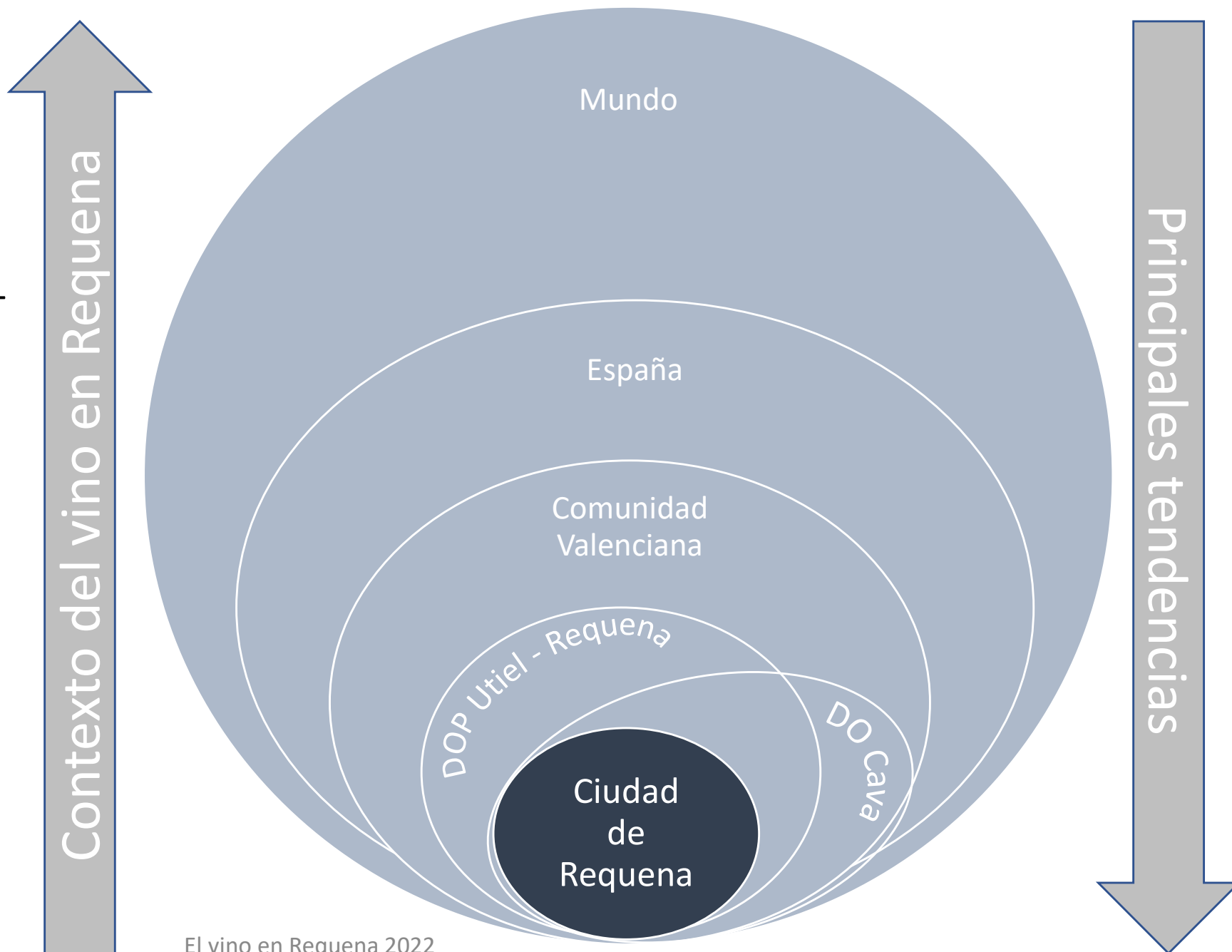
En definitiva, el vino en Requena es:

- Historia y tradición: toda una vida desarrollándose en la ciudad
- Principal actividad económica del municipio
- La mayor cantidad de superficie
- Importante labor educativa

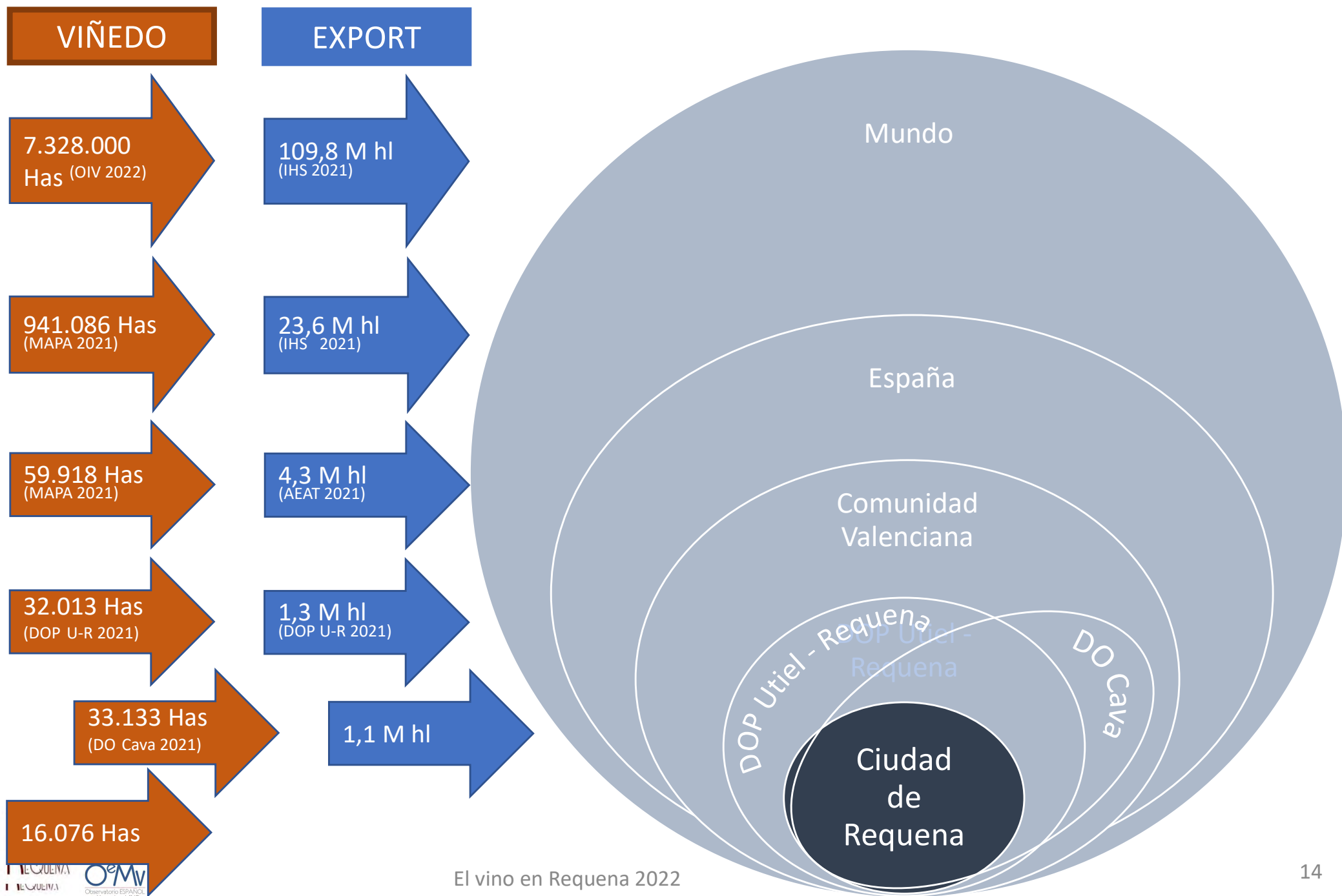
"Pieza clave de la subsistencia del municipio"

(Jaime Lamo de Espinosa)

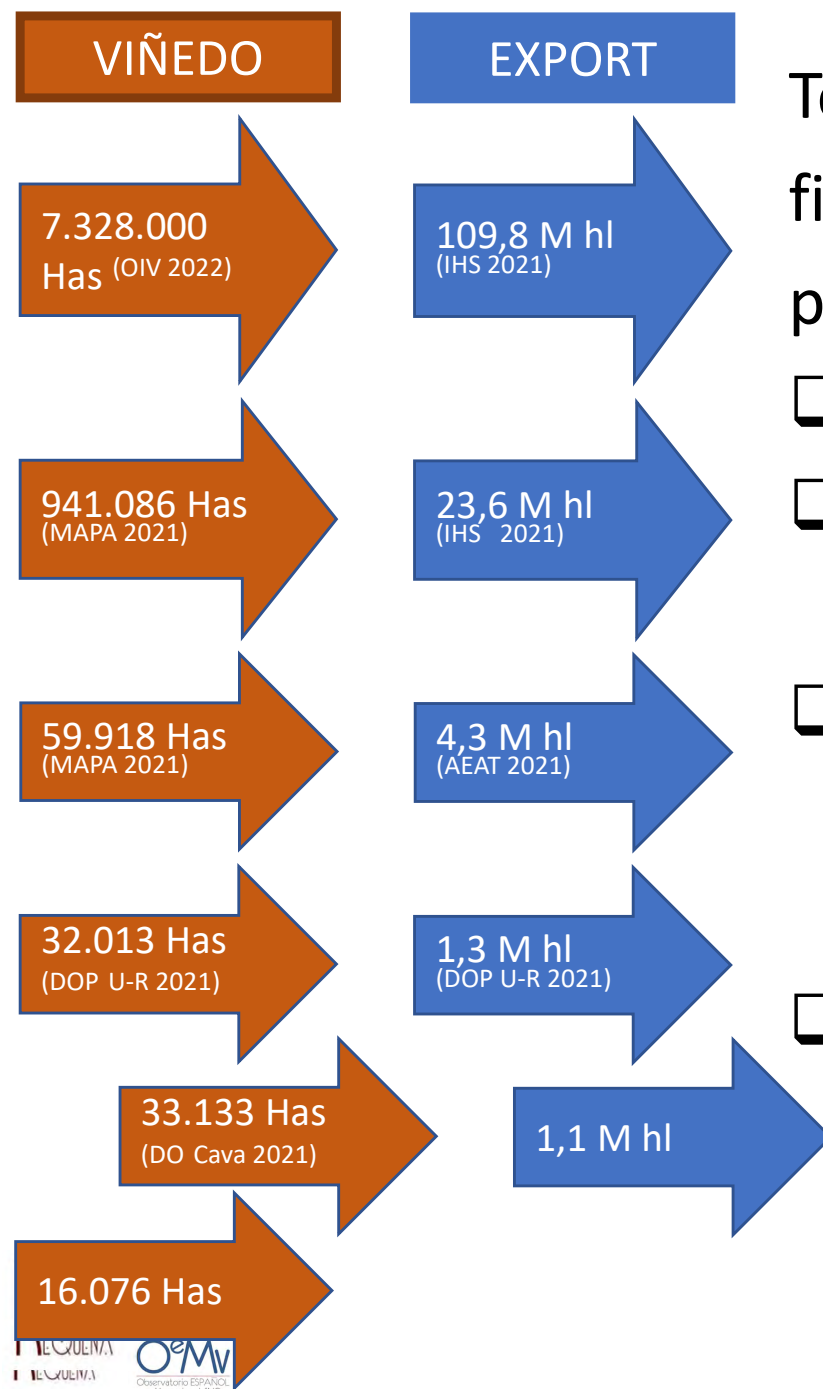
1. Qué representa Requena en el mundo del vino



Qué representa Requena en el mundo del vino



Qué representa Requena en el mundo del vino



Tomando dos referencias de tamaño (superficie de viñedo y exportaciones) que nos permiten la comparación, Requena es:

- la mitad de la DOP Utiel-Requena
- Que es una de las principales DOPs españolas
- Dentro de una comunidad autónoma que es la 4ª española por superficie y la 2ª mayor exportadora
- En un país, España, que es la mayor superficie mundial de viñedo y el mayor exportador mundial de vino en volumen.

Requena en el mundo del vino

Requena es:

- Uno de los principales municipios vitivinícolas españoles
- Por superficie

Requena en el mundo del vino

Requena es:

- Uno de los principales municipios vitivinícolas españoles
- Por superficie
- Por producción de vino
- Por historia
- Por reconocimiento
- Por presencia en los medios

Los 10 municipios vinícolas más mediáticos de España

RODOLFO CASTRO GALIANA

MARTES 31 DE MARZO DE 2015

LEÍDO > 9186 VECES



Los vinos que se elaboran en diez municipios de España acaparan en la actualidad un tercio del impacto total de las noticias que sobre el sector vinícola publican los medios de comunicación

| MUNICIPIO | PROVINCIA |
|------------------------|------------|
| Sant Sadurní d'Anoia | Barcelona |
| Vilafranca del Penedés | Barcelona |
| Haro | La Rioja |
| Cenicero | La Rioja |
| Laguardia | Álava |
| Elciego | Álava |
| Valbuena de Duero | Valladolid |
| Peñafiel | Valladolid |
| Jerez | Cádiz |
| Requena | Valencia |

Esquema

Lo que supone Requena en:

- La DOP Utiel Requena
- La DOP Cava
- En la Plana de Utiel Requena
- En la Comunidad Autónoma Valenciana
 - Lo que la Cdad Valenciana supone en España
- Lo que Requena supone en España
- Lo que supone en el vino mundial

El vino en la DO Cava.

El vino en la DOP U-R

El vino en la C.V.

El vino en España

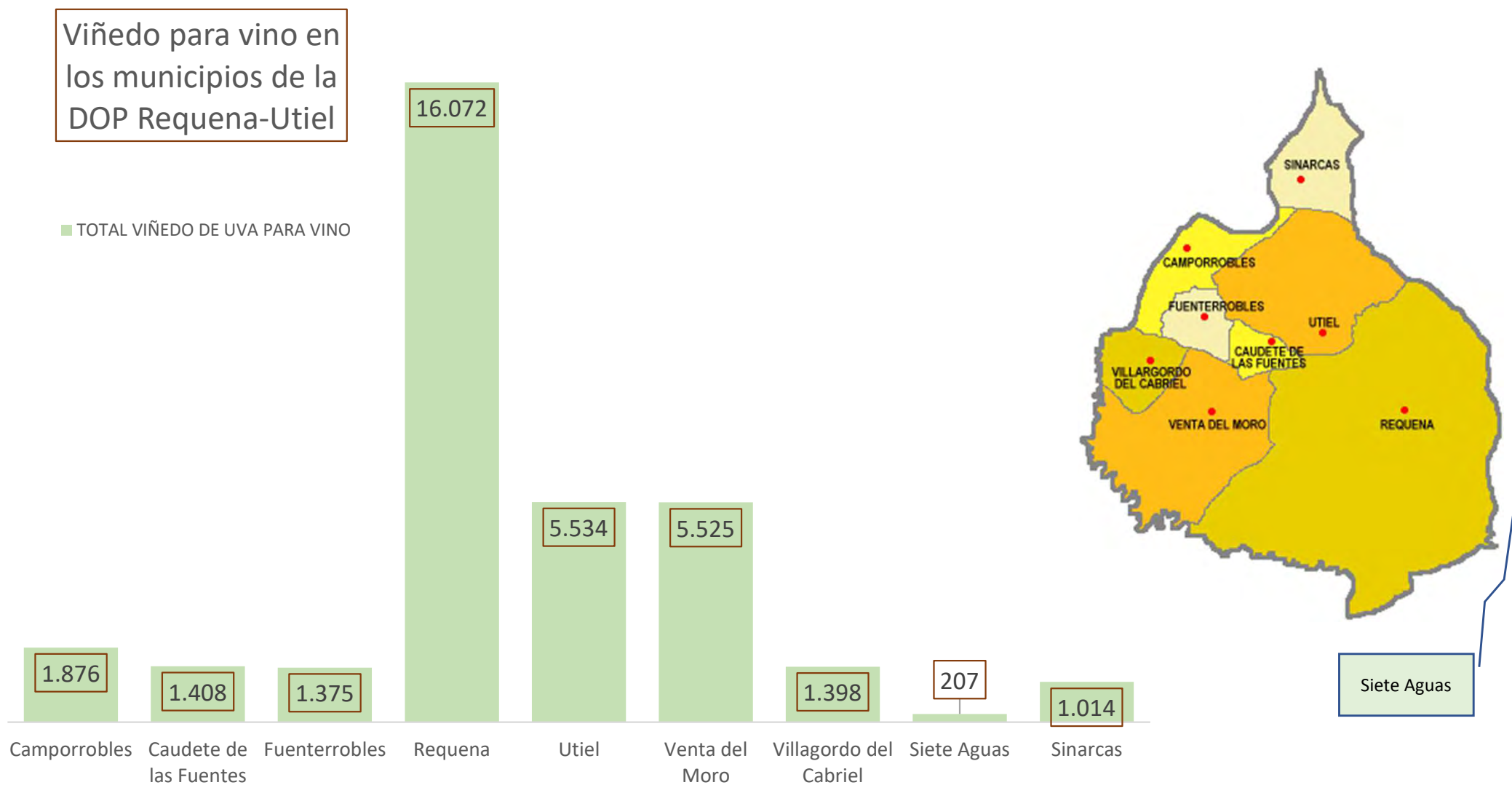
El vino en el mundo

Tendencias

¿Cómo va cada uno de estos entornos?

Requena en el mundo del vino

En cuanto a la superficie Requena¹, con un total de 16.072 ha de viñedo para vino, es el 46,7% del viñedo de los municipios de la DOP, seguido de lejos por las 5.525 has de Venta del Moro y las 5.534 de Utiel.



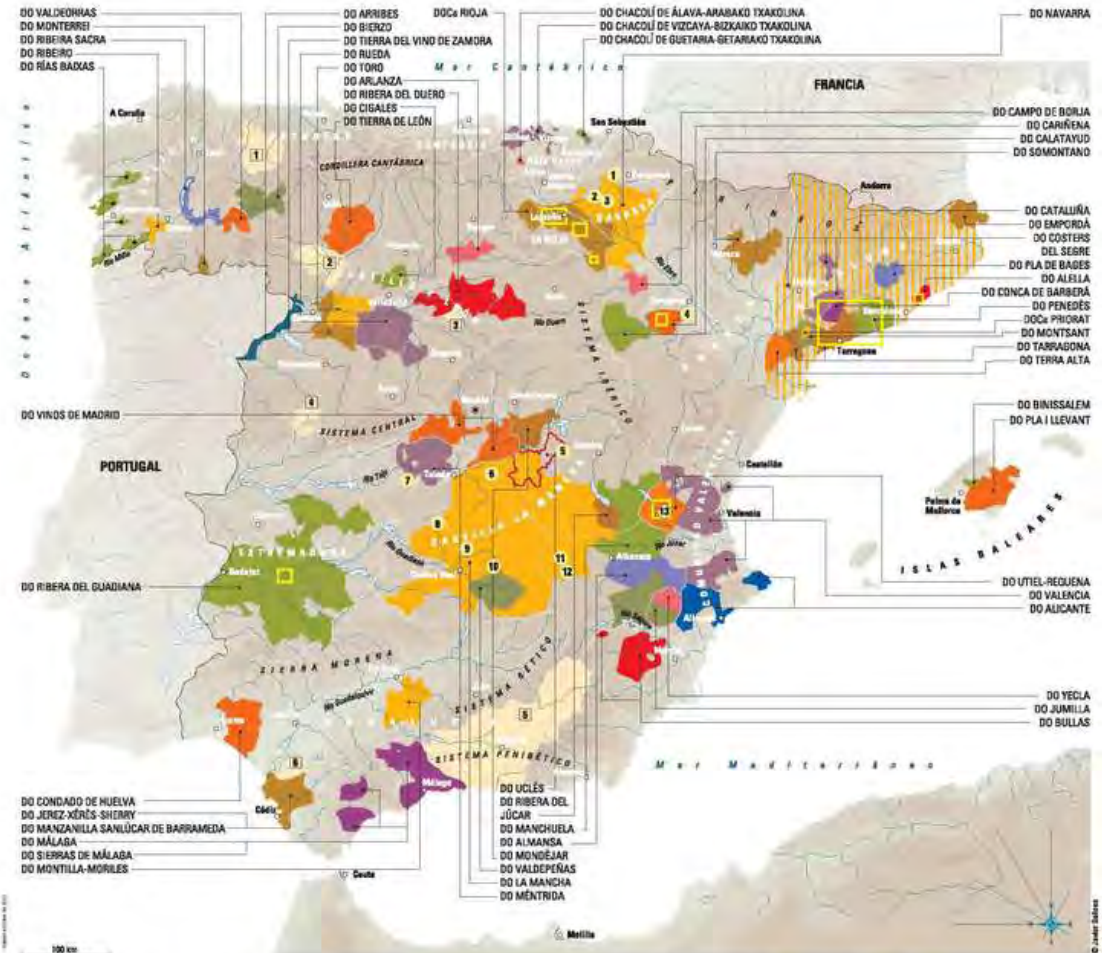
Requena es parte esencial de dos DOPs españolas (Utiel – Requena y Cava).



Y alberga una tercera que es el Pago Los Balagueses

Requena en el mundo del vino

DOP Utiel - Requena



Requena es parte esencial de la DOP Utiel-Requena y la DOP está dentro del mapa de denominaciones de origen e indicaciones geográficas de calidad de España

Requena en el mundo del vino

DOP Utiel - Requena

Que, a su vez, es parte fundamental del complejo sistema de DOPs europeo



Una DOP, Utiel Requena, esencial en la vitivinicultura española que, en la actualidad ⁽²⁰²¹⁾, supone

32.013
ha (memoria DOP) 2021

4.579
viticultores
(memoria 2021)

217 millones
de kg de uva
(memoria DOP)

109 bode-
gas (MAPA 19-20)

20,2 millones l
comercializados
(memoria DOP 2021)

6,9 millones litros en
mercado nacional (memoria DOP 2021)

13,3 millones litros en
exportación (memoria DOP 2021)

| VARIETADES AÑO 2021 | HECTÁREAS |
|--------------------------------------|---------------|
| Bobal | 20.907 |
| Cabernet Sauvignon | 399 |
| Chardonnay | 463 |
| Garnacha | 1.061 |
| Garnacha Tintorera | 394 |
| Macabeo | 4.265 |
| Merlot | 228 |
| Merseguera | 55 |
| Pinot-Noir | 90 |
| Tardana | 296 |
| Sauvignon Blanc | 127 |
| Syrah | 146 |
| Tempranillo | 3.478 |
| Otras (varias) | 104 |
| Total Hectáreas en producción | 32.013 |

2021: 20.907 ha de Bobal

9.368 > 45 años

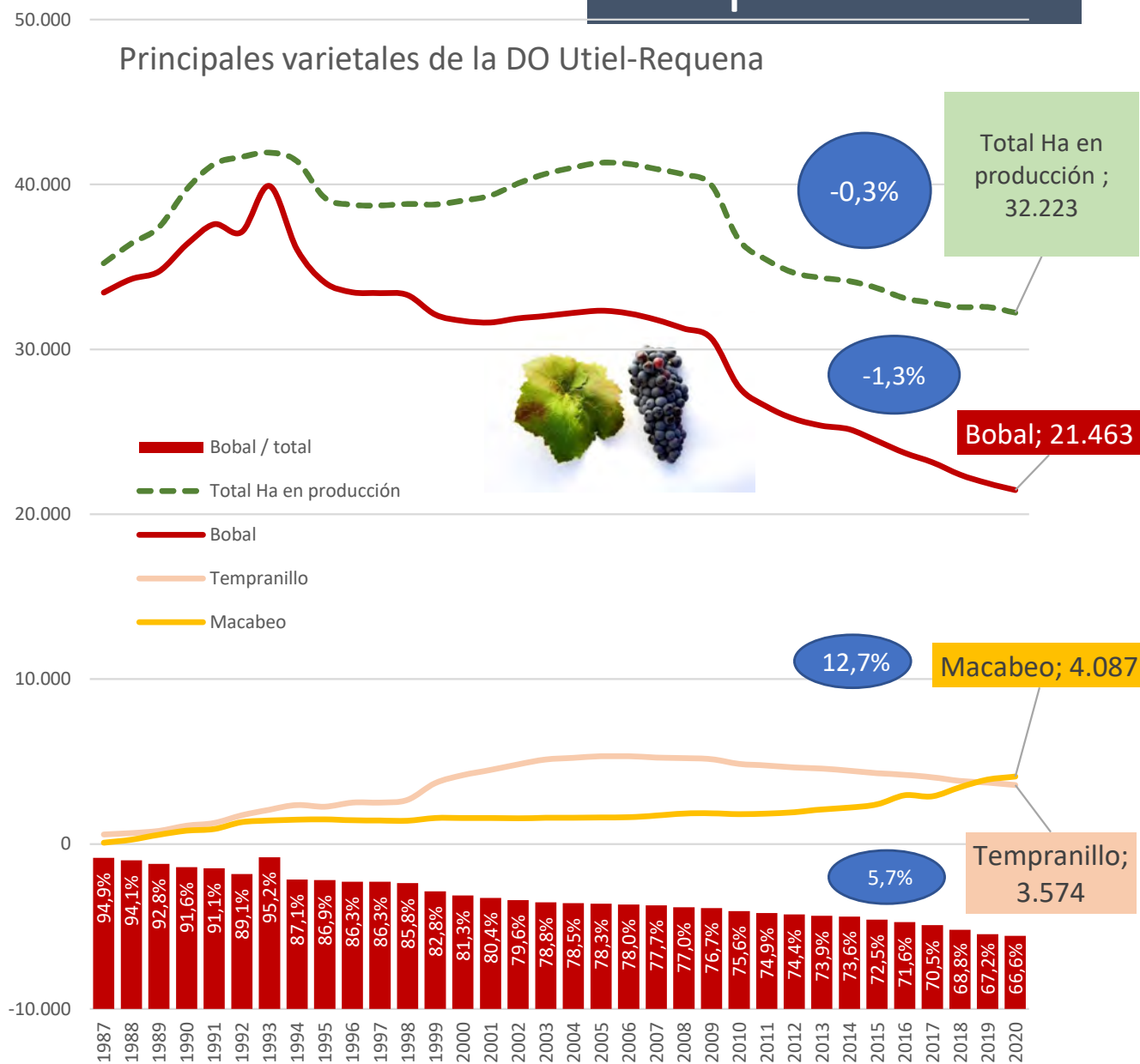
... y donde reina la uva Bobal



Uva Bobal, que se mantiene como fundamental en la DOP, pero que ya no está sola.

Si en los años '80 y principios de los '90, la Bobal suponía cerca del 95% del total de la superficie en producción en la DO U-R, ahora supone 2/3 del total; cifra extraordinariamente importante pero algo menor a la anterior.

En el mismo periodo y mientras la superficie total plantada caía a una media del -0,3% anual, y la de la Bobal a -1,3% anual, las plantaciones de Tempranillo crecían un 5,7% de media y las de Garnacha un 4,7%, aumentando el blanco Macabeo una media del 12,7% anual.



La página web de Más Levante sobre la Asociación Cava Requena¹ afirma en 2022 que:

*“Con una superficie que, cuando alcance su pleno rendimiento, rondará las **4.000 hectáreas de viñedo**, las bodegas de Requena adscritas a la DO Cava mantienen un potencial de crecimiento que les ha llevado a **superar los diez millones de botellas**”.*



Desde la sentencia del 10 de abril de 1989 Requena figura dentro de la DO Cava, como único municipio de la Cdad. Valencia inscrito².

En la nueva zonificación de la DO Cava³ las zonas de producción que se identifican son Comtats de Barcelona, Valle del Ebro, Viñedos de Almendralejo y Zona de Levante, pendiente esta última de un acuerdo definitivo sobre el nombre



¹ <https://mas.levante-emv.com/tierra-de-vinos/asociacion-cava-requena/#:~:text=Con%20una%20superficie%20que%2C%20cuando,los%20diez%20millones%20de%20botellas.>

² José V. Guillem Ruiz: El cava elaborado en Requena. Ayto de requena y Asociación de Elaboradores de Cava de Requena, Requena 2020.

³ <https://www.cava.wine/es/origen/zonas/>

Requena en el mundo del vino

DOP Cava

Hasta 17 empresas de Requena están dadas de alta en los registros de empresas de la DO Cava¹

D.O. CAVA

Ntra Sra del Milagro
Coop. La Inmaculada
Coop. San Isidro Labrador
Coop La Unión
Coop El Progreso
Coop Valenciana de Viticultores
Viticultores Los Ruices

La DO Cava tiene reconocidas en sus listados 17 empresas con sede en Requena, divididas entre elaboradoras de Cava o de vino base, ya sea certificadas o no. 5 bodegas figuran inscritas en la subzona Altos de Levante.



VIÑEDOS & BODEGAS
VEGALFARO

Vegalfaro



BODEGAS
HISPANO SUIZAS

Bodegas Hispano Suizas



CHOZAS CARRASCAL

Chozas Carrascal



Grupo
COVINAS

COVIÑAS



DOMINIO DE LA VEGA

Dominio de la Vega



PAGO DE THARSYS

Pago de Tharsys



MONTESANCO

Montesanco



TORRE ORIA

Torre Oria



UNIÓN VINÍCOLA DEL ESTE

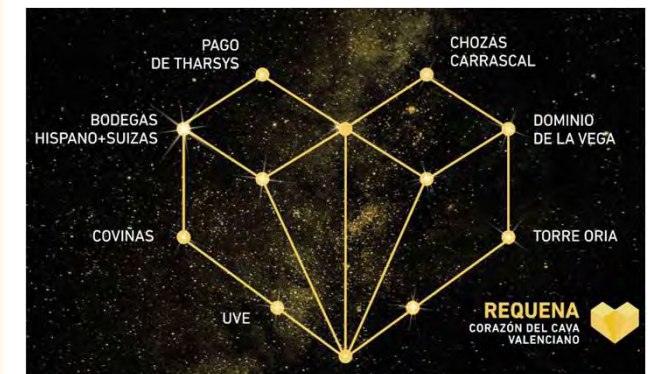
Unión Vinícola del Este



sebirán
EST. 1914

VOB & T. Internacional AB

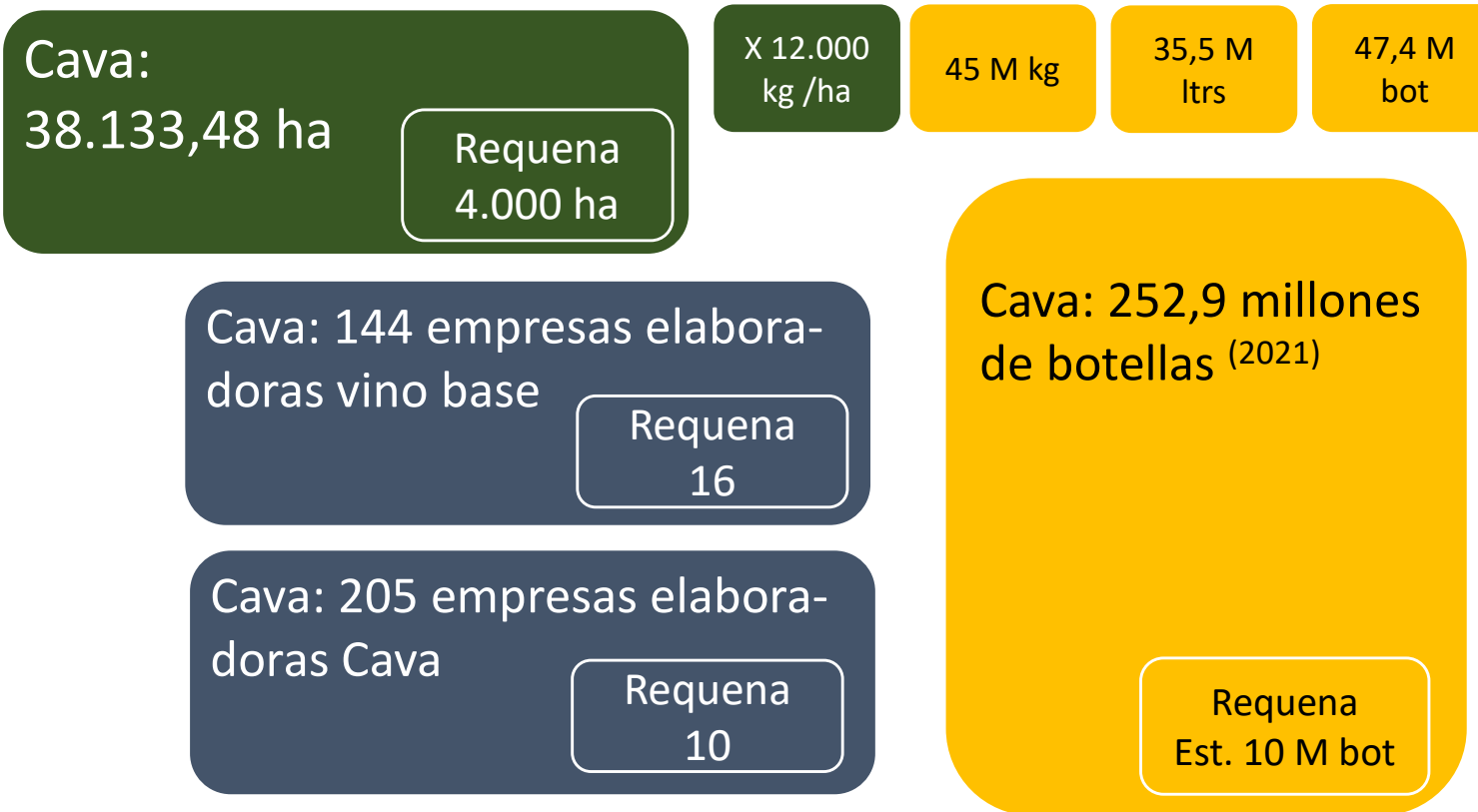
De ellas algunas de gran importancia asociadas en la Asociación de Elaboradores de Cava de Requena hay además otras 3 bodegas adicionales.



Requena en el mundo del vino

DOP Cava

En definitiva: Requena es importante para la DO Cava y el Cava es muy importante para el vino de Requena.



Aproximadamente y según las estimaciones que se han podido realizar,

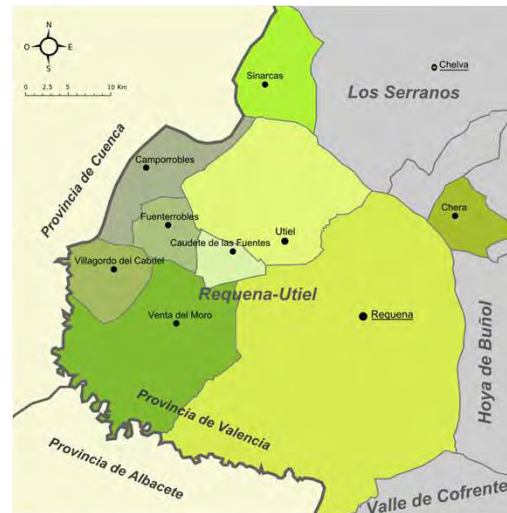
- ❖ Requena tiene algo más del 10% de la superficie de la DO Cava
- ❖ Acoge a un 11% de las bodegas elaboradoras de vino base
- ❖ ... pero apenas a un 5% de las bodegas elaboradoras de Cava
- ❖ ... comercializando casi el 4% del total de las botellas elaboradas.

Una estimación: asumiendo 12.000 kg por hectárea, las 4.000 ha estimadas que producen Cava en Requena darían una producción total de 48 millones de kilos de uva que, a un rendimiento de transformación del 74% supondrían unos 35,5 millones de litros, que es porcentaje muy relevante (1) de la producción de vino de Requena y (2) de la producción de Cava

Es decir, es una base muy importante para los elaboradores de Cava pero todavía una parte pequeña de su elaboración local y su comercialización, aunque está cambiando y cobrando mayor protagonismo

Requena en el mundo del vino – La Plana de Utiel Requena

Requena es también parte fundamental, capital y principal municipio de la “**plana de Utiel-Requena**”, comarca de la provincia de Valencia, de 172.100 ha que es la principal dentro de la provincia, solo seguida por las 140.000 ha de Los Serranos



| la Meseta de Requena-Utiel | |
|-----------------------------|-------------------------------|
| Localització | |
| 39° 29' 26" N, 1° 12' 48" O | |
| Estat | Espanya |
| Autonomia | País Valencià |
| Província | València |
| Capital | |
| Capital | Utiel |
| Municipi | 9 |
| Conté la subdivisió | [mostra] |
| Població | |
| Total | 39386 hab. (2007) |
| • Densitat | 22,82 hab/km² |
| Idioma oficial | Castellà |
| Geografia | |
| Superfície | 1.725,9 km² |
| Altitud | 894 m |
| Limita amb | [mostra] |

La Plana d'Utiel-Requena, o simplement la Plana d'Utiel, és una [comarca](#) castellanoparlant de l'interior del [País Valencià](#), amb capital a [Requena](#). També és coneguda alternativament com la **Plana de Requena-Utiel**.

Va ser segregada de la [província de Conca](#) i incorporada a la de [València](#) al [segle](#) XIX a excepció de Sinarques i Xera, municipis els quals ja formaven part del Regne de València des de la reconquesta i ocupació aragonesa del segle XIII.

Limita pel nord i per l'oest amb [Castella - la Manxa](#), al nord-est amb els [Serrans](#), a l'est amb la [Foia de Bunyol](#) i al sud amb la [Vall de Cofrents](#)

| La Plana d'Utiel-Requena (2007) | | | |
|---|---------------|-----------------|--------------|
| Municipi | Població | Extensió | Densitat |
| Camporrobles | 1.405 | 89,50 | 15,70 |
| Caudete de las Fuentes | 773 | 34,60 | 22,34 |
| Fuenterrabías | 731 | 49,50 | 14,77 |
| Requena | 20.440 | 814,20 | 25,10 |
| Sinarques | 1.201 | 102,50 | 11,72 |
| Utiel | 12.053 | 236,90 | 50,88 |
| Venta del Moro | 1.455 | 272,60 | 5,34 |
| Villargordo del Cabriol | 664 | 71,60 | 9,27 |
| Xera | 664 | 54,50 | 12,18 |
| Total | 39.386 | 1.725,90 | 22,82 |

VIQUIPÈDIA
L'enciclopèdia lliure

Requena en el mundo del vino – La Plana de Utiel Requena

**SUPERFICIE DE LOS PRINCIPALES CULTIVOS POR COMARCAS
PROVINCIA DE VALENCIA (1/2). AÑO 2021 (Hectáreas)**

| CULTIVOS | RINCÓN DE ADEMUZ | LOS SERRANOS | EL CAMP DE TÚRIA | EL CAMP DE MORVEDRE | L'HORTA NORD | L'HORTA OEST | VALENCIA | L'HORTA SUD | LA PLANA DE UTIEL-REQUENA |
|---------------------------------|------------------|--------------|------------------|---------------------|--------------|--------------|----------|-------------|---------------------------|
| VIÑEDO | 3 | 1.675 | 743 | 3 | 0 | 21 | 0 | 0 | 34.212 |
| VIÑEDO UVA DE MESA | 0 | 0 | 29 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| UVA TRANSF. CULTIVO ÚNICO | 3 | 1.675 | 710 | 3 | 0 | 21 | 0 | 0 | 34.208 |
| OTRAS Superficies DE VIÑEDO (1) | 0 | 0 | 4 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 |

Y donde predominan los cultivos leñosos y el secano, por comparación con el resto de la provincia

Requena en el mundo del vino – La Plana de Utiel Requena

Una comarca, La Plana, que, desde el punto de vista social:

- ❑ Tiene 37.786 habitantes, de los que 20.227 son del municipio de Requena
- ❑ Lo que supone una pequeña parte de la población de Valencia (1,48%)
- ❑ Cayendo respecto del año anterior (-0,75%)
- ❑ Con una densidad de población muy inferior a la de la provincia y la CA
- ❑ Relativamente envejecida respecto de la provincia y la CA
- ❑ Y con un índice de dependencia mayor

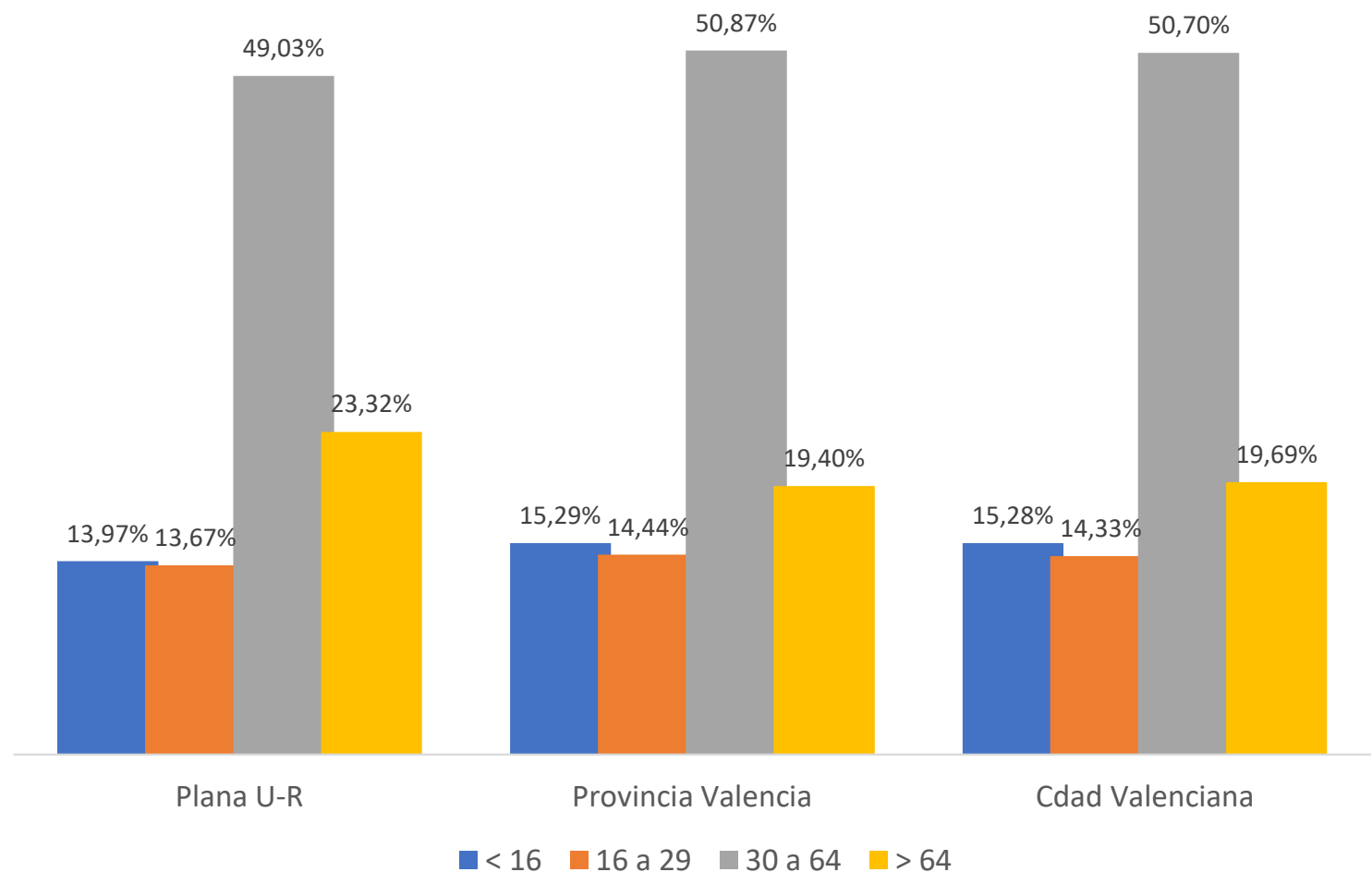
| DATOS ESTADÍSTICOS - DEMOGRAFÍA | | | |
|---|----------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Población | | | |
| | Comarca | Provincia | Comunidad |
| Padrón - 2021 (personas) | 37.690 [L] | 2.589.312 [L] | 5.058.138 [L] |
| Variación Padrón - 2020/2021 (%) | -0,34 [L] | -0,10 [L] | 0,02 [L] |
| Población respecto de la provincia - 2021 (%) | 1,46 [L] | | |
| Población respecto de la comunidad - 2021 (%) | 0,75 [L] | 51,19 [L] | |
| Densidad de población - 2021 (Hab./Km2) | 21,90 [L] | 239,62 [L] | 217,51 [L] |
| Españoles Residentes en el Extranjero - 2021 (personas) | 878 [L] | 83.944 [L] | 150.210 [L] |
| Características de la población (Padrón 2021) | | | |
| | Comarca | Provincia | Comunidad |
| Menores de 16 años (%) | 13,97 [L] | 15,29 [L] | 15,28 [L] |
| De 16 a 29 años (%) | 13,67 [L] | 14,44 [L] | 14,33 [L] |
| De 30 a 64 años (%) | 49,03 [L] | 50,87 [L] | 50,70 [L] |
| Mayores de 64 años (%) | 23,32 [L] | 19,40 [L] | 19,69 [L] |
| Índice de dependencia (%) | 59,47 [L] | 53,10 [L] | 53,78 [L] |
| Nacidos en la CV (personas) | 29.906 [L] | 1.835.355 [L] | 3.348.878 [L] |
| Extranjeros (personas) | 3.149 [L] | 289.048 [L] | 751.616 [L] |
| Nacidos en la CV (%) | 79,35 [L] | 70,88 [L] | 66,21 [L] |
| Extranjeros (%) | 8,36 [L] | 11,16 [L] | 14,86 [L] |
| Características censales de 2011 | | | |
| | Comarca | Provincia | Comunidad |
| Residentes en viviendas principales (personas) | 40.025 [L] | 2.553.410 [L] | 4.990.345 [L] |
| Analfabetos y sin estudios (%) | -- [L] | 9,91 [L] | 10,46 [L] |
| Estudios primarios (Grado 1) (%) | -- [L] | 14,82 [L] | 15,05 [L] |
| Estudios medios (Grado 2) (%) | -- [L] | 55,39 [L] | 56,68 [L] |
| Estudios superiores (Grado 3) (%) | -- [L] | 19,88 [L] | 17,80 [L] |

Requena en el mundo del vino – La Plana de Utiel Requena

Una comarca, La Plana, por cierto, con una población relativamente envejecida con respecto al resto de la provincia y de la Comunidad Autónoma:

- El 23,32% tienen más de 64 años, frente a menos del 20% tanto en la provincia como en la C.A.
- Apenas el 14% son menores de 16 años, frente a más del 15% en las comarcas más extensas.

Población por franja de edad: plana de Utiel Requena, provincia de Valencia y Comunidad Valenciana (Padrón 2021)



Requena en el mundo del vino

Comunidad Valenciana

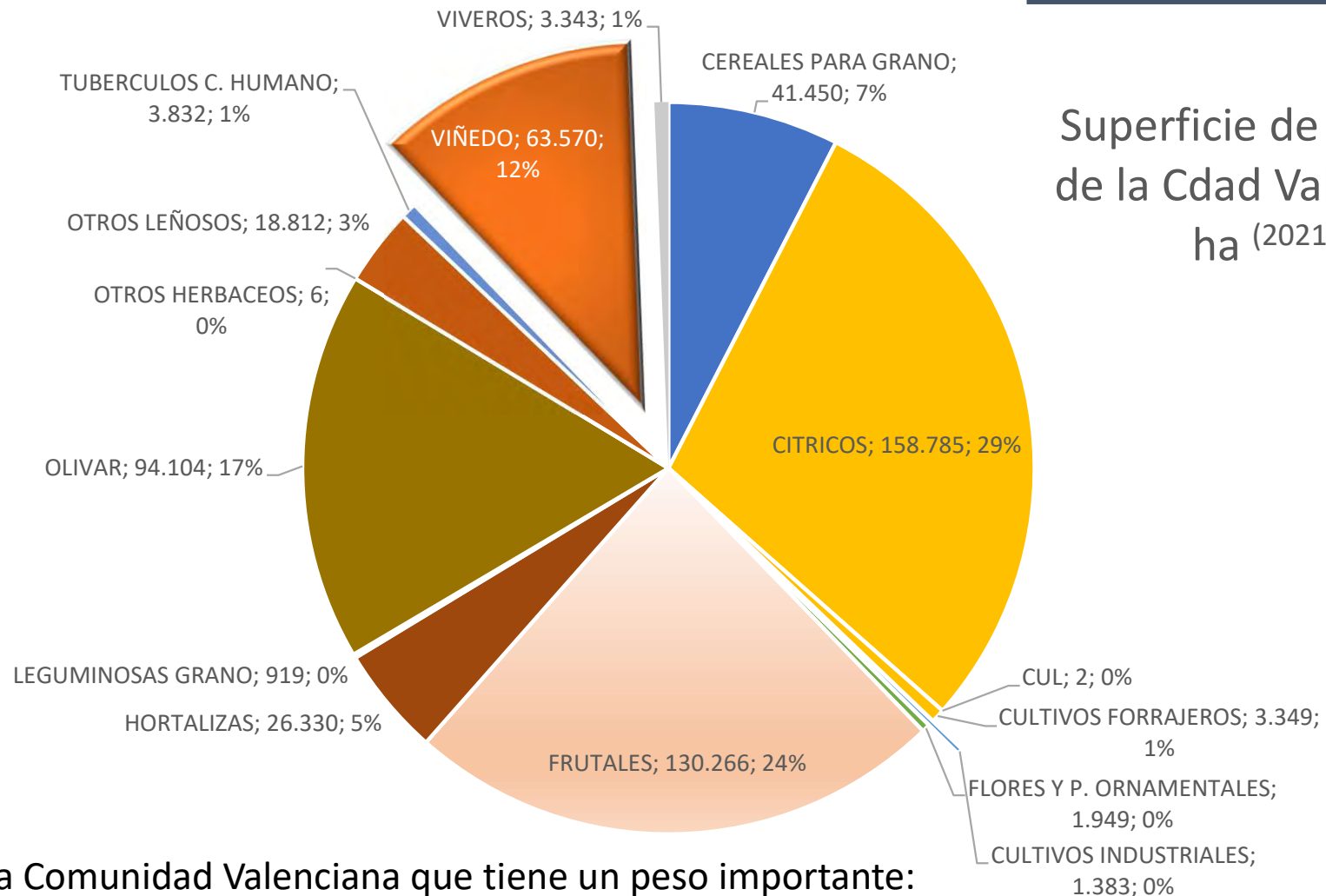
Un municipio, Requena, dentro de la Comunidad Valenciana y formando parte esencial de su área vitivinícola



Ahora,

- ¿Cómo es la vitivinicultura en la Comunidad Valenciana?
- ¿Qué supone Requena dentro de esta Comunidad Autónoma?





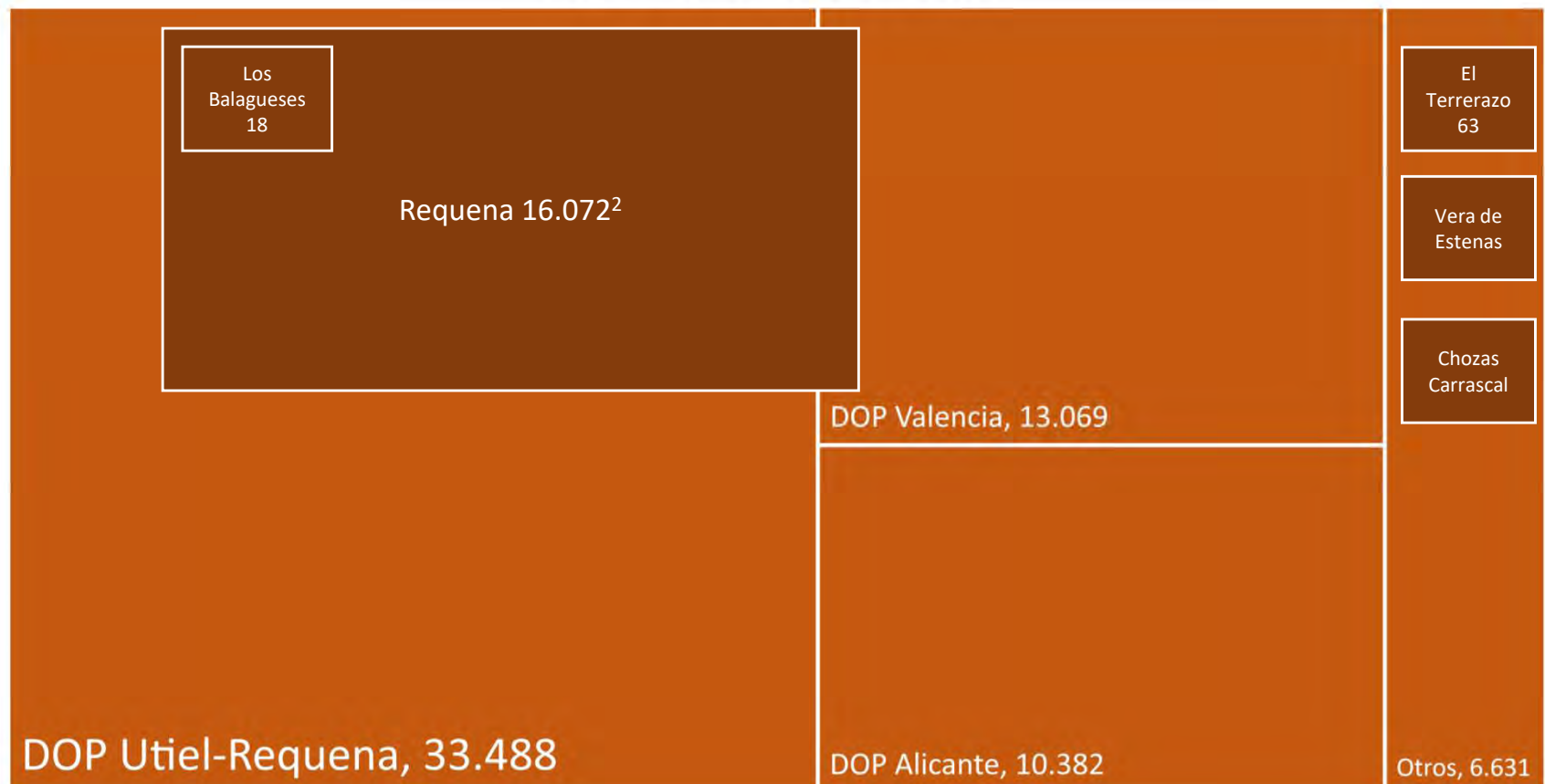
Área vitícola en la Comunidad Valenciana que tiene un peso importante:

Cerca de 64.000 ha de viñedo, de las que 29.000 ha en regadío y el resto en secano, y que suponen un 12% del total de la superficie cultivada total de la Comunidad, por detrás de cítricos, frutales y olivar, pero por delante de cereales u hortalizas.

En relación con la DO Utiel Requena, si comparamos (aunque de fuentes distintas y con posible superposición) las superficies de viñedo de la Cdad Valenciana y las atribuidas a cada una de las DOPs que en ella se encuentran (Info MAPA 2020), comprobamos que Utiel-Requena supone más de la mitad del total del viñedo de la Comunidad...

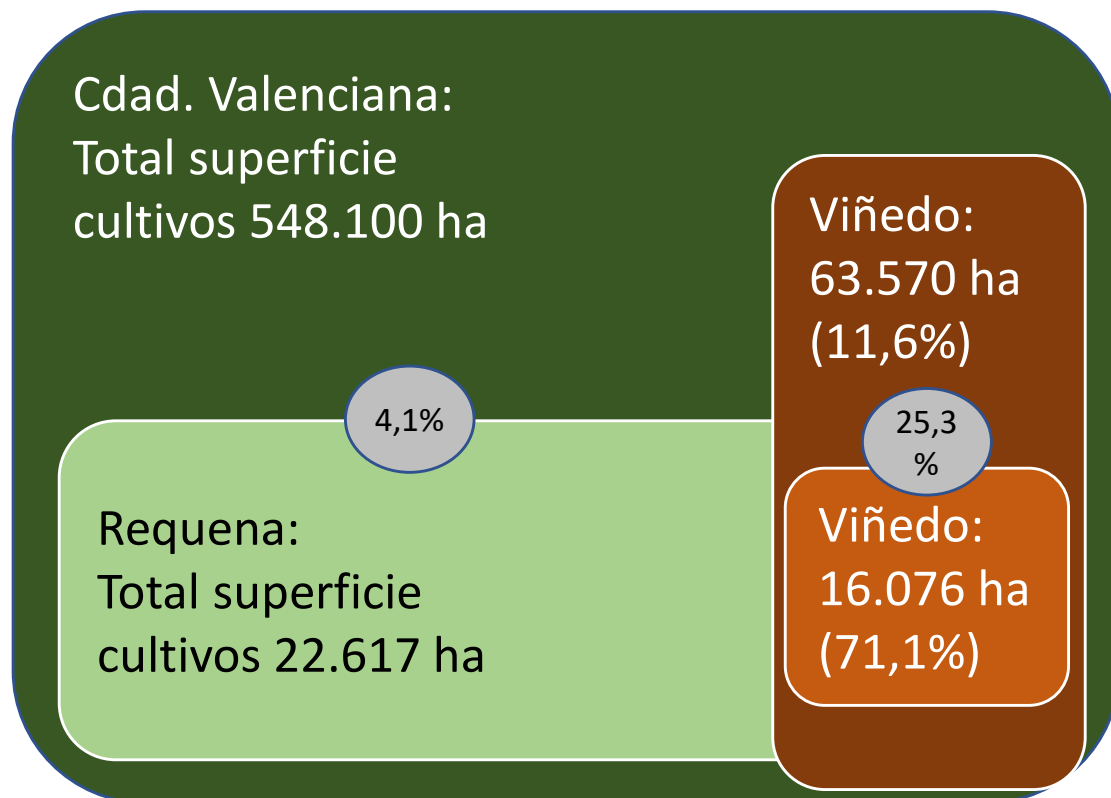
.. y el municipio de Requena es, a su vez, casi la mitad del total de la DOP, con parte del viñedo de la DOP en la DO Vino de Pago Los Balagueses y parte, hasta 2021, utilizado para vinos de la DO Valencia; así como otra parte dedicado a vinos sin IG.

Viñedo de la Cdad Valenciana Total 2021: 63,570 Has¹



Requena en el mundo del vino

Comunidad
Valenciana



La importancia del viñedo es radicalmente distinta en Requena de lo que supone para el resto de la CV:

- Si para la CV el viñedo supone un 11,6% de la superficie total cultivada
- **Para Requena el viñedo supone un 71,1% de su superficie cultivada en el municipio**
- Porque Requena supone apenas el 4,1% de la superficie total de la CV...
- Pero su viñedo suponen una cuarta parte (25,3%) del viñedo total de la Cdad Valenciana.



Requena en el mundo del vino

Comunidad Valenciana

Superficies de **viñedo**, por cierto, que están mayoritariamente en secano en Requena (63%), frente a una proporción mayor del regadío en el conjunto de la Cdad Valenciana (46%).

Superficie total de viñedo¹



En secano



En regadío



Cdad. Valenciana



Requena

63.570 ha

16.076 ha

34.486 ha

10.173 ha

29.084 ha

5.903 ha

Proporción sobre total CV

100,0%

54,2%

45,8%

Proporción sobre total Requena

100,0%

63,3%

36,7%

Proporción Requena / total CV

25,3%

29,5%

20,3%

Requena en el mundo del vino

Comunidad Valenciana

| | Age class / Clase de Edad | | | | Total |
|--|---------------------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|
| | Menos de 3 años | De 3 a 9 años | De 10 a 29 años | 30 años y más | |
| Total principales variedades | 1.101,92 | 8.723,75 | 22.874,16 | 24.862,22 | 57.562,05 |
| Total principales variedades de tinto | 648,63 | 4.234,75 | 18.514,00 | 18.680,06 | 42.077,44 |
| Bobal | 214,53 | 1.803,93 | 7.469,04 | 13.858,71 | 23.346,21 |
| Tempranillo tinto | 31,31 | 223,40 | 4.106,08 | 1.336,15 | 5.696,94 |
| Monastrell | 51,62 | 295,74 | 2.972,09 | 2.240,02 | 5.559,47 |
| Garnacha tinta | 144,18 | 657,74 | 786,34 | 633,17 | 2.221,43 |
| Garnacha tintorera | 118,72 | 543,67 | 542,17 | 216,35 | 1.420,91 |
| Cabernet Sauvignon | 12,30 | 126,63 | 1.100,85 | 60,57 | 1.300,35 |
| Merlot | 19,92 | 94,68 | 843,75 | 12,77 | 971,12 |
| Syrah | 21,67 | 164,03 | 439,12 | 0,00 | 624,82 |
| Cabernet franc | 13,50 | 100,64 | 94,03 | 5,23 | 213,40 |
| Verdot petit | 7,36 | 82,01 | 83,37 | 0,00 | 172,74 |
| Pinot noir | 7,84 | 43,90 | 56,68 | 3,83 | 112,25 |
| Trepat | 0,97 | 6,47 | 0,47 | 99,09 | 107,00 |
| Forcallat tinta | 1,72 | 1,90 | 1,88 | 100,49 | 105,99 |
| Marselan | 1,45 | 74,93 | 2,72 | 0,00 | 79,10 |
| Royal | 0,00 | 0,00 | 0,07 | 64,17 | 64,24 |
| Mazuela | 1,07 | 4,33 | 7,47 | 3,84 | 16,71 |
| Otras variedades de tinto | 0,00 | 0,00 | 0,28 | 14,73 | 15,01 |
| Graciano | 0,00 | 10,06 | 2,73 | 0,13 | 12,92 |
| Miguel del arco | 0,47 | 0,69 | 0,00 | 11,47 | 12,63 |
| Cinsaut | 0,00 | 0,00 | 0,45 | 9,23 | 9,68 |
| Alphonse Lavallee | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 2,87 | 2,87 |
| Rojal tinta | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 2,66 | 2,66 |
| Malvasia nera | 0,00 | 0,00 | 2,52 | 0,00 | 2,52 |
| Moravia dulce | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 2,30 | 2,30 |
| Tinto velasco | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,97 | 0,97 |
| Tinto de toro | 0,00 | 0,00 | 0,88 | 0,02 | 0,90 |
| Moravia agria | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,48 | 0,48 |
| Muscat Hamburg | 0,00 | 0,00 | 0,44 | 0,00 | 0,44 |
| Garnacha | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,34 | 0,34 |
| Prieto picudo | 0,00 | 0,00 | 0,34 | 0,00 | 0,34 |
| Mollar | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,33 | 0,33 |
| Cot | 0,00 | 0,00 | 0,23 | 0,00 | 0,23 |
| Garnacha peluda | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,10 | 0,10 |
| Mencia | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,04 | 0,04 |

En cuanto a las principales variedades plantadas en la Cdad Valenciana,

- El total de las registradas son 69 principales
- De las que 34 de uvas tintas (73% de las ha)
- Y 35 de blancas (27% de las ha) ...

| Total principales variedades de blanco | 453,31 | 4.468,09 | 4.353,25 | 6.182,20 | 15.456,85 |
|---|---------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|
| Macabeo | 160,63 | 2.450,89 | 1.565,83 | 926,72 | 5.104,07 |
| Moscatel de Alejandria | 144,13 | 1.128,60 | 1.533,29 | 2.194,94 | 5.000,96 |
| Merseguera | 1,62 | 92,04 | 342,86 | 1.569,73 | 2.006,25 |
| Chardonnay | 67,74 | 354,73 | 286,82 | 12,65 | 721,94 |
| Planta nova | 6,72 | 38,25 | 107,18 | 556,94 | 709,09 |
| Alarije | 2,09 | 24,22 | 163,47 | 431,06 | 620,84 |
| Sauvignon blanc | 25,52 | 101,69 | 136,92 | 0,45 | 264,58 |
| Tortosina | 0,00 | 2,97 | 11,13 | 188,69 | 202,79 |
| Xarello | 2,14 | 97,44 | 45,98 | 0,00 | 145,56 |
| Alicante branco | 0,05 | 1,45 | 13,59 | 121,86 | 136,95 |
| Pedro Ximenez | 0,70 | 1,03 | 30,56 | 72,73 | 105,02 |
| Viognier | 9,68 | 81,06 | 12,20 | 0,00 | 102,94 |
| Airen | 3,33 | 19,93 | 23,58 | 49,13 | 95,97 |
| Otras variedades de blanco | 2,96 | 20,73 | 37,13 | 28,02 | 88,84 |
| Verdejo blanco | 3,94 | 13,64 | 14,21 | 0,00 | 31,79 |
| Garnacha blanca | 7,83 | 11,11 | 0,44 | 2,33 | 21,71 |
| Albarino | 13,27 | 4,27 | 2,33 | 0,08 | 19,95 |
| Moscatel de grano menudo | 0,12 | 2,57 | 2,42 | 12,84 | 17,95 |
| Riesling | 0,84 | 14,06 | 2,42 | 0,00 | 17,32 |
| Semillon | 0,00 | 4,98 | 6,36 | 1,94 | 13,28 |
| Parellada | 0,00 | 0,58 | 9,92 | 1,81 | 12,31 |
| Pardillo | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 5,32 | 5,32 |
| Calagrano | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 3,33 | 3,33 |
| Malvasia | 0,00 | 0,00 | 2,19 | 0,00 | 2,19 |
| Chasselas | 0,00 | 1,85 | 0,00 | 0,00 | 1,85 |
| Godello | 0,00 | 0,00 | 1,04 | 0,29 | 1,33 |
| Muscat of Alexandria | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,87 | 0,87 |
| Pardina | 0,00 | 0,00 | 0,74 | 0,00 | 0,74 |
| Blanca cayetana | 0,00 | 0,00 | 0,39 | 0,00 | 0,39 |
| Zalema | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,31 | 0,31 |
| Carignan blanc | 0,00 | 0,00 | 0,25 | 0,00 | 0,25 |
| Palomino superior | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,16 | 0,16 |
| Total principales variedades de otras | 0,00 | 20,90 | 6,90 | 0,00 | 27,80 |
| Gewurztraminer | 0,00 | 20,90 | 6,74 | 0,00 | 27,64 |
| Otras variedades de otras | 0,00 | 0,00 | 0,16 | 0,00 | 0,16 |

- ... de las que la Bobal supone un 40%
- Seguida en importancia por la Tempranillo, la Monastrell entre las tintas
- La Macabeo y la Moscatel entre las blancas

Requena en el mundo del vino

Comunidad Valenciana



42.077

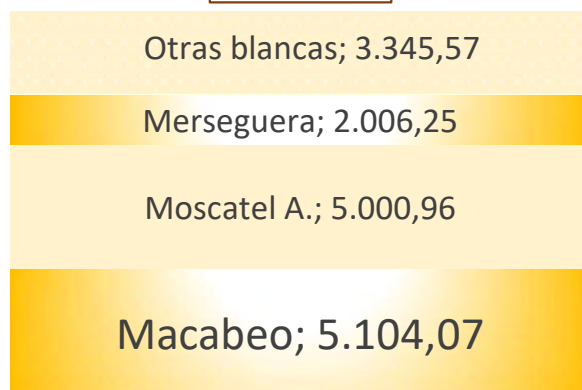


Distribución del viñedo de la Cdad Valenciana por variedades

(MAPA Encuestas viñedo 2020)



15.457



1.230



Tintas

Blancas

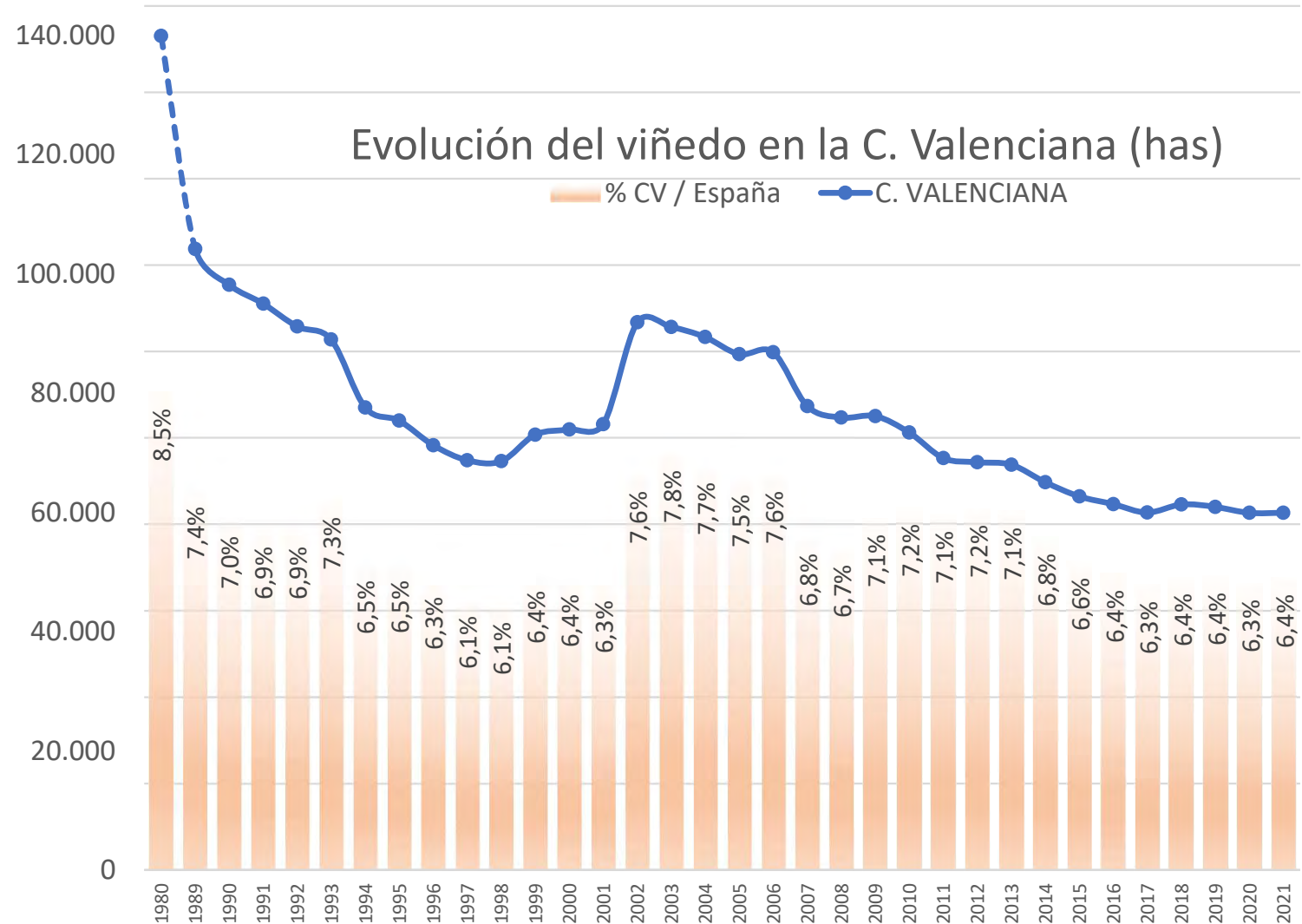
Otras

Requena en el mundo del vino

Comunidad Valenciana

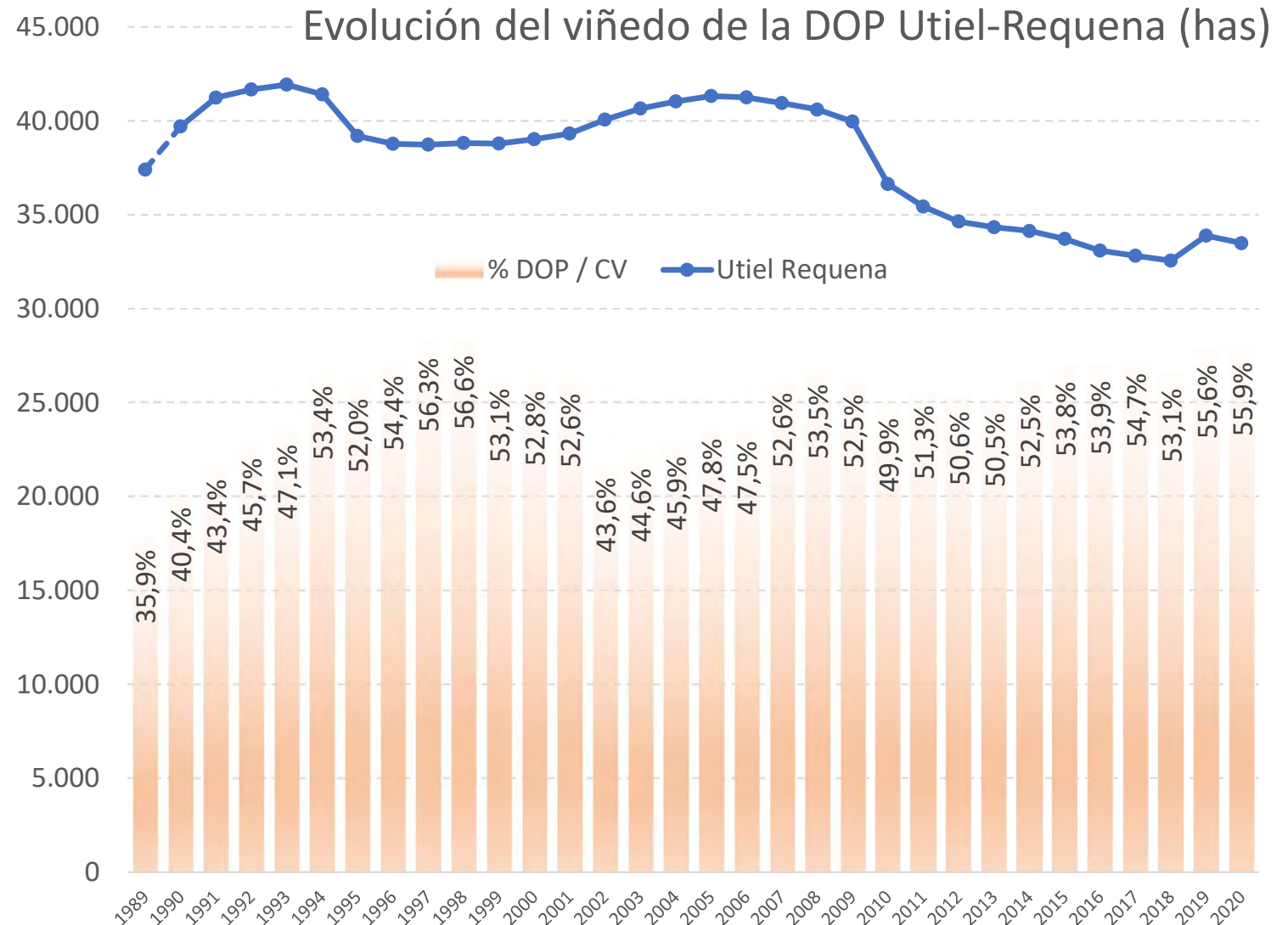
Viñedo de la C. Valenciana que, como el nacional, ha ido disminuyendo en los últimos años,

- ❑ desde las más de 140.000 ha de 1980
- ❑ Hasta las 60.000 ha actuales en la C.V.
- ❑ Tras el repunte de principios de siglo
- ❑ Aunque manteniéndose sobre el 6,5% del total del viñedo nacional desde 2015
- ❑ Con cierta pérdida de cuota desde 2003.



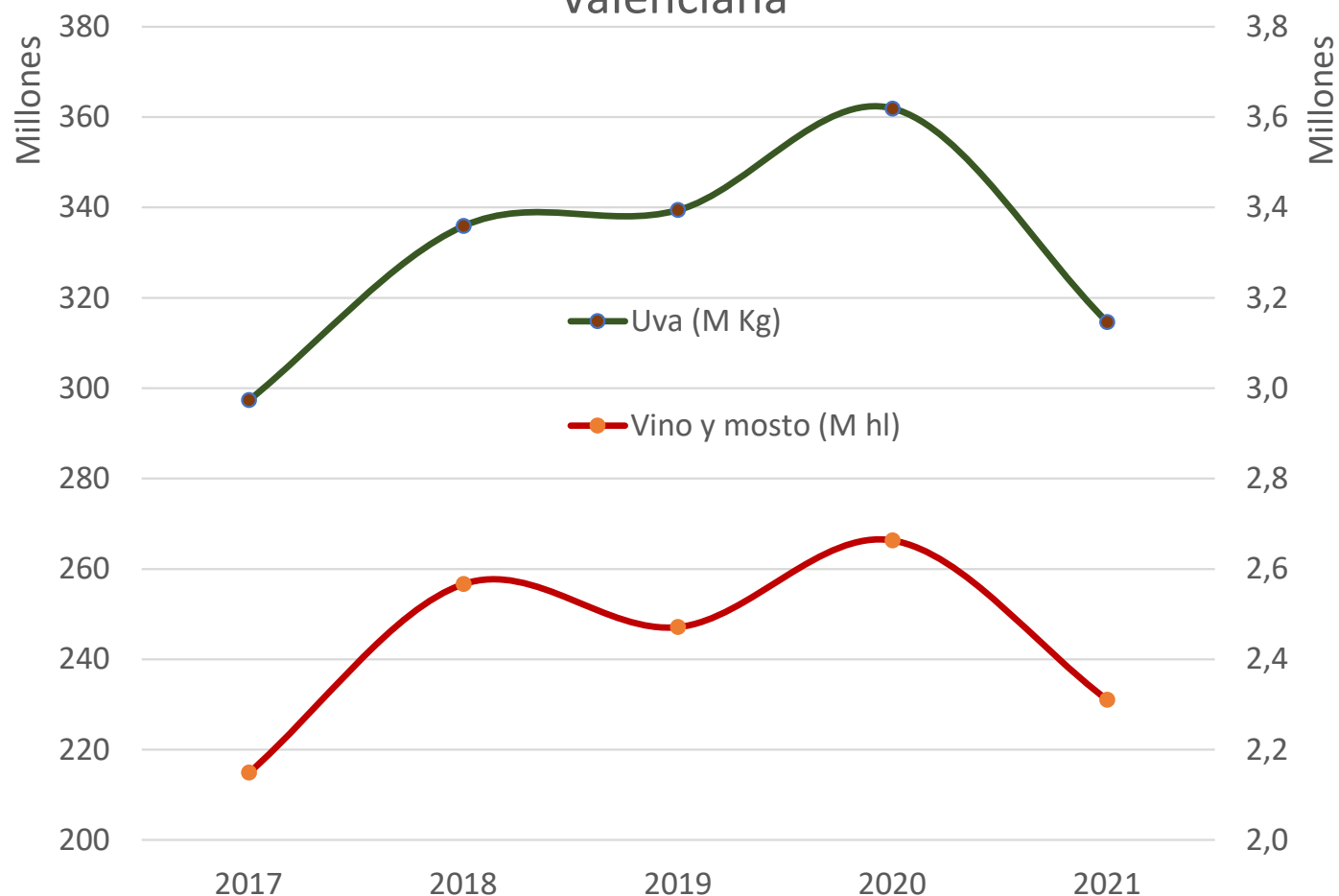
Cómo ha ido cayendo, aunque menos, la superficie de viñedo de la DOP Utiel - Requena

- ❑ Que se mantuvo desde los años '90 sobre las 40.000 has
- ❑ Para descender en tiempos más recientes (2008 -2012) hacia las 32.000 has, subiendo a las 33.000 ha en los últimos años...
- ❑ ... mientras la superficie en el conjunto de la C.V. ha seguido cayendo, lo que eleva el porcentaje de U-R a casi el 56% del total autonómico.



Un viñedo, con el que elaborar distintos tipos de vinos y productos

Producción de uva y vino + mosto en la Comunidad Valenciana



En los últimos años¹ y con la variabilidad propia del sector, la Comunidad Valenciana

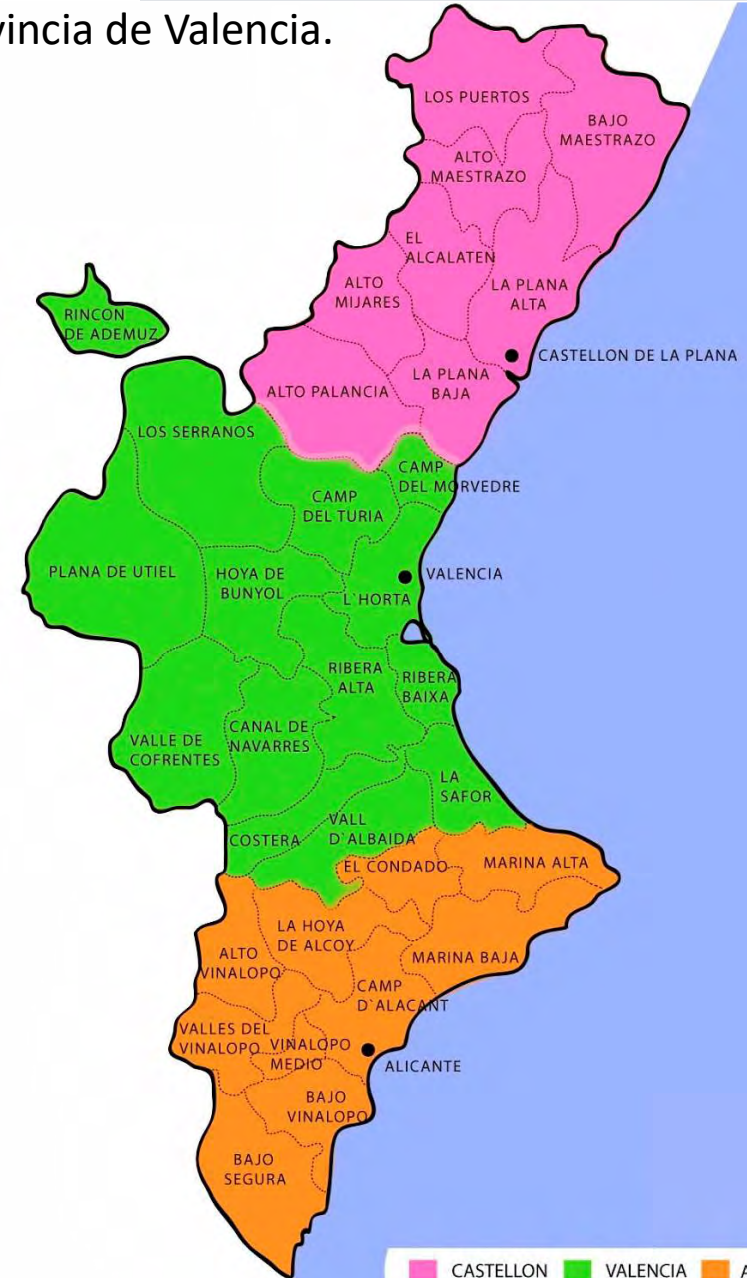
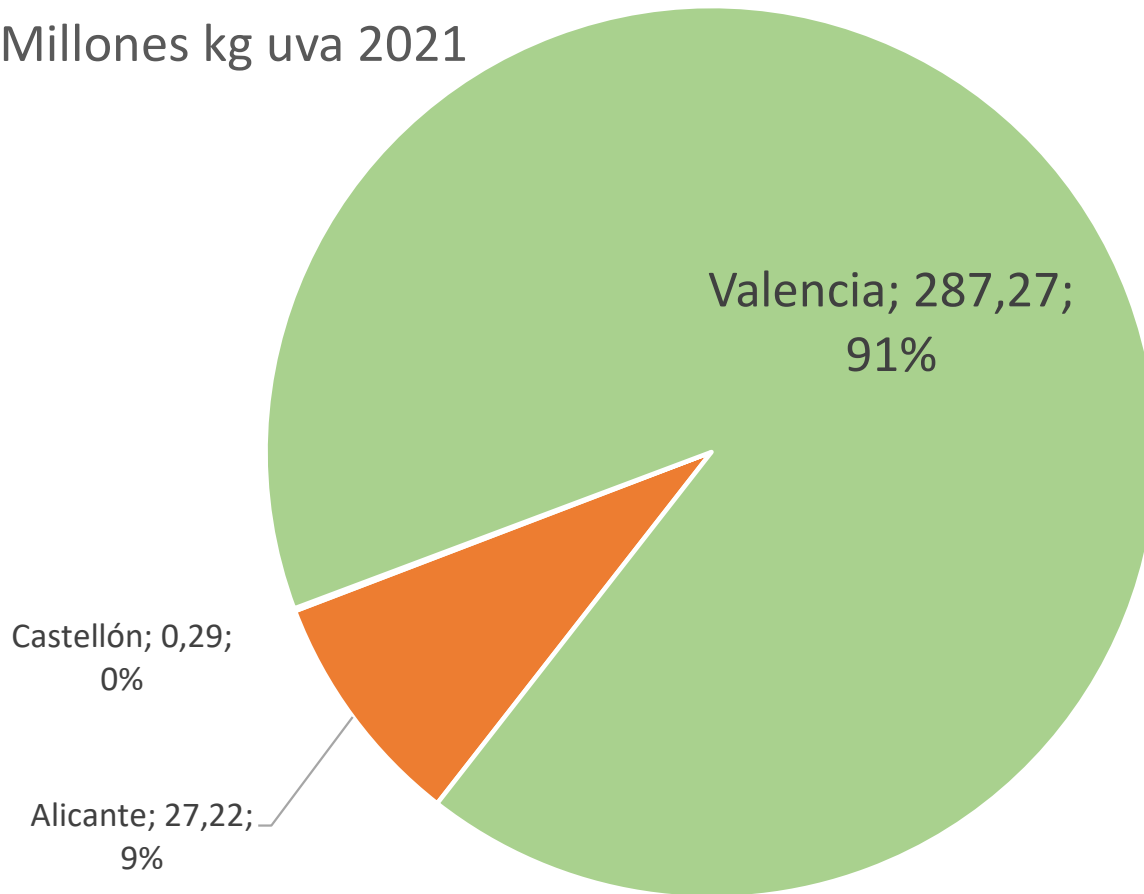
- ❖ ha producido una media de 330 millones de kilos de uva,
- ❖ de los que se han obtenido 2,4 millones de hectolitros de vinos y mostos,
- ❖ con un rendimiento medio del 73,7%

Requena en el mundo del vino

Comunidad Valenciana

Producción, concentrada muy mayoritariamente (91%) en la provincia de Valencia.

Millones kg uva 2021



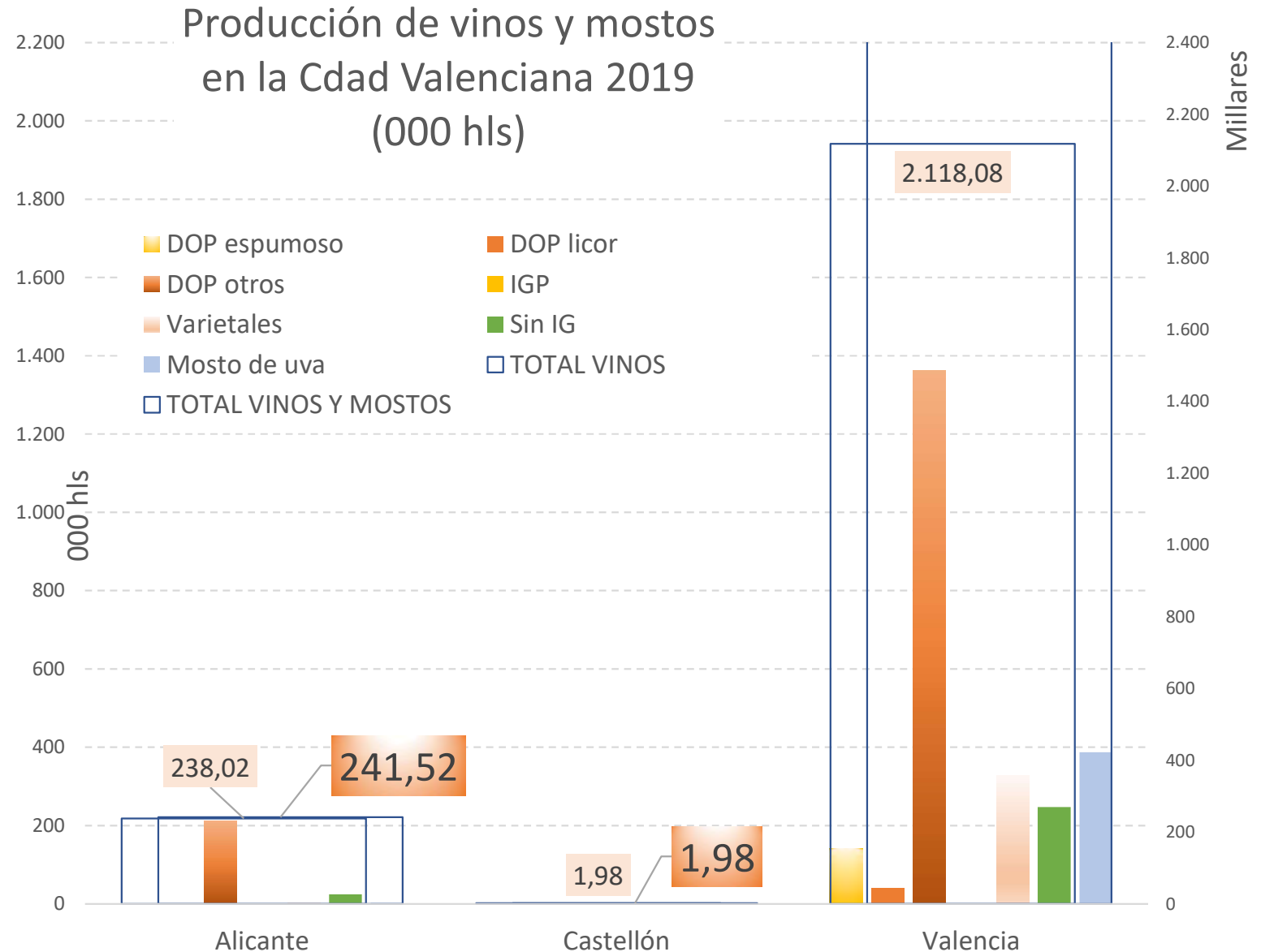
Requena en el mundo del vino

Comunidad Valenciana

Un viñedo, con el que elaborar distintos tipos de vinos y productos

Del total de 2,4 millones de hectolitros de vino y mostos obtenidos en la Cdad Valenciana en 2019 (1,4 M tintos, 0,6 M blancos y 0,2 M rosados y 0,4 M mostos),

- ❑ Valencia hizo 2,1 millones, de los que 1,4 M DOP tranquilos, 0,3 M varietales y 0,2 M sin IG
- ❑ Alicante 0,2 M principalmente DOP tranquilo tinto
- ❑ y Castellón apenas 3.400 hl



Y si Requena

- ✓ es parte esencial de la DOP Utiel-Requena
- ✓ Que conforma en gran medida la Plana de Requena
- ✓ Dentro de la provincia de Valencia
- ✓ Que es la productora esencial de vinos y mostos dentro de la Comunidad Valenciana

En comparación con el conjunto de España, la Comunidad Valenciana representa:

La Cdad. Valenciana en el vino español

...(con unas 60.000 ha de viñedo en la C. Valenciana totales, aunque algo menos si consideramos solo las de vinificación (Encuestas del viñedo 2020)):

- ❑ El 4,6% de la superficie geográfica total del país
- ❑ Un 3,9% de sus tierras de cultivo
- ❑ Pero un 9,9% de las superficies dedicadas a cultivos leñosos en España
- ❑ Y un 6,5% del total del viñedo “no de mesa”
- ❑ Gestionado en 19.320 explotaciones que equivalen al 4,0% del total nacional
- ❑ Lo que arroja un tamaño medio por explotación de más de 3 hectáreas para la Cdad Valenciana, frente a las 1,88 ha de la media española; es decir, con **explotaciones medias algo mayores a la media española** (muy desvirtuada por la pequeñez de las explotaciones gallegas).

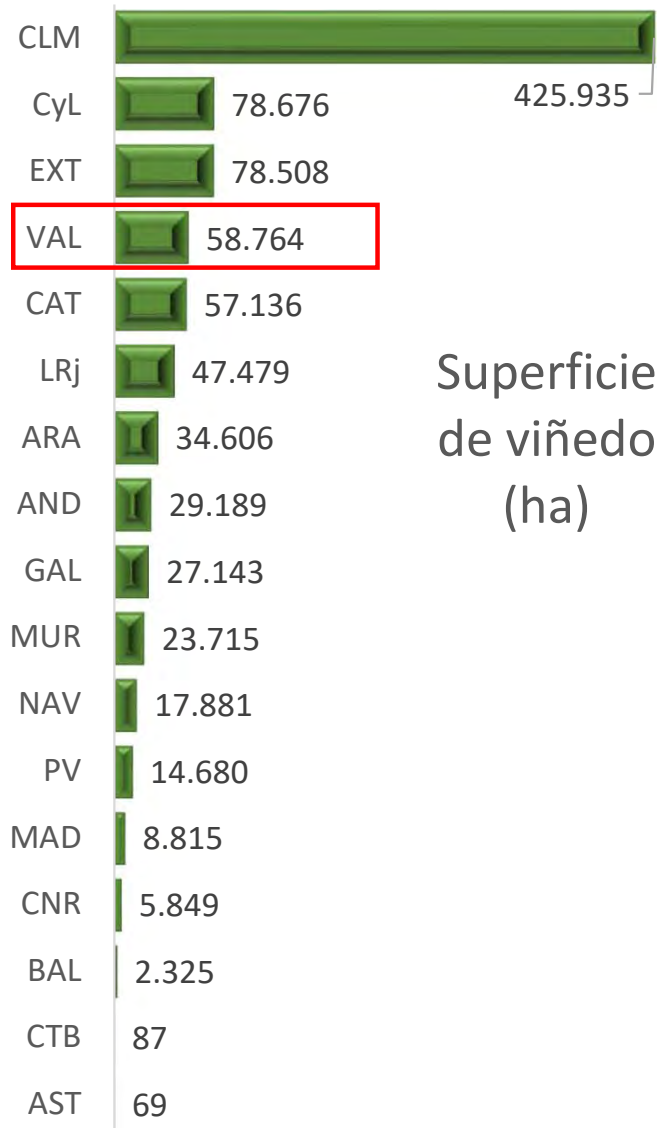


Encuestas de viñedo 2020



La Cdad. Valenciana en el vino español

La C. V. es la 4ª CCAA española por superficie de viñedo de vinificación, muy lejos de CLM que lidera el ranking.



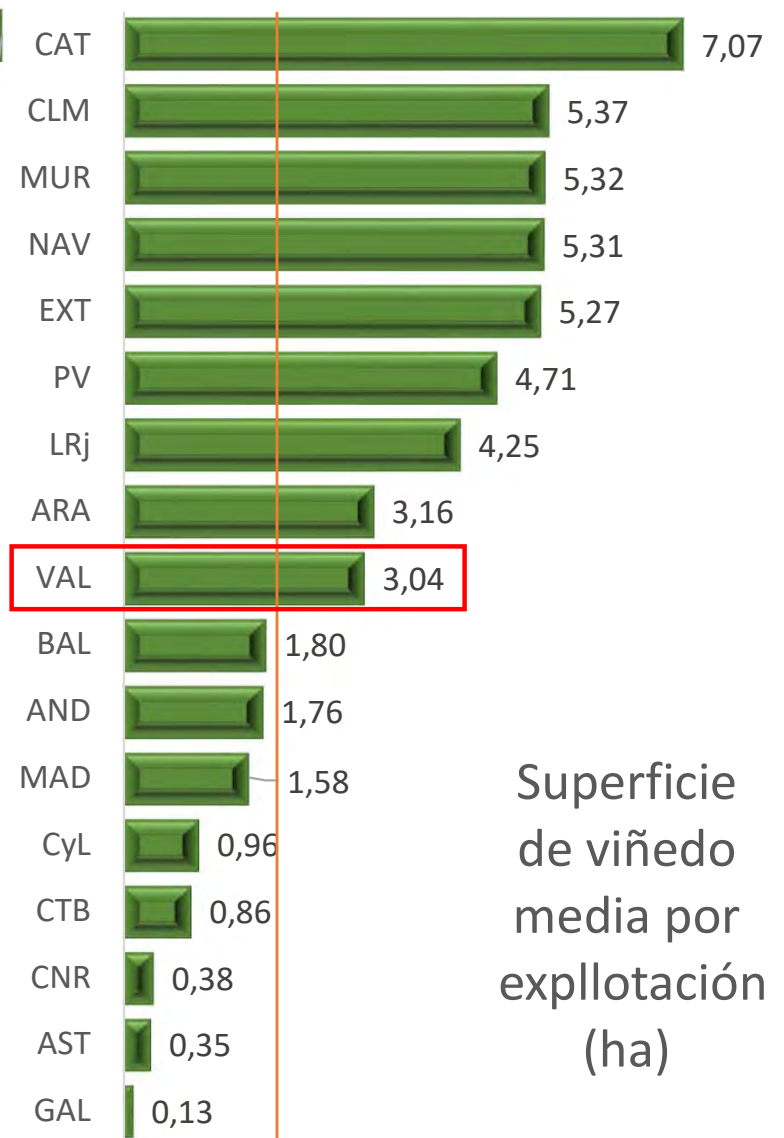
Superficie de viñedo (ha)

La 4ª por número de explotaciones, lejos de las más de 200.000 de Galicia y del gran número de las Castillas.



Nº de explotaciones

Y la 9ª por el tamaño medio de sus explotaciones, en las que el gran número de Galicia condiciona la media, aunque por encima de la media.



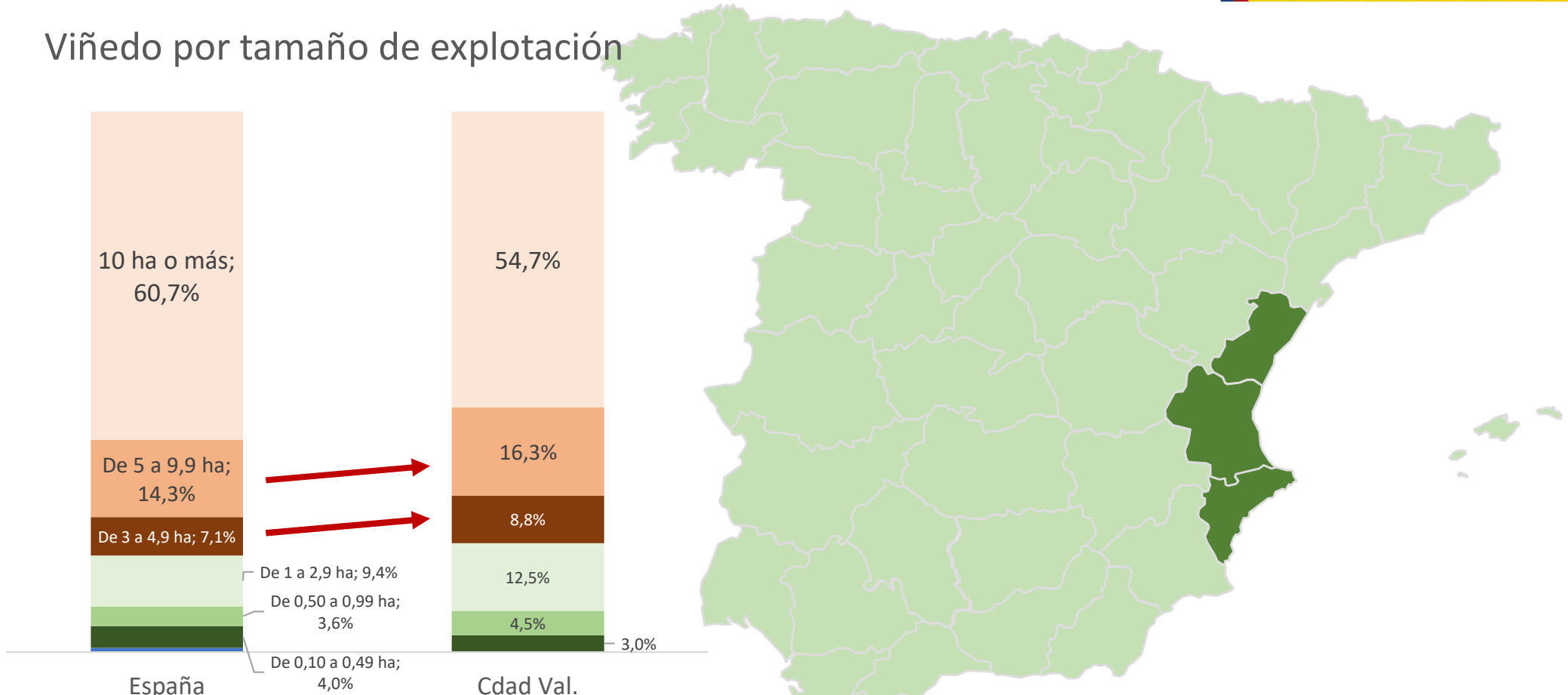
Superficie de viñedo media por explotación (ha)

La Cdad. Valenciana en el vino español

Una Cdad Valenciana, con explotaciones medias y medio grandes en comparación con el resto de España (MAPA Encuestas de viñedos 2020):



Viñedo por tamaño de explotación



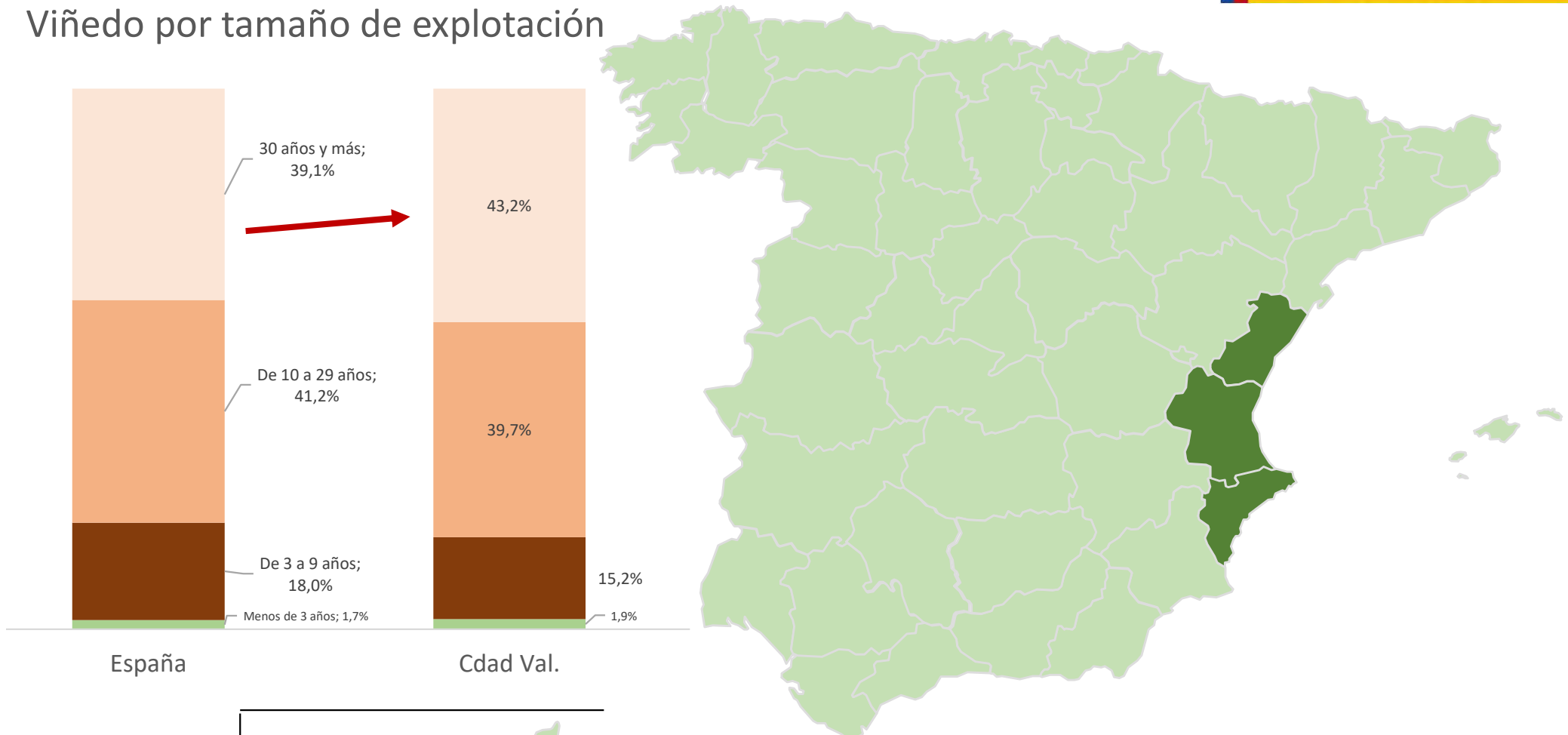
- ❑ No tanto por tener mucha superficie en grandes explotaciones (>10ha)
- ❑ sino por tener muchas explotaciones medias y medio grandes (de 0,5 ha a 10 ha)

La Cdad. Valenciana en el vino español

Y una Cdad Valenciana, con viñedo algo más viejo que en el resto de España (MAPA Encuestas de viñedos 2020):



Viñedo por tamaño de explotación

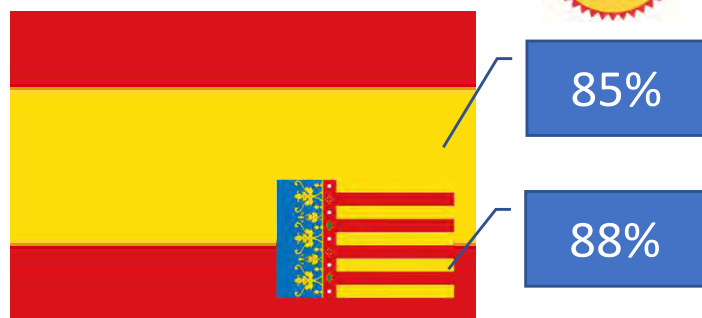


- ❑ Si en la Cdad Valenciana el viñedo de 30 años o más supone el 43% del total, en el resto de España apenas alcanza el 39%
- ❑ Mientras que el viñedo de menos de 10 años supone casi el 20% para el conjunto de España y apenas el 17% para la C.V.

La Cdad. Valenciana en el vino español

Una Comunidad Valenciana que – siempre en comparación con el resto de España - tiene:

- ❑ Casi el 88% del viñedo en DOP (51.568 ha frente al total de 58.754 ha¹) frente al 85% del conjunto de España



- ❑ Y apenas 3.924 ha que no están en producción



¹ Las cifras del MAPA sobre cultivos 2020 muestran una cantidad inferior de superficie de viñedo para la Cdad Valenciana que las de las estadísticas de ésta del 2020.

| | TIPO DE PRODUCCIÓN | Superficie | Nº de explotaciones |
|---|---|------------|---------------------|
| TOTAL España (MAPA Encuestas de Viñedos 2020) | Superf. total de viñedo (en producción/no en producción) | 910.858,75 | 483.749 |
| | Viñas en producción - Total | 846.417,88 | 466.305 |
| | Viñas en producción - Uva para vinificación - Total | 846.408,21 | 466.304 |
| | Viñas en producción - Uva para vinos DOP | 772.926,47 | 340.956 |
| | Viñas en producción - Uva para vinos IGP | 50.833,60 | 100.597 |
| | Viñas en producción - Uva para vinos no DOP o IGP | 21.806,36 | 30.356 |
| | Viñas en producción - Uva con doble propósito | 841,78 | 1.420 |
| | Viñas en producción - Pasas | 9,67 | 7 |
| | Viñas no en producción - Total | 62.959,39 | 56.648 |
| | Viñas no en producción - Uva para vinificación - Total | 62.959,39 | 56.648 |
| | Viñas no en producción - Uva para vinos DOP | 56.113,34 | 46.490 |
| | Viñas no en producción - Uva para vinos IGP | 4.360,97 | 7.965 |
| | Viñas no en producción - Uva para vinos no DOP o IGP | 2.409,20 | 2.144 |
| | Viñas no en producción - Uva con doble propósito | 75,88 | 43 |
| | Viñas no en producción - Pasas | | |
| Viñas destinadas a la propagación vegetativa | 937,03 | 329 | |
| Otras viñas no consideradas anteriormente | 544,45 | 1.971 | |
| COMUNIDAD VALENCIANA | Superficie total de viñedo (en producción/no en producción) | 58.764,04 | 19.320 |
| | Viñas en producción - Total | 53.921,90 | 18.865 |
| | Viñas en producción - Uva para vinificación - Total | 53.914,51 | 18.864 |
| | Viñas en producción - Uva para vinos DOP | 51.568,28 | 16.196 |
| | Viñas en producción - Uva para vinos IGP | 3,62 | 7 |
| | Viñas en producción - Uva para vinos no DOP o IGP | 1.684,87 | 2.545 |
| | Viñas en producción - Uva con doble propósito | 657,74 | 1.197 |
| | Viñas en producción - Pasas | 7,39 | 6 |
| | Viñas no en producción - Total | 3.924,28 | 1.582 |
| | Viñas no en producción - Uva para vinificación - Total | 3.924,28 | 1.582 |
| | Viñas no en producción - Uva para vinos DOP | 3.873,81 | 1.555 |
| | Viñas no en producción - Uva para vinos IGP | 0,46 | 1 |
| | Viñas no en producción - Uva para vinos no DOP o IGP | 47,01 | 29 |
| | Viñas no en producción - Uva con doble propósito | 3,00 | 1 |
| | Viñas no en producción - Pasas | | |
| Viñas destinadas a la propagación vegetativa | 768,09 | 270 | |
| Otras viñas no consideradas anteriormente | 149,77 | 165 | |

En definitiva,

1. El vino es fundamental para Requena
2. Requena tiene una enorme importancia en la DOP Utiel-Requena, en Cava, en la Comunidad Autónoma Valenciana, en España y en el mundo del vino

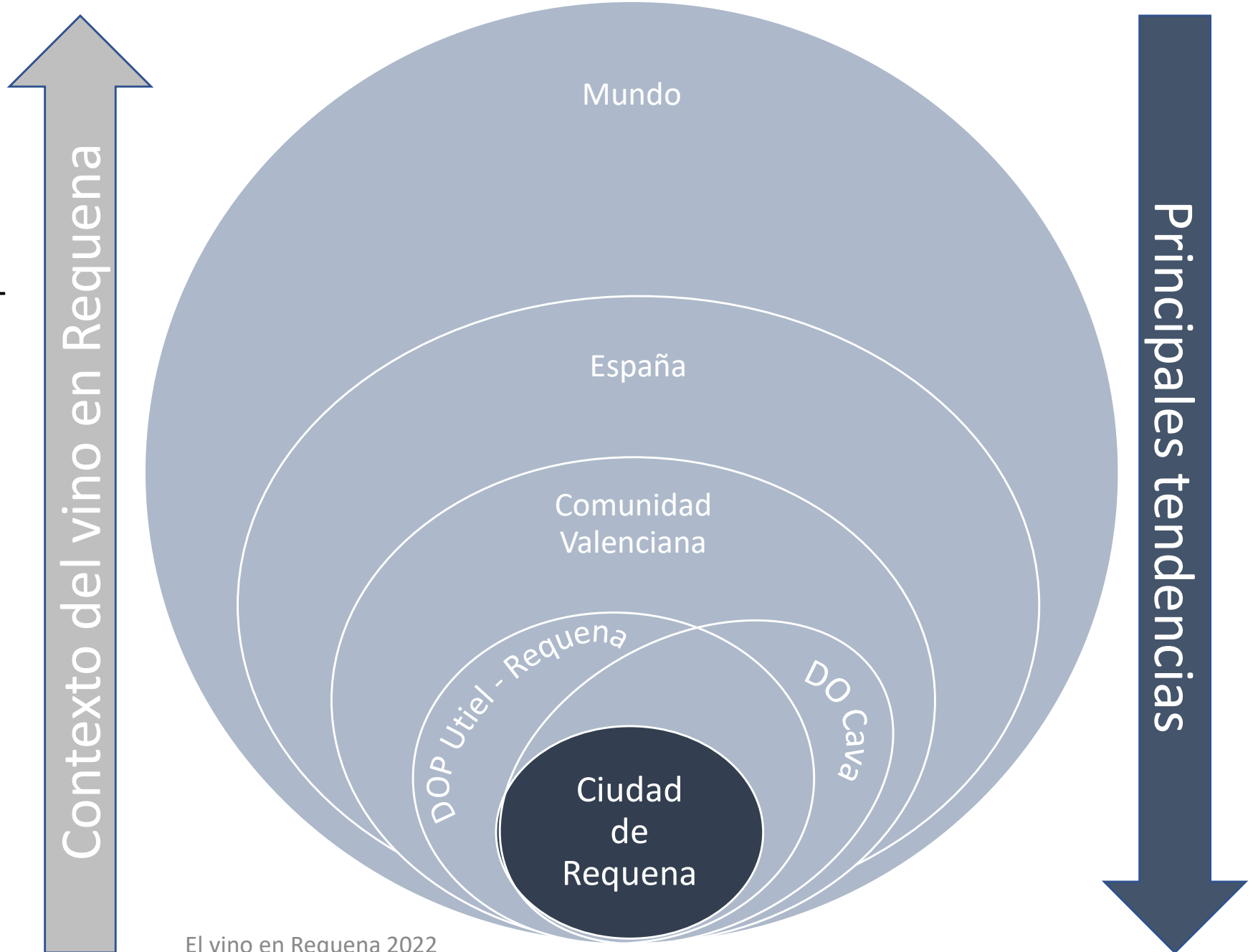
Pero,

- a. Cómo va ese sector del vino en cada uno de los ámbitos (tendencias)
- b. Qué posibilidades tiene Requena en este mundo del vino (futuro)



Planteamiento

2. Qué representa Requena en el mundo del vino



Planteamiento

1. Qué supone el vino para Requena
2. Qué representa Requena en el mundo del vino

Tendencias generales

El futuro del vino
en Requena

Propuestas y
recomendaciones

Tendencias mundiales

- Un sector del vino, a nivel mundial, que va bien, pero
- ❑ con desequilibrios entre producción y consumo
 - ❑ Cada vez más globalizado, donde se deslocaliza el consumo
 - ❑ Cada vez más polarizado
 - ❑ Donde la distribución se convierte en factor esencial
 - ❑ Y con fuertes desafíos recientes, a los que se va respondiendo bien

Un buen contexto mundial

Algunos datos clave del sector vitivinícola mundial



Viñedo plantado en el mundo

7,3 M has

Es.
2021

-0,2%



Total producción mundial de vino

260 M hl

Es.
2021

-4%



Estimación consumo mundial

236 M hl

Es.
2021

-3%



Exportaciones mundiales de vino

109,8 M hl

Est TAM
mar '22

+5,3%

35.320 M €

+17,6%

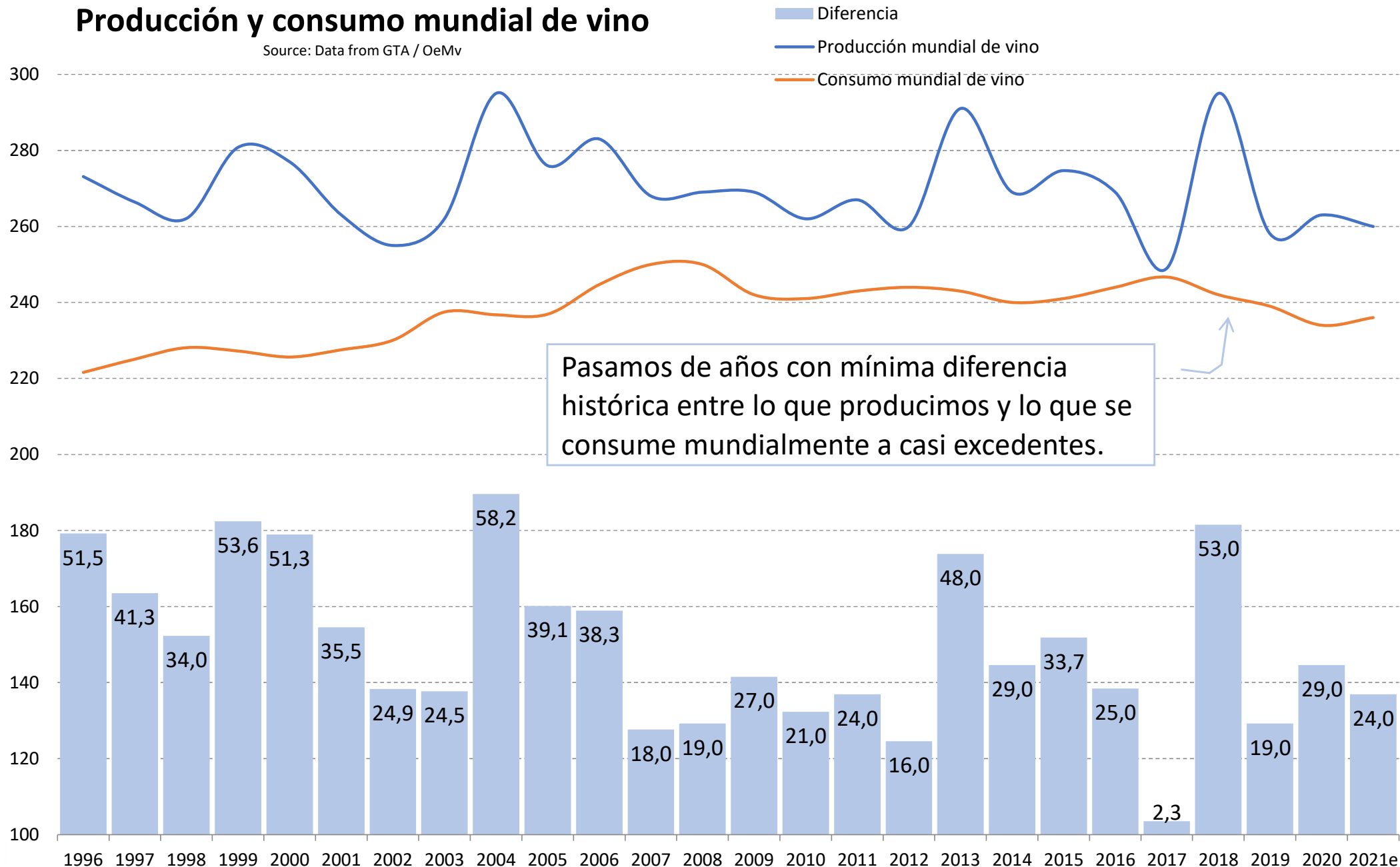


Un comercio en aumento, para una producción variable y a la baja en 2021, pero cambiando de consumidores.

Con desequilibrios entre producción y consumo

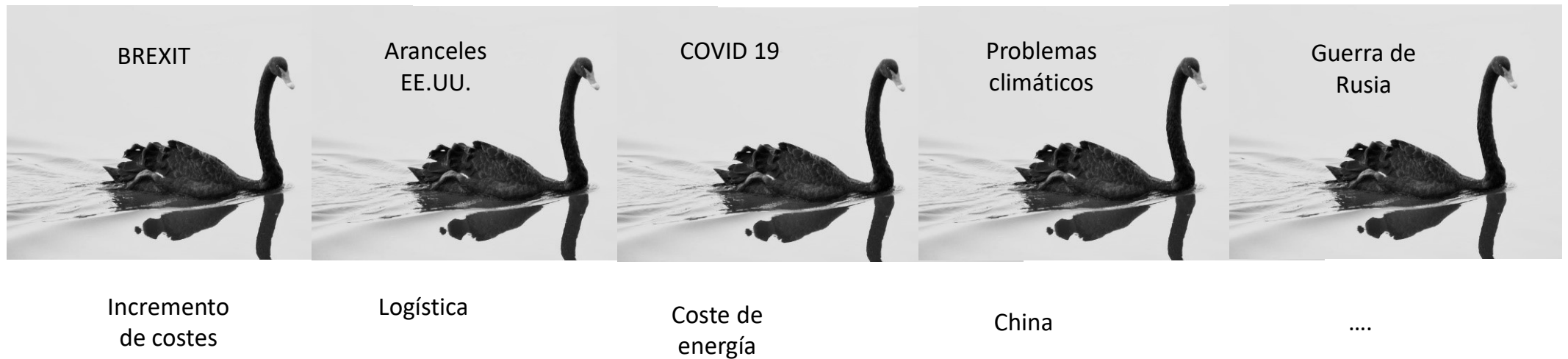
Producción y consumo mundial de vino

Source: Data from GTA / OeMV



El sector mundial del vino

Un sector mundial del vino, que además de sus características – y variabilidad – internas, está sometido en tiempos recientes a una sucesión de “cisnes negros”.



Con desequilibrios entre producción y consumo



¿Hacia el equilibrio?

Pasamos de estar en situación de escasez a excedentes

- ¿Aprendemos a limitar las fluctuaciones de producción?
- Y esa estabilidad es esencial para generar valor
- El mundo depende mucho de la estabilidad en España
- En España:
 - Donde rigen las DOPs, la fluctuación es menor
 - Y se han generalizado las carteras diversificadas
- OJO!! Los excesos se transmiten a todos

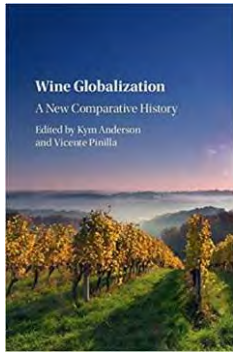
Rentabilidad

Imagen

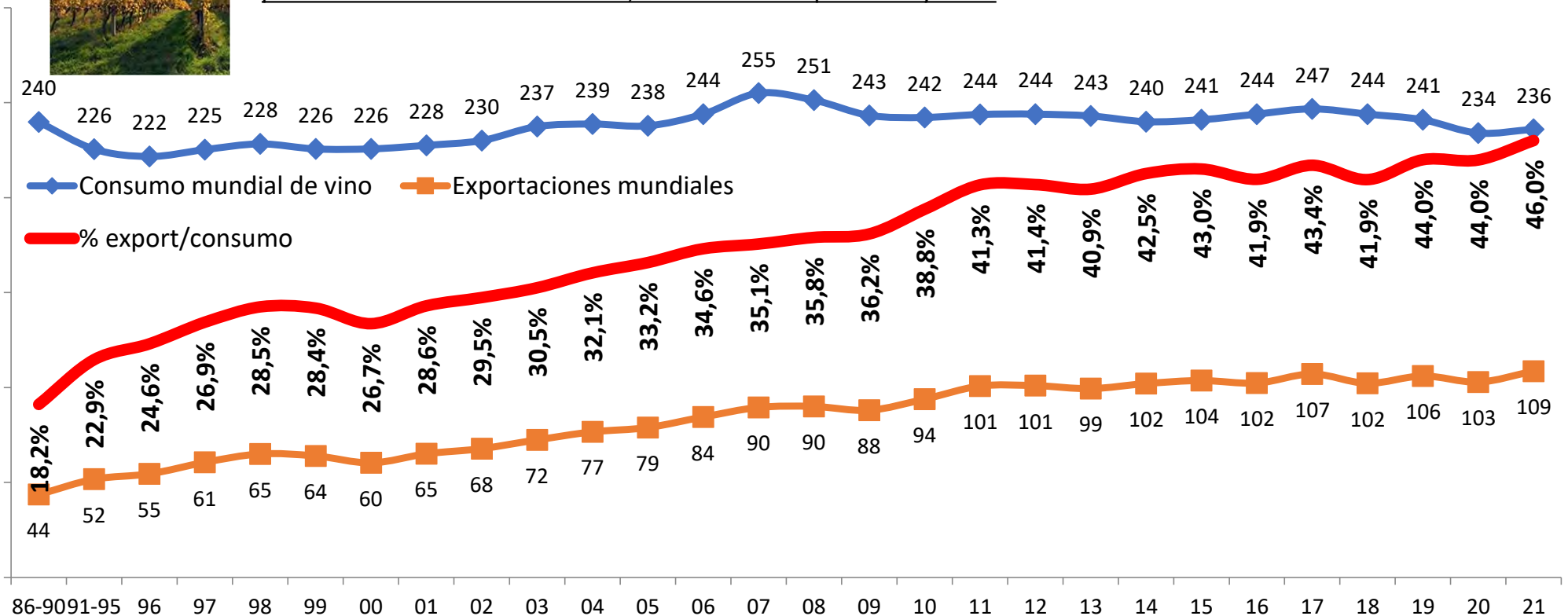
MENTALIZACIÓN

- ❖ No por producir más vamos a ganar más
- ❖ La clave está en cómo vendemos

Un mundo cada vez más globalizado



EL CONTEXTO: Considering Algeria in the XIX century as part of France, “the share of global wine production that was exported was no higher at the end of the first globalization wave [WWI] – nor indeed in 1960 – than it was in 1860, at around 5 percent. By contrast, exports as a share of global wine production grew from 5 percent to 15 percent between 1960 and 1990, and then to 40 percent by 2012”



Tras al pandemia, sigue subiendo la proporción del consumo mundial que proviene de exportaciones → consumidores en lugares diferentes a los países de producción.

Mayor globalización

En perspectiva histórica, la globalización del consumo de vino es algo relativamente reciente

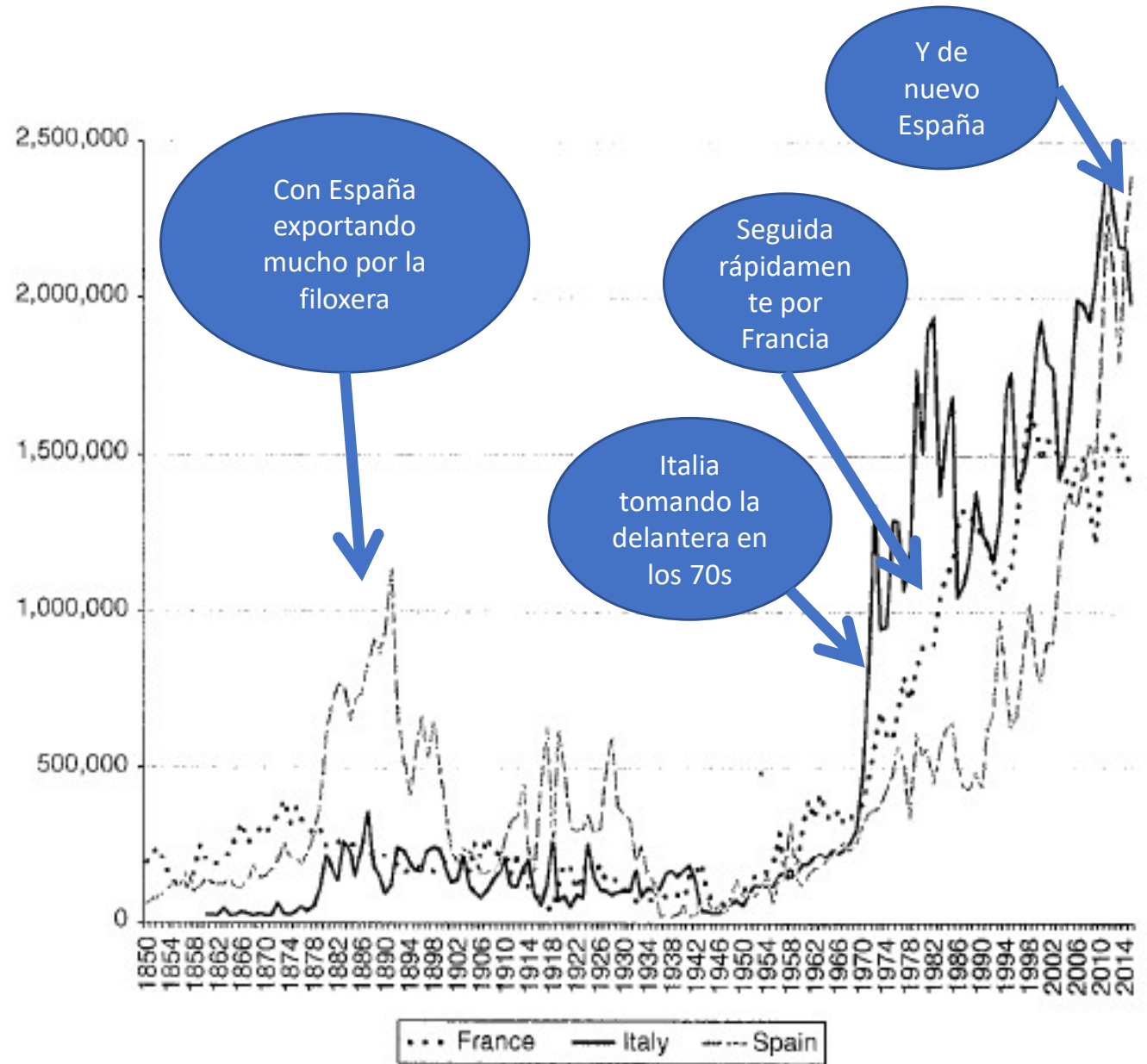
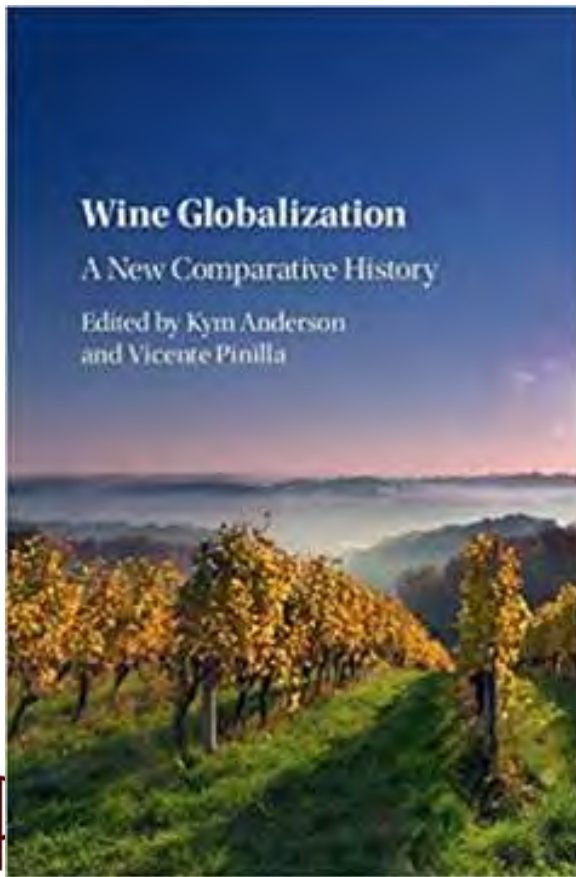
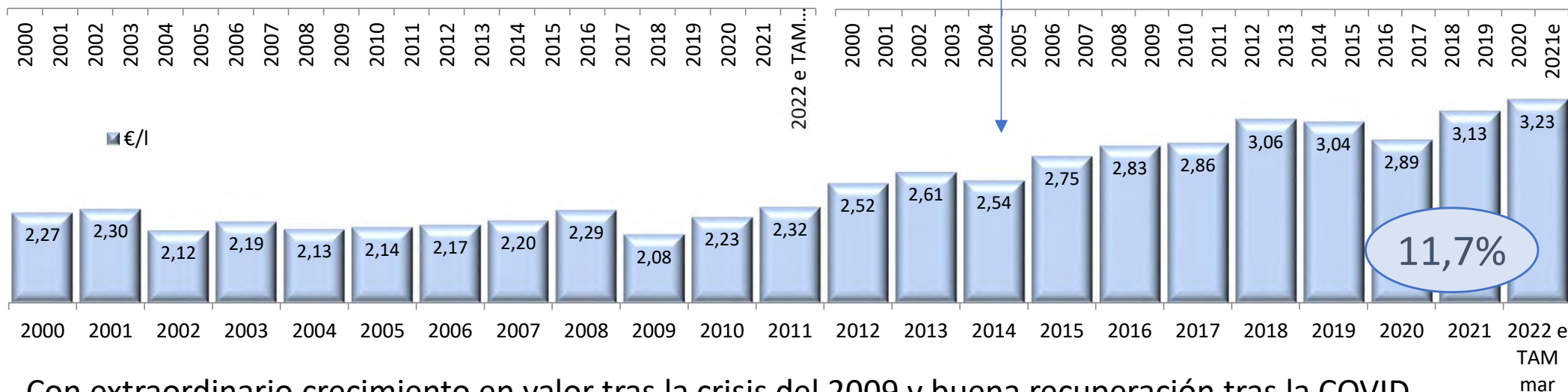
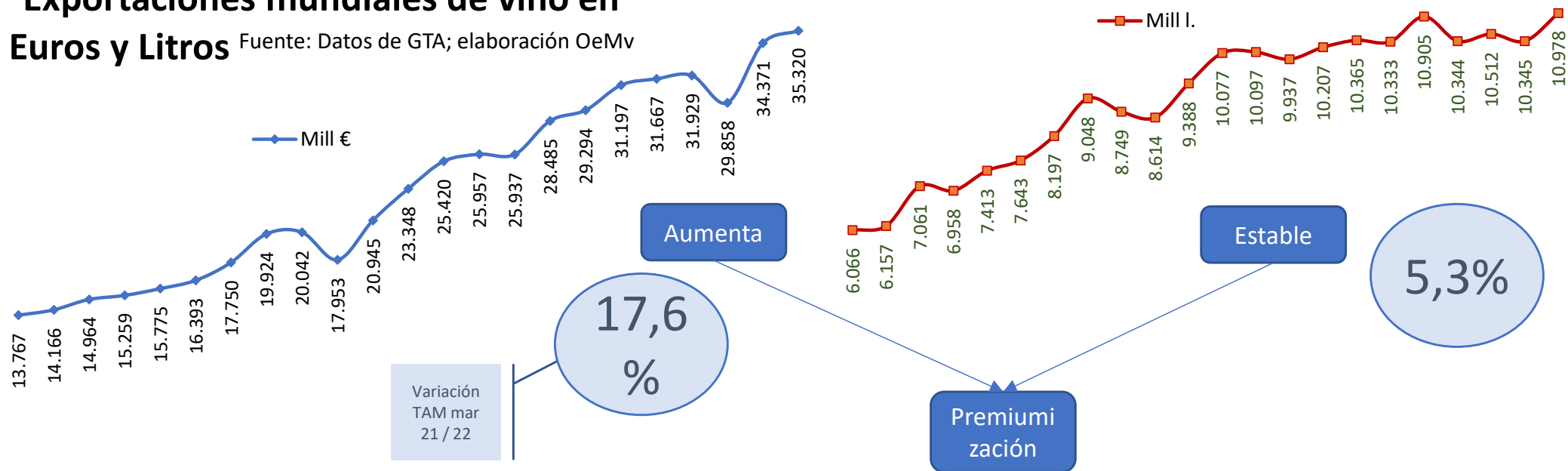


Figure 8.7 Volume of wine exports, Spain, France, and Italy, 1850 to 2015 (KL).
Source: Anderson and Pinilla (2017).

Donde crecen las exportaciones mundiales

Exportaciones mundiales de vino en Euros y Litros

Fuente: Datos de GTA; elaboración OeMv

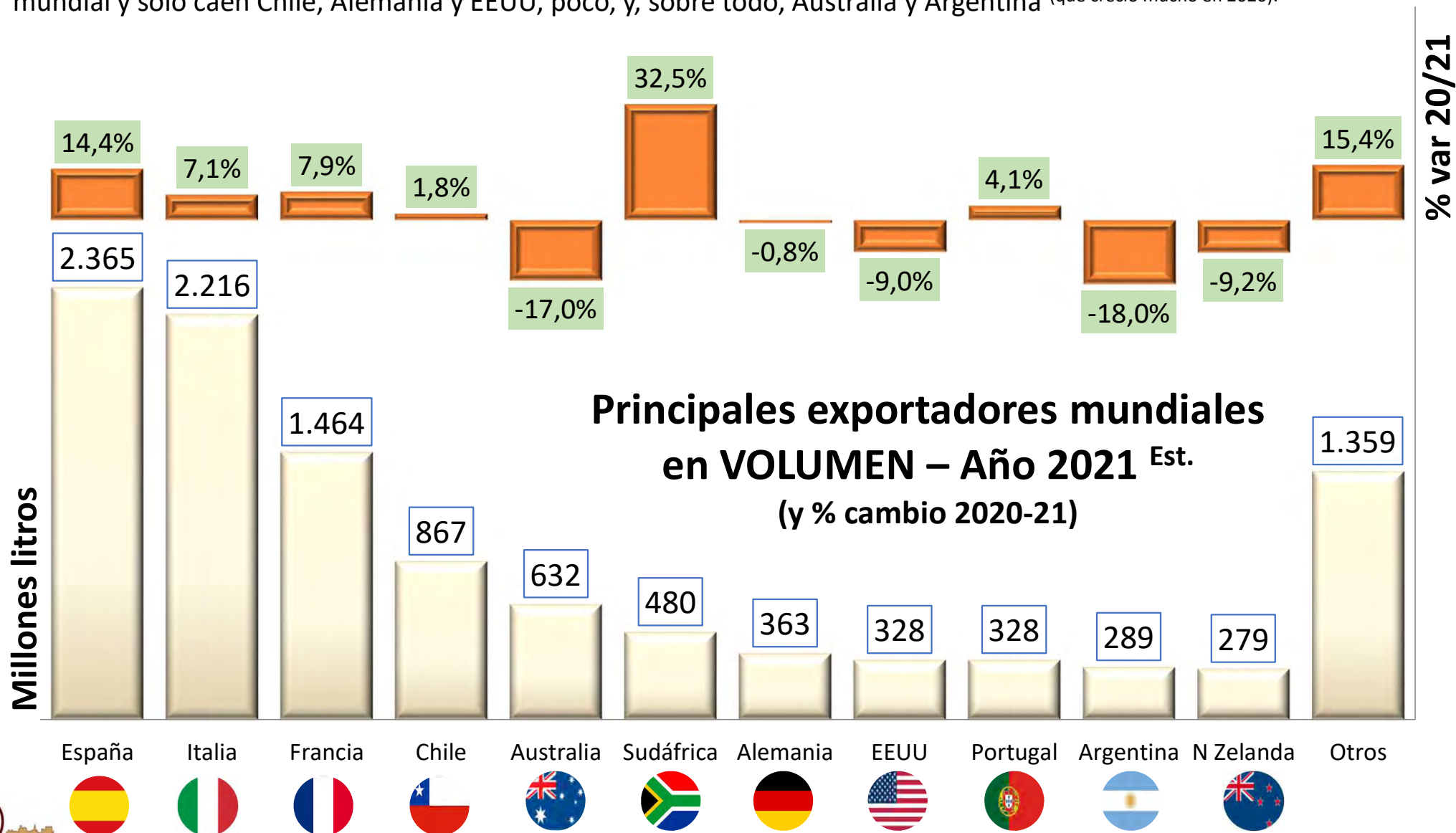


Con extraordinario crecimiento en valor tras la crisis del 2009 y buena recuperación tras la COVID
 Pero un volumen mucho más estable y creciendo también menos ahora
 Lo que lleva a destacar el aumento de precios medios

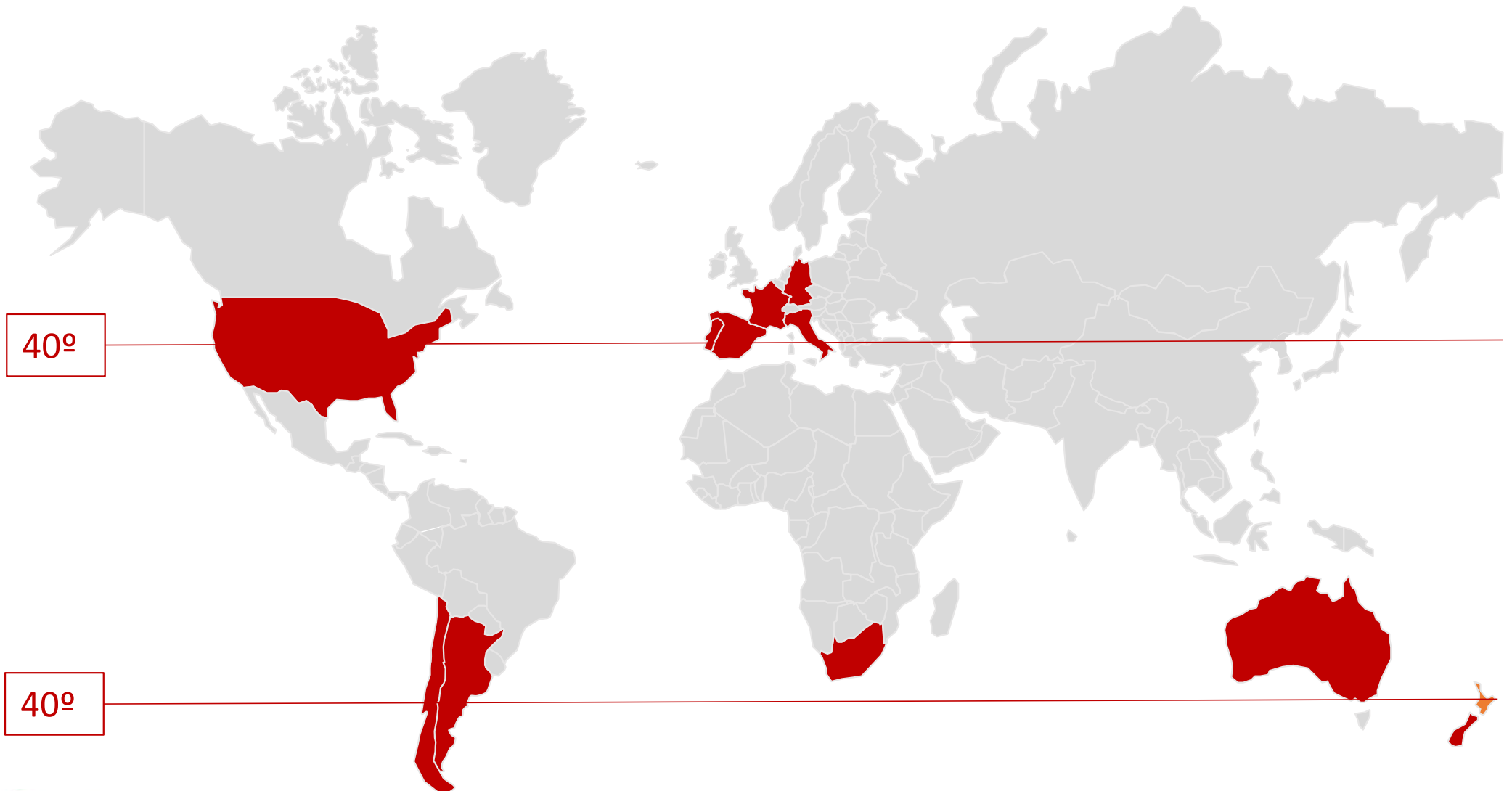
No se vende mucho más, pero se vende mejor.

¿Quiénes son los principales exportadores? ¿Cómo les ha ido?

El pasado año (a sep), ha sido un buen ejercicio para muchos, España vuelve a superar a Italia como mayor exportador mundial y solo caen Chile, Alemania y EEUU, poco, y, sobre todo, Australia y Argentina (que creció mucho en 2020).



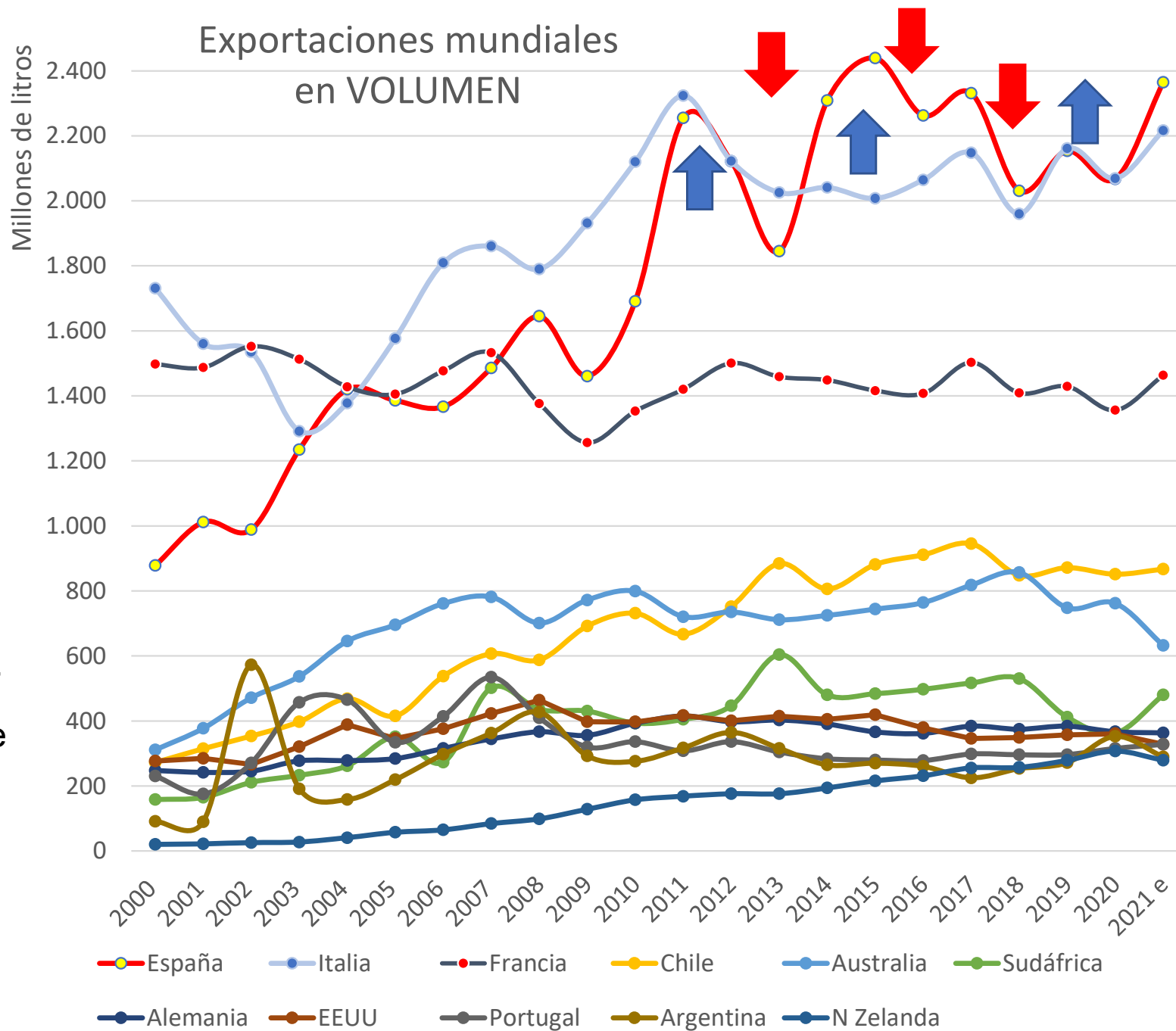
En mapa, comprobamos los dos hemisferios y la concentración alrededor de los paralelos 40º



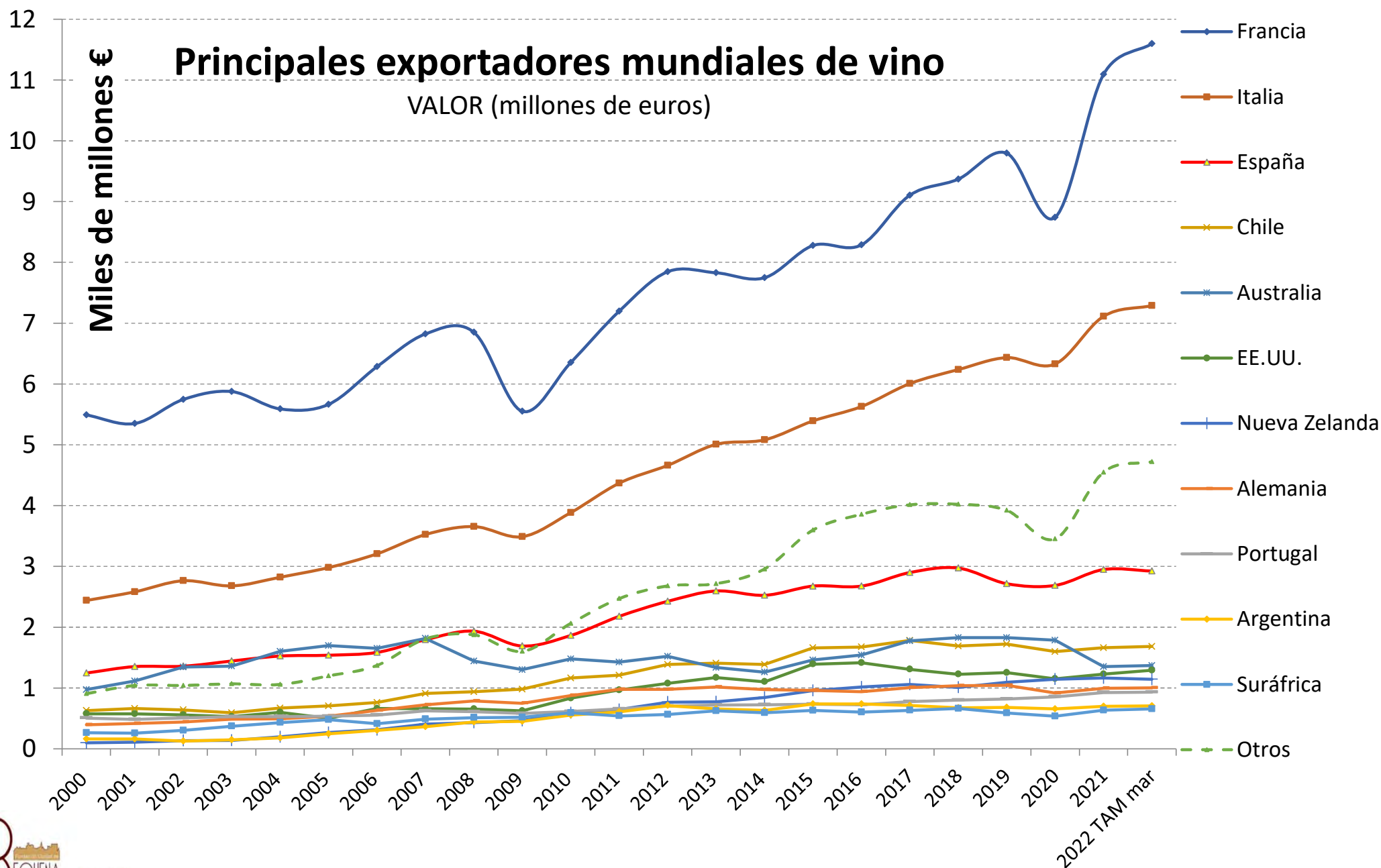
El vino en el mundo

Principales Exportadores Mundiales - VOLUMEN

Es, sobre todo, España quien está marcando las diferencias en volumen estos últimos años (+/- 6 M HI), y quien las seguirá marcando en el futuro, frente a la estabilidad de Francia e Italia.

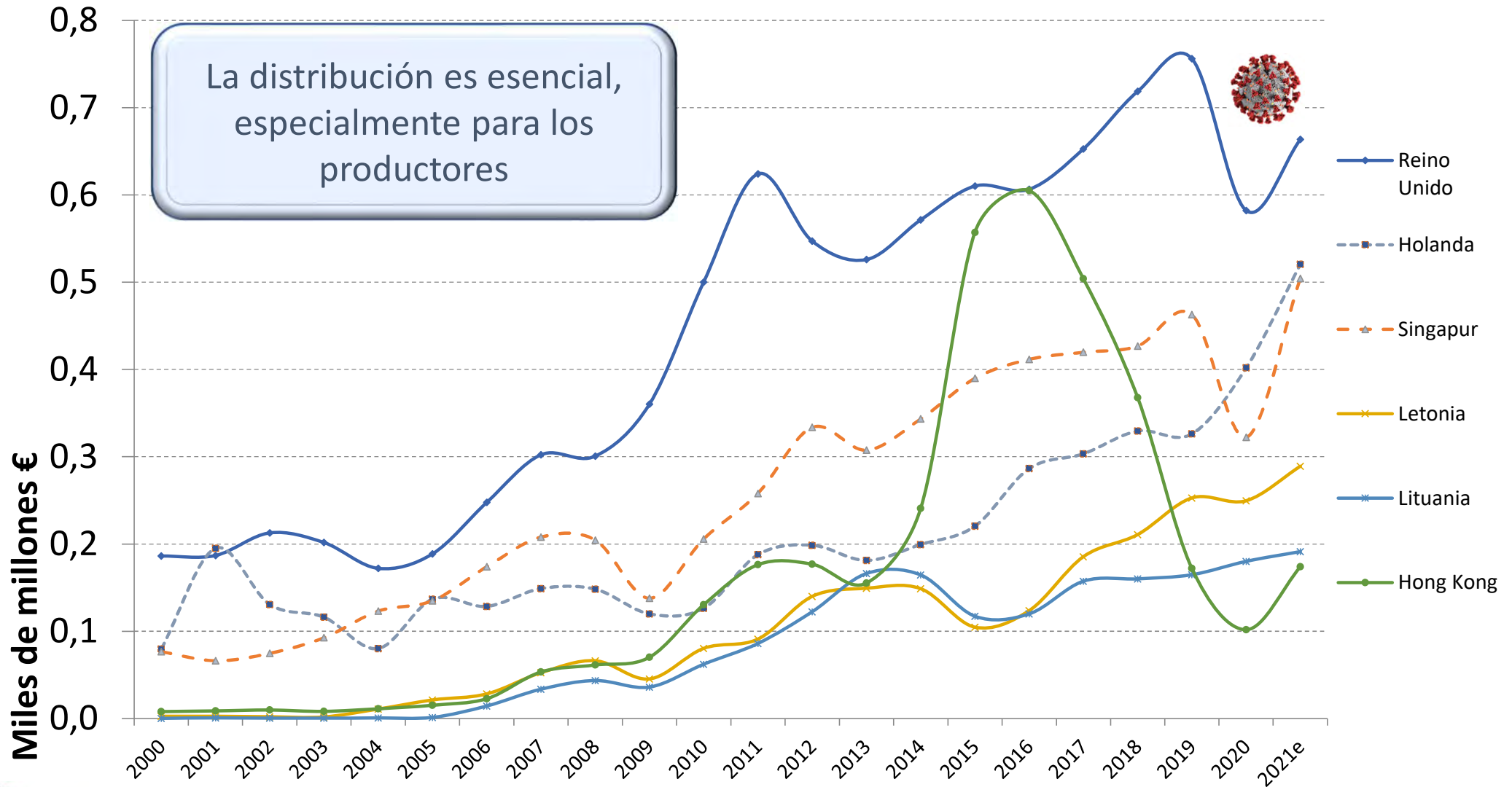


En valor, las diferencias son extraordinarias, con Francia suponiendo un tercio del total.



“Donde la distribución se convierte en factor esencial”

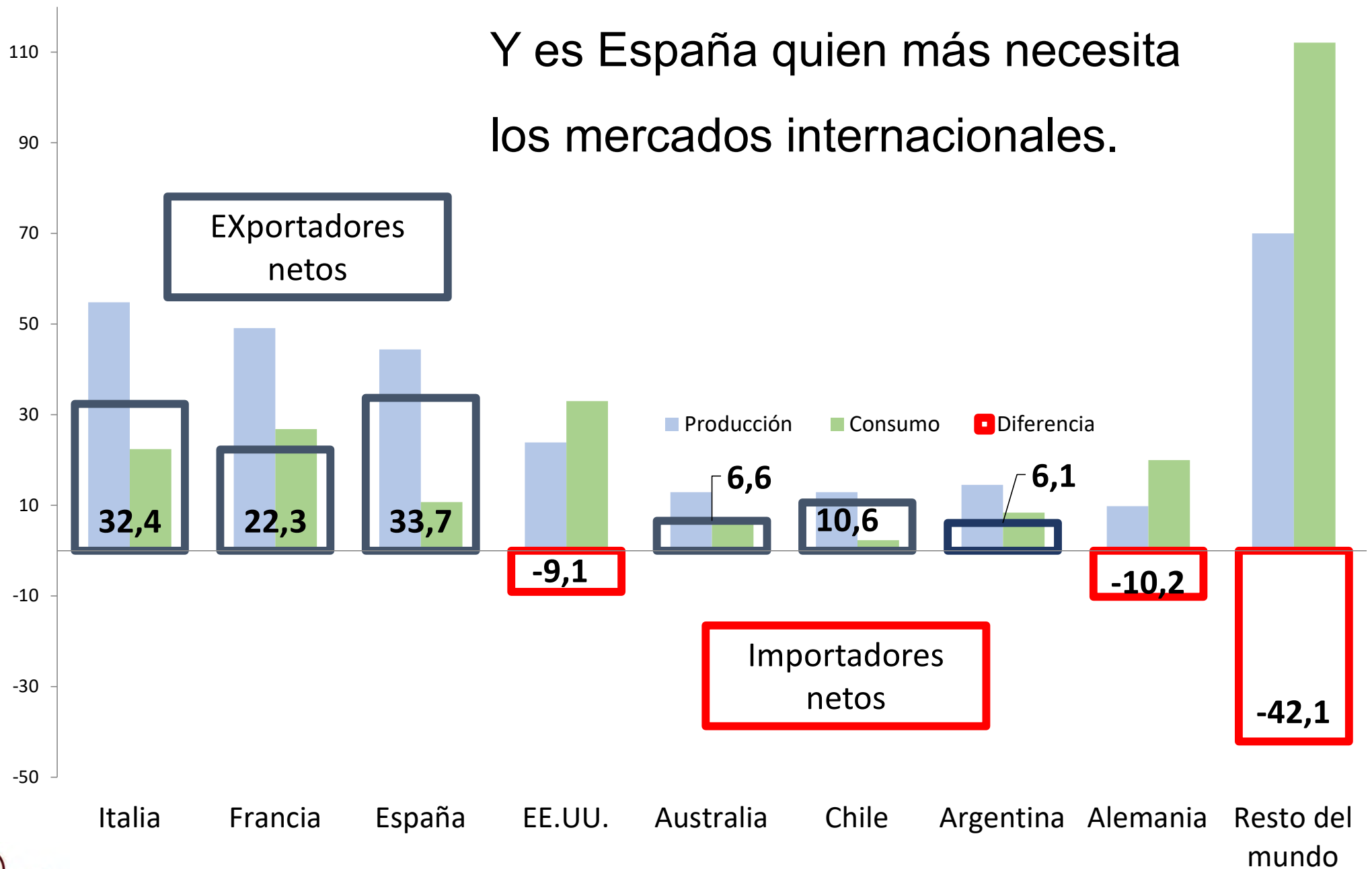
El papel de los “distribuidores”: ... más allá de los principales 11 exportadores (en el caso de UK undécimo, por delante de Sudáfrica en valor) algunos países actúan como distribuidores al mundo (UK), a Japón (Singapur), a China y Asia (HK) o a Rusia (Lituania y Letonia)



Pero Singapur y HK se hundieron en 2020.

Propensión exportadora

Y es España quien más necesita los mercados internacionales.

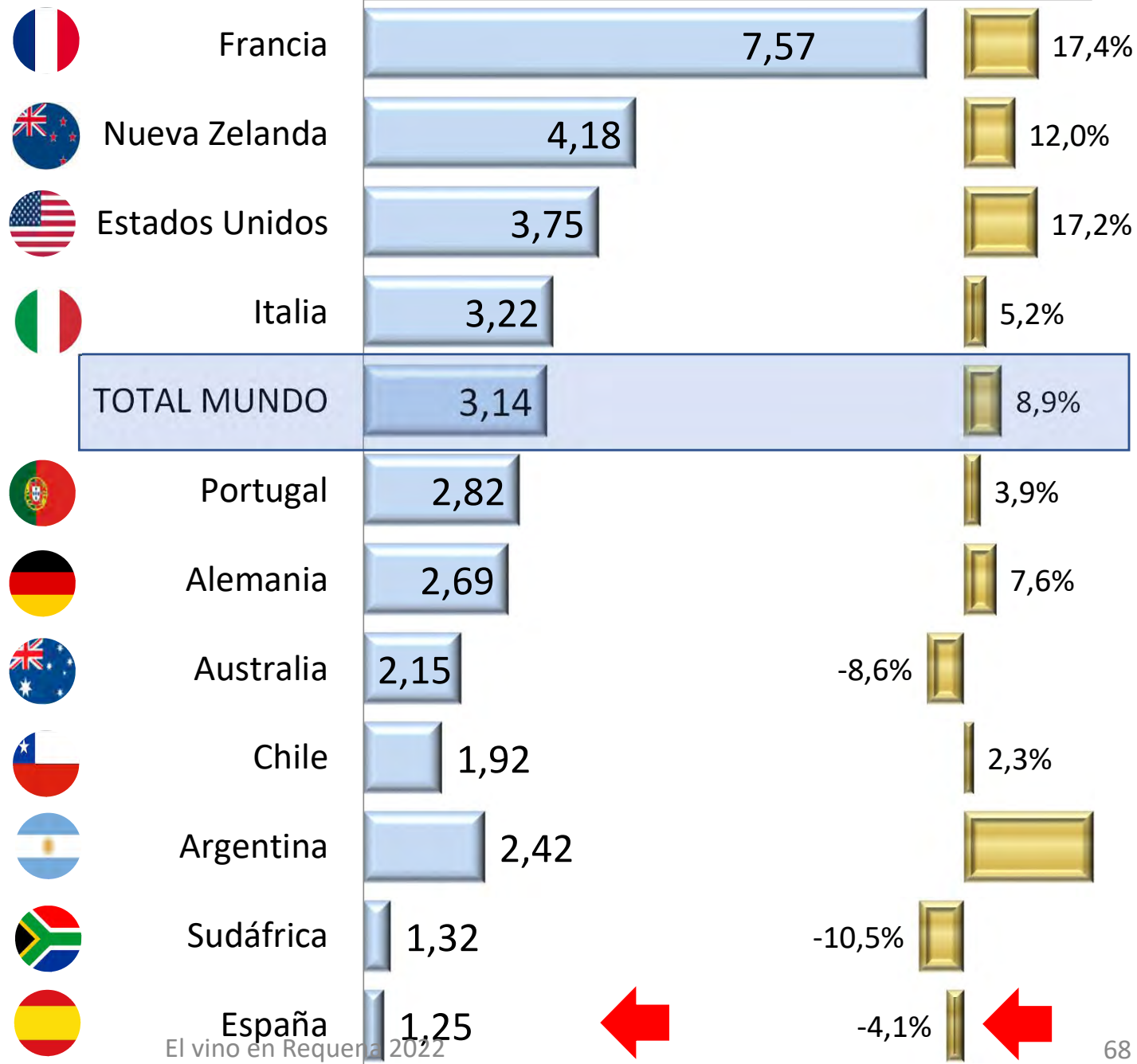


Variación del precio medio 2021e % chg

Los precios mundiales de exportación de vinos y mostos son liderados por Francia con clara ventaja frente al resto.

España vuelve al último lugar tras Sudáfrica, y baja precios en 2021.

Los desequilibrios en la producción y la composición de en nuestra cartera afectan a nuestras ventas, nuestros precios y nuestra imagen

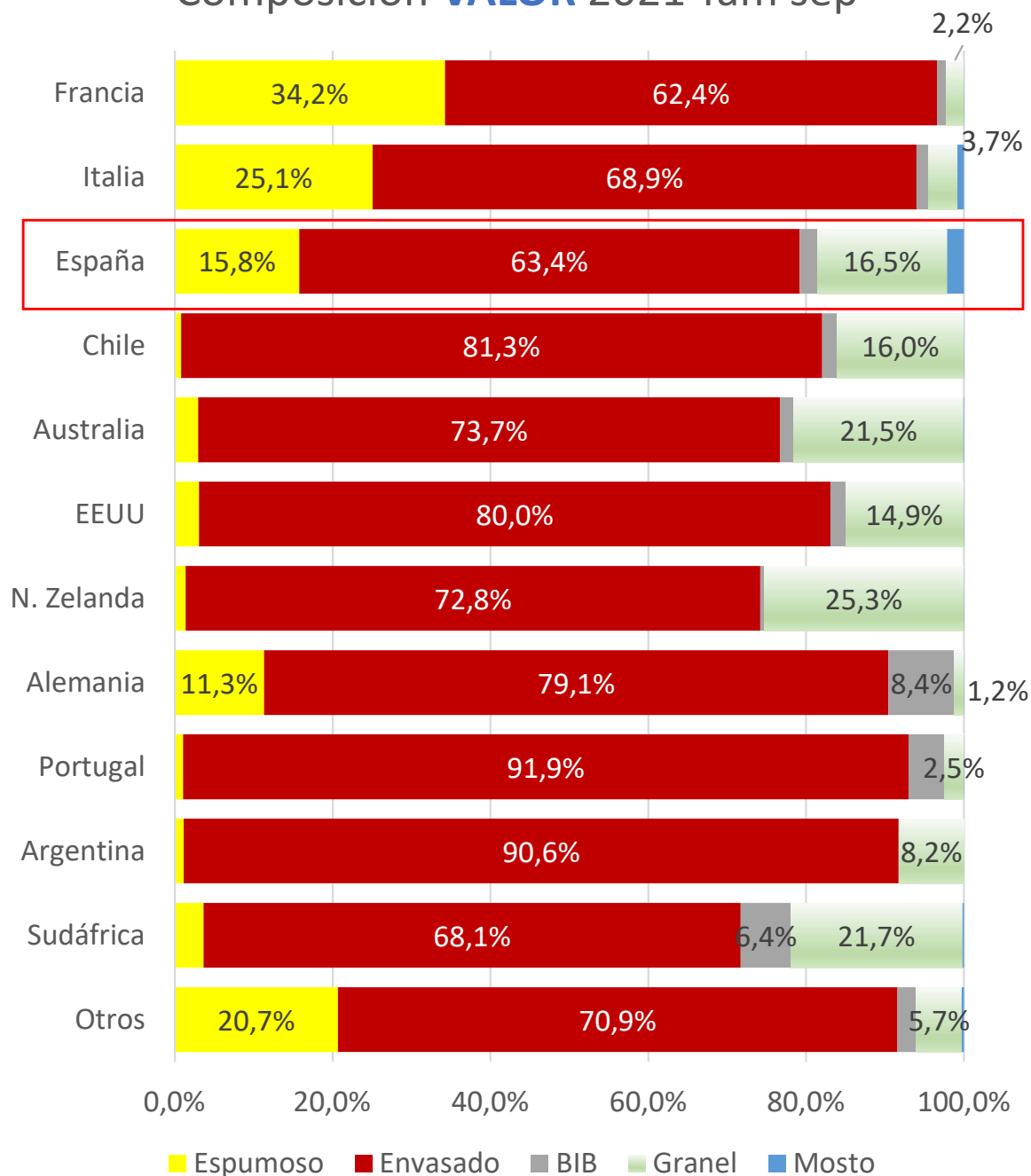


Principales exportadores x tipo de vino

Diferente posicionamiento en valor y en volumen porque, además de las diferencias de precio en cada categoría de vino, la composición de las ventas de unos y otros también es diferente. En VALOR,

- Francia y ahora Italia, tienen una parte muy relevante de espumosos, con algo menos en el caso de España y Alemania
- El granel es fundamental para Nueva Zelanda, Australia, Sudáfrica, España, Chile y EEUU
- España es el mayor exportador mundial de mosto y zumos de uva
- ...pero, con Francia, tenemos la menor proporción mundial de vinos envasados.

Composición VALOR 2021 Tam sep

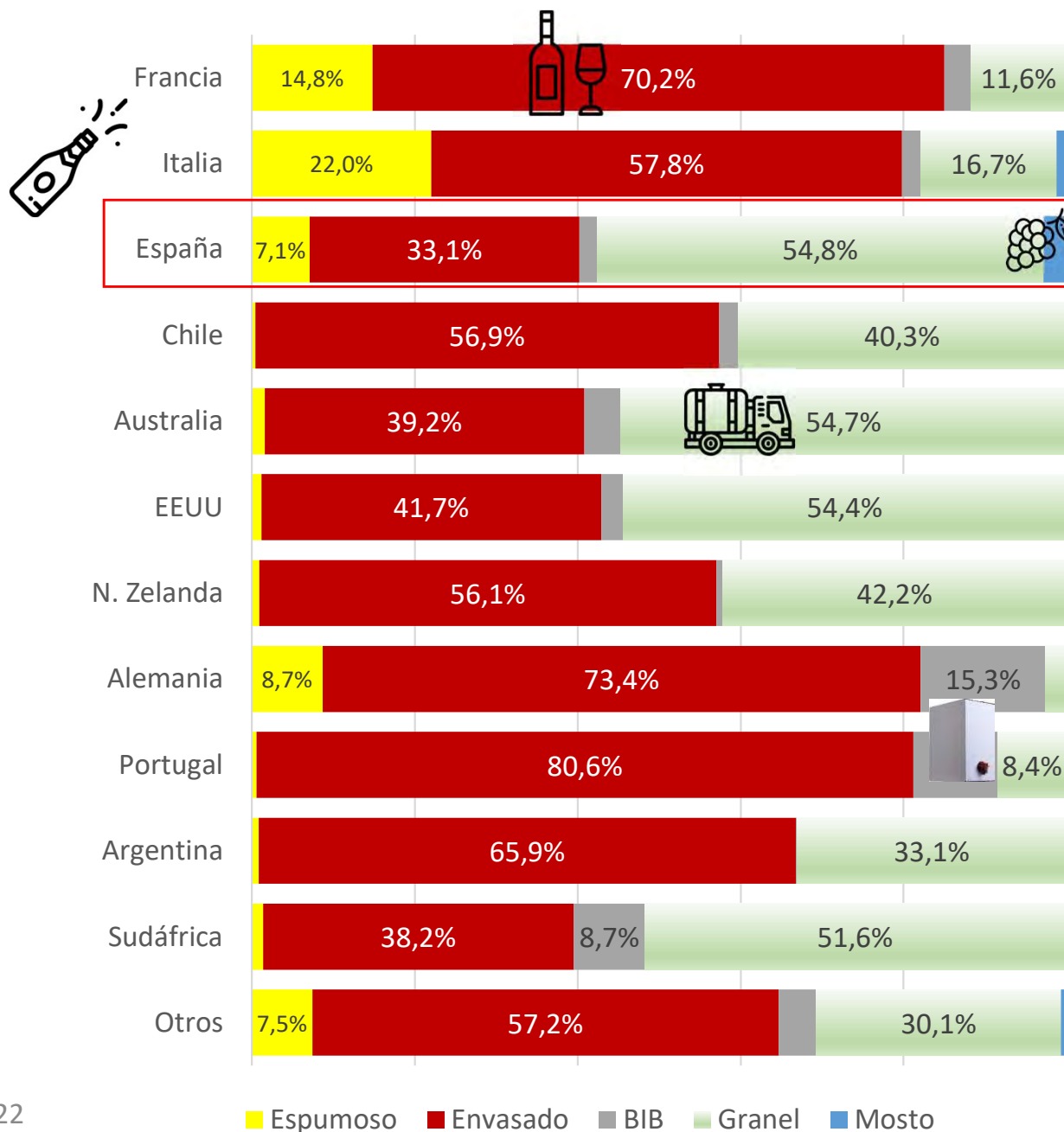


Principales exportadores x tipo de vino

En VOLUMEN, la composición de la cartera muestra a España con una muy pequeña proporción de vinos envasados (33,1%) y la mayor del mundo en graneles.

Cuidosamente, en granel, en litros, la proporción de exportaciones de Australia y EEUU se asemeja a la española... pero otros graneles, a otros precios, dirigidos a otros clientes.

Composición **VOLUMEN** 2021 Tam sep



Un mundo del vino a nivel mundial que va bien, pero

con desequilibrios entre producción y consumo

Cada vez más globalizado, donde se deslocaliza el consumo

Cada vez más polarizado

En espumosos

En vinos tranquilos

Donde la distribución se convierte en factor esencial

Mercados internacionales - Tendencias

Hacia la bi-polarización

- En espumosos
- En vinos tranquilos

Entre los espumosos,
¿qué se vende más?



20,22€

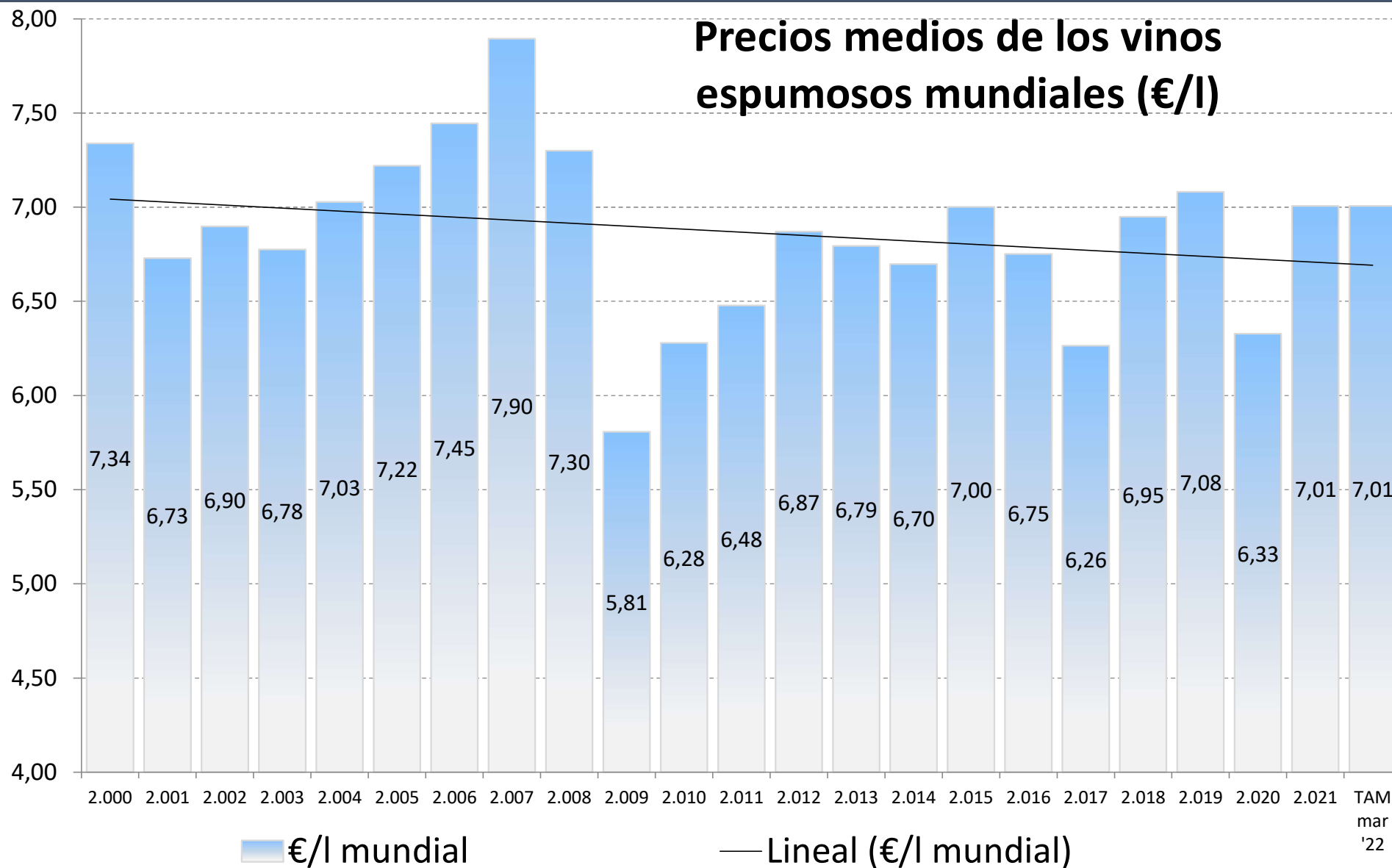


2,74€



2,05€

Mercados internacionales - Tendencias



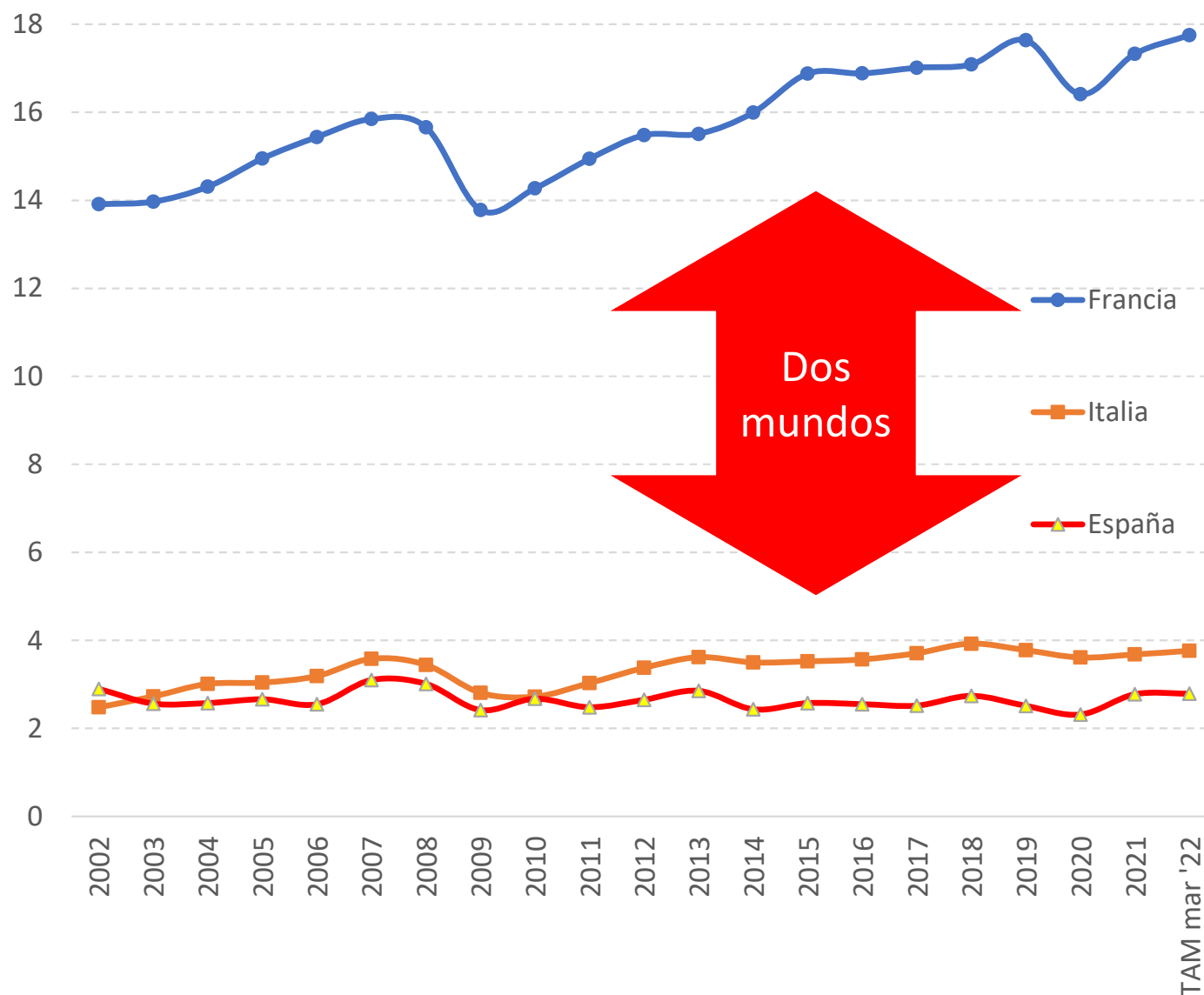
Los precios medios se han ido “popularizando” desde el entorno de los 7,50 €/l hacia los 7 €/l, con crisis muy destacadas en 2009 y 2017.

Mercados internacionales - Tendencias

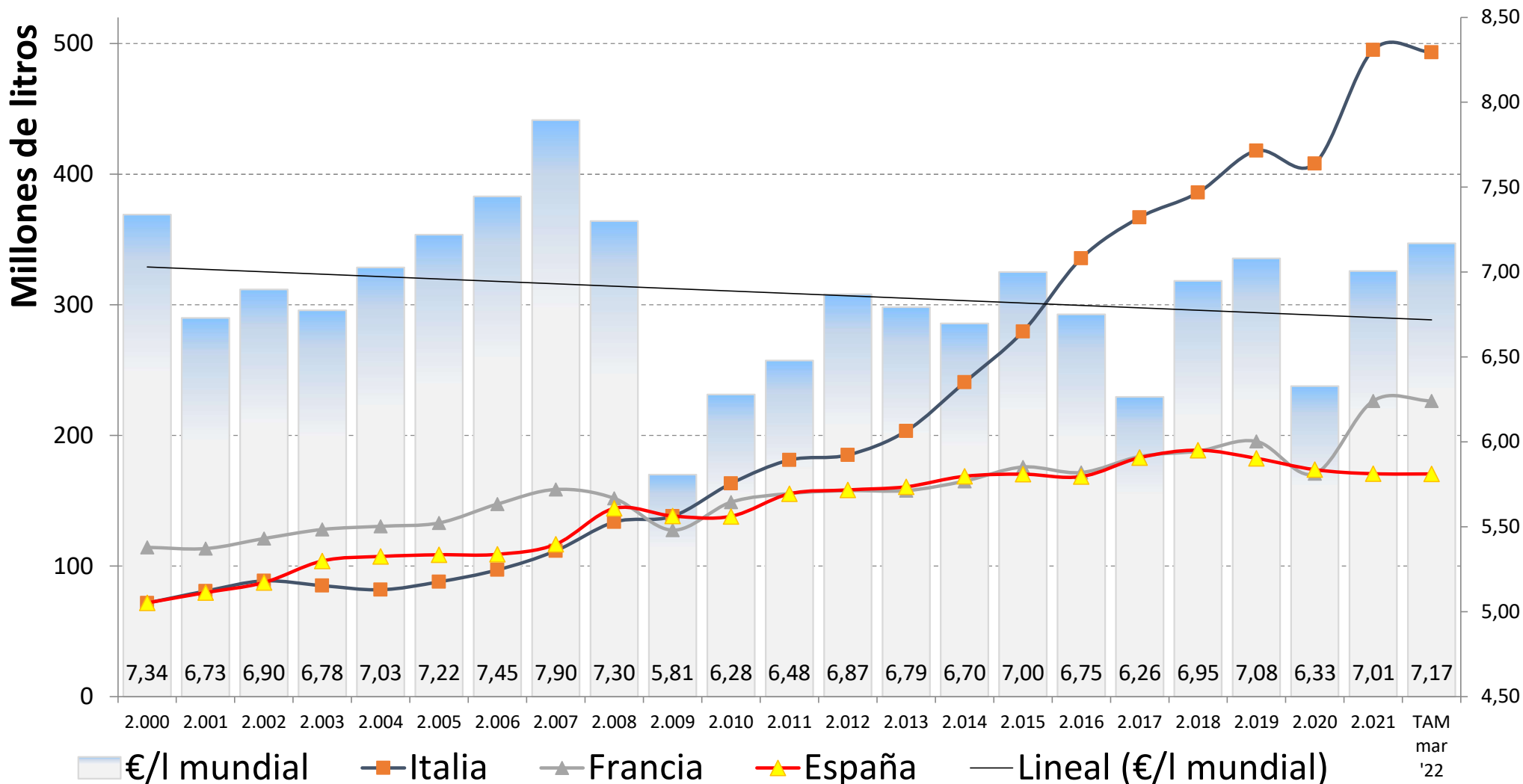
Pero vinos espumosos que se dividen en dos mundos claramente diferenciados:

- ✓ Francia manteniendo el precio medio de sus espumosos sobre los 17€ / 18€ por litro, con clara pérdida en los años de crisis;
- ✓ Italia y España muy alejadas, compitiendo sobre los 3/4 €/l;
- ✓ Pero Italia consiguiendo elevar el precio medio de sus espumosos (Prosecco) hacia los 4 €/l;
- ✓ Mientras a los españoles (Cava y otros) les cuesta llegar a los 3 €/l.

Evolución precios medios de vinos espumosos de los principales productores mundiales



Mercados internacionales - Tendencias



- ✓ Los precios medios se han ido “popularizando”
- ✓ Al tiempo que detectamos dos tipos de espumosos para los que las ventas evolucionan de forma diferente
- ✓ Las de Francia y España se estancaron en 2009
- ✓ ... mientras las de Italia despegaron... isolas!
- ✓ Y en 2021 Francia e Italia se disparan
- ✓ Pero ya se nota el freno en 2022

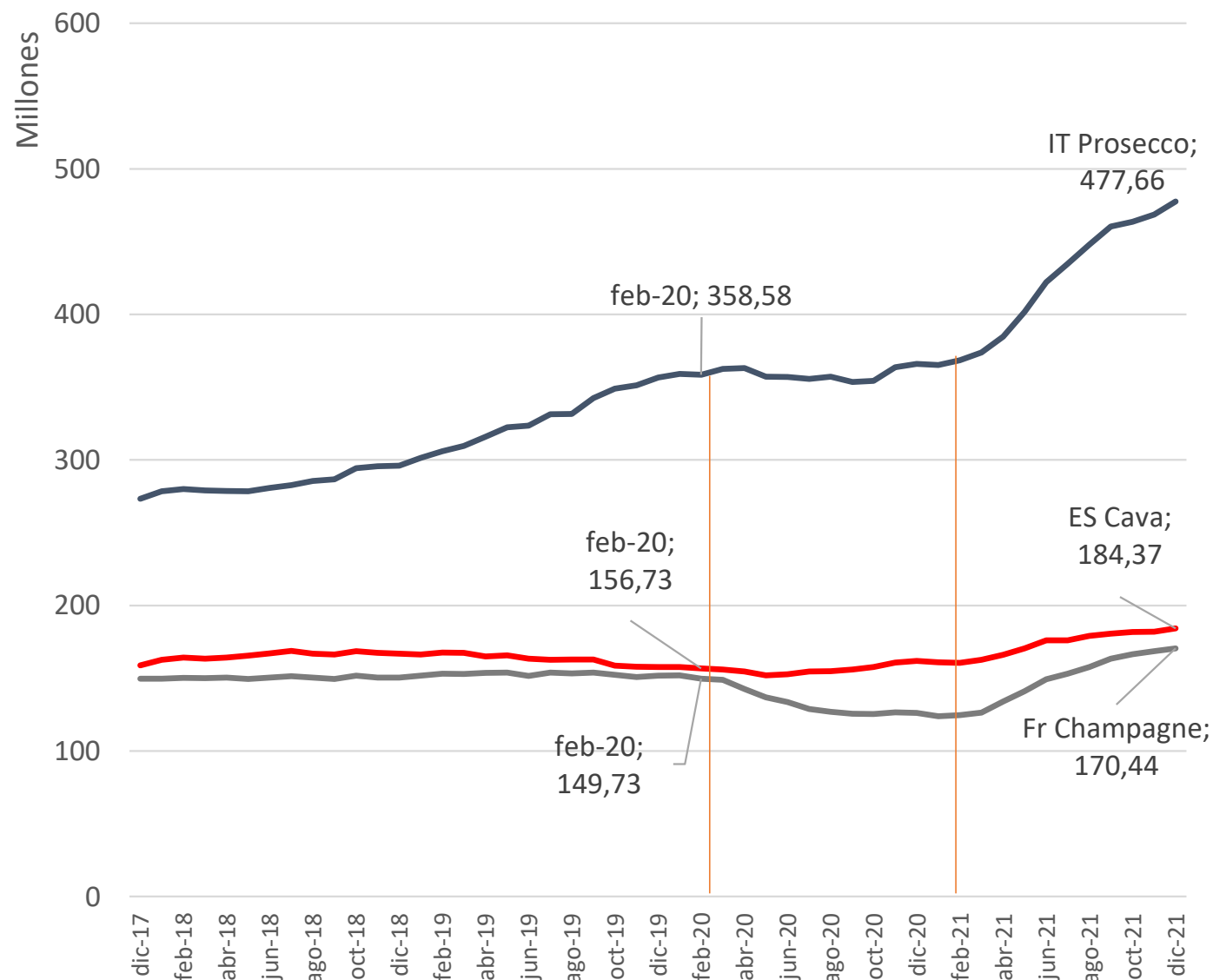


Mercados internacionales - Tendencias

Más recientemente y comparando las tres grandes DOPs de espumosos del mundo:

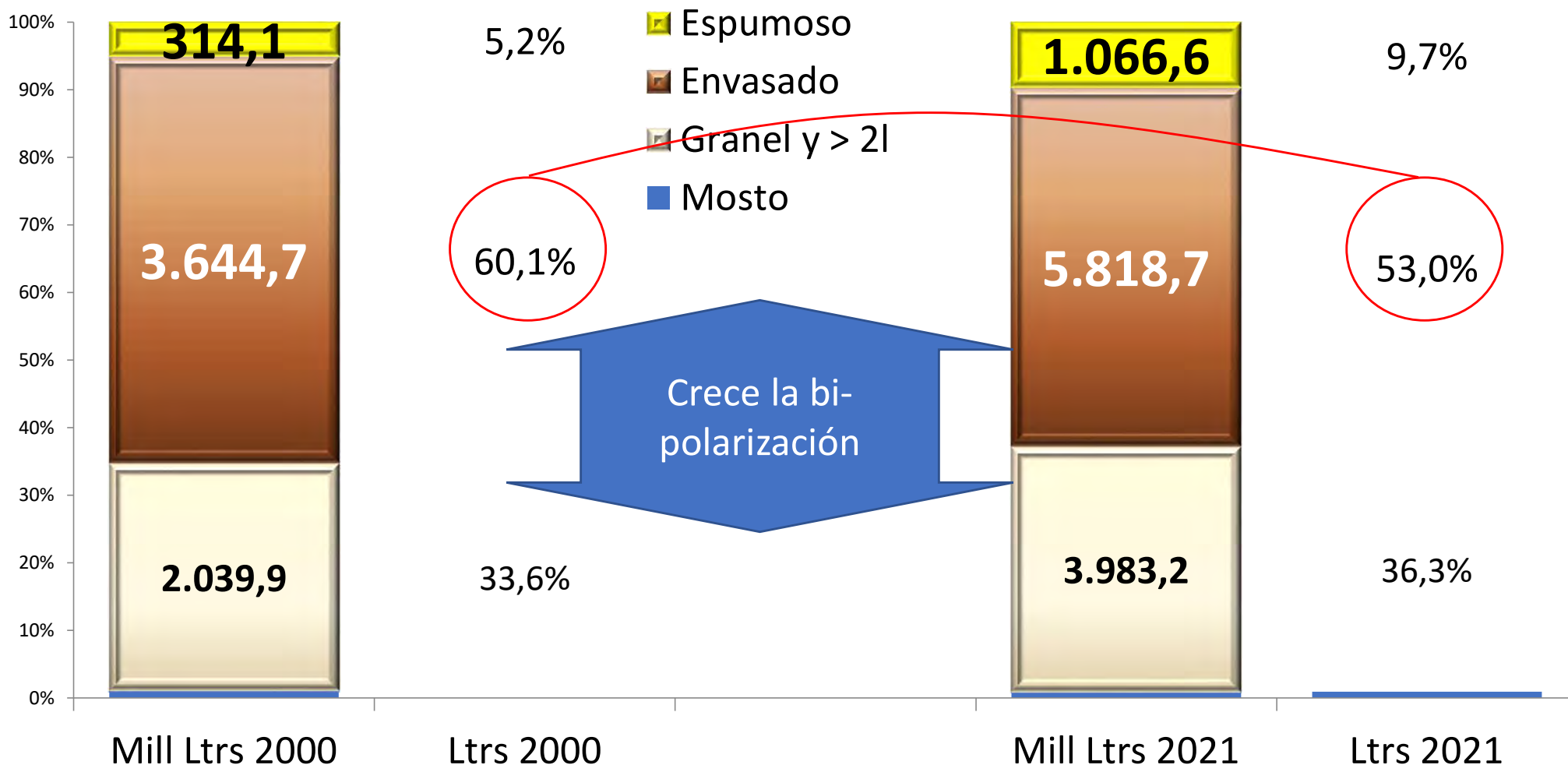
- ❖ También los italianos (est. dic) se sitúan mucho más arriba que franceses y españoles ... y mejoran aun más en la etapa actual de recuperación
- ❖ El Champagne francés ha sufrido una caída importante durante la pandemia pero se recupera con fuerza (más en valor que en volumen)
- ❖ Y el Cava supera en número de botellas a Champagne, con mejor comportamiento durante la crisis pero recuperación más suave.

Exportaciones de Champagne, Prosecco y Cava TAM
- VOLUMEN (millones de botellas)



NOTA: Cava = 81% de espumoso español; Champagne = 56% del francés

En cuanto a los vinos no espumosos, algo ha cambiado también en los últimos años, mostrando una creciente diferenciación entre premium y popular.



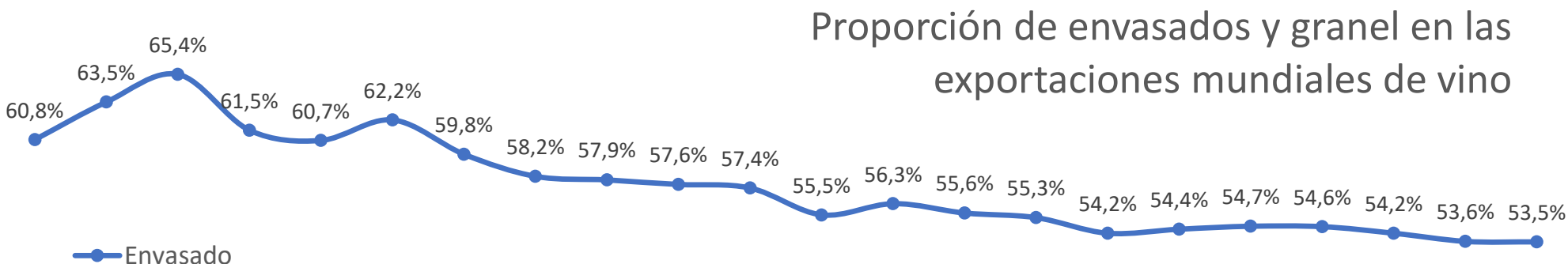
A lo largo de este siglo, los espumosos han aumentado su cuota de mercado (+4,5pp), y en 2,7 pp el vino a granel, mientras que los vinos envasados han perdido 7,1 puntos porcentuales.

Mercados internacionales - Tendencias

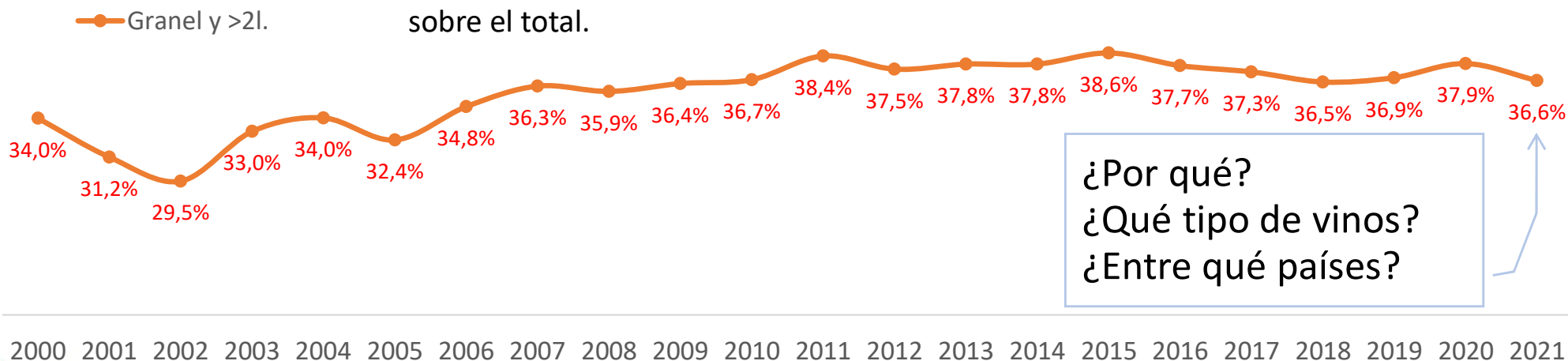
Cada vez más polarizado

- En espumosos
- En vinos tranquilos

Cada vez una mayor proporción de vinos envasados no espumosos se vende a granel en el mundo.



- ✓ Crecen las exportaciones de vinos caros y hay un mercado del lujo en aumento, pero ...
- ✓ ... sorprendentemente, también crecen las ventas a granel y lo que representan sobre el total.



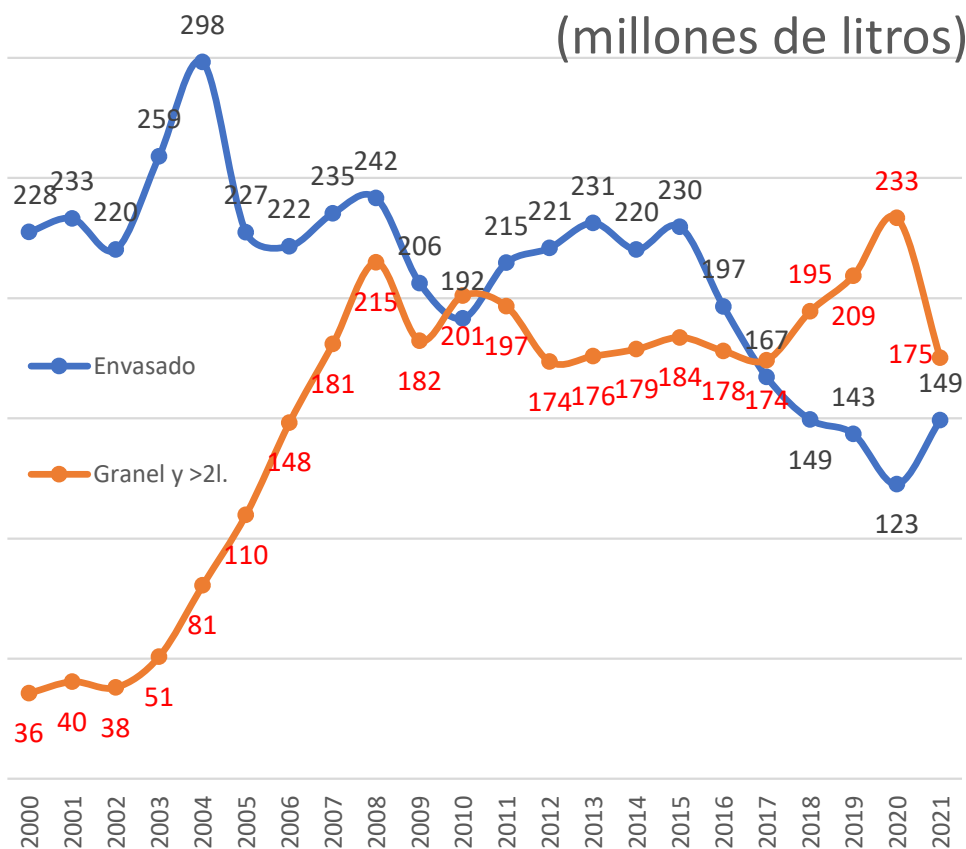
¿Por qué?
 ¿Qué tipo de vinos?
 ¿Entre qué países?

Mercados internacionales - Tendencias

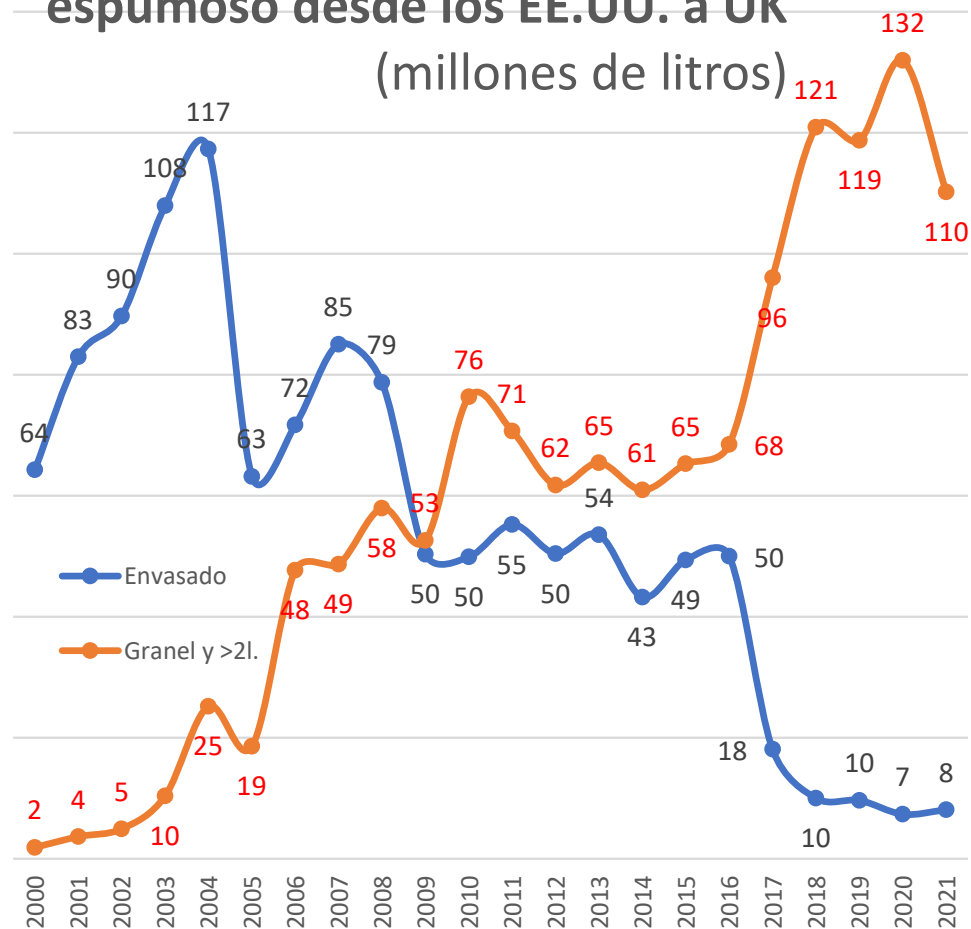
El caso de las exportaciones de EE.UU. es peculiar:

- ✓ Han aumentado muchísimo (hasta 2021) las ventas a granel, frente a las de envasados
- ✓ Especialmente en el Reino Unido, donde ha venido apostando por el envasado en destino en los últimos años

Exportaciones de vino no espumoso desde los EE.UU. (millones de litros)



Exportaciones de vino no espumoso desde los EE.UU. a UK (millones de litros)

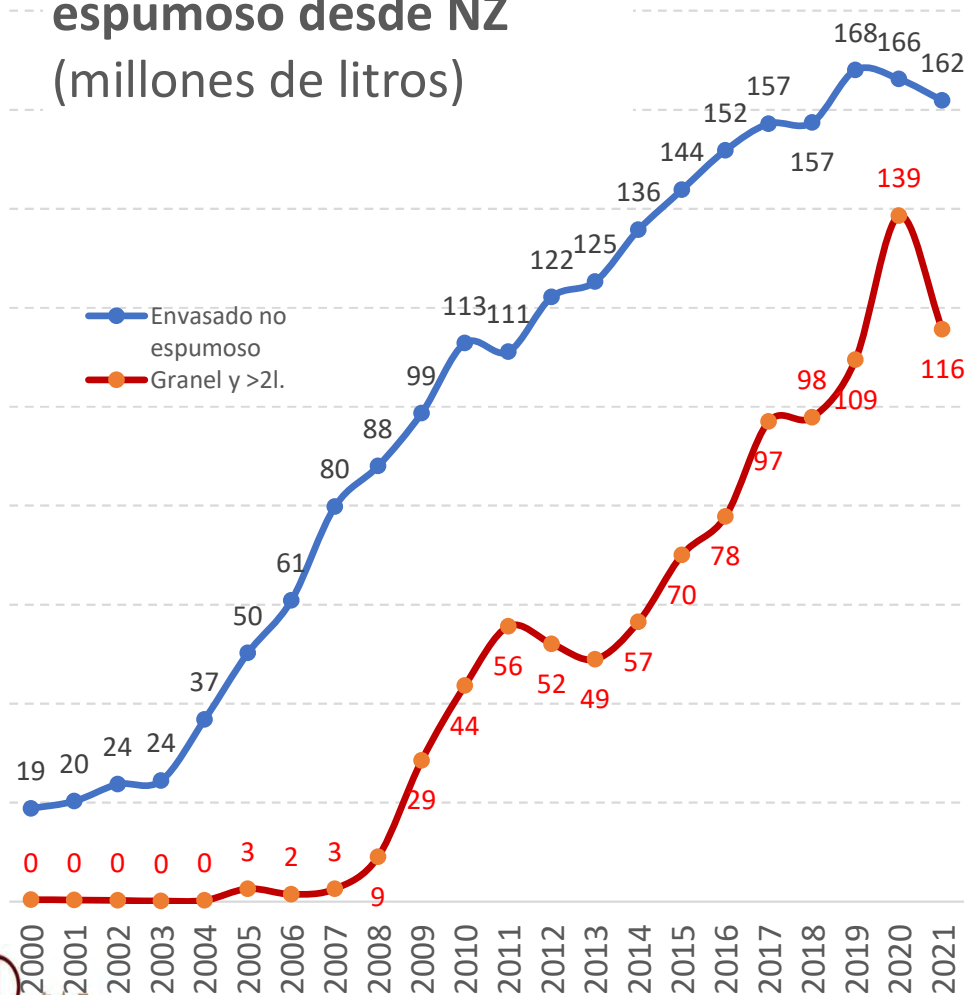


Mercados internacionales - Tendencias

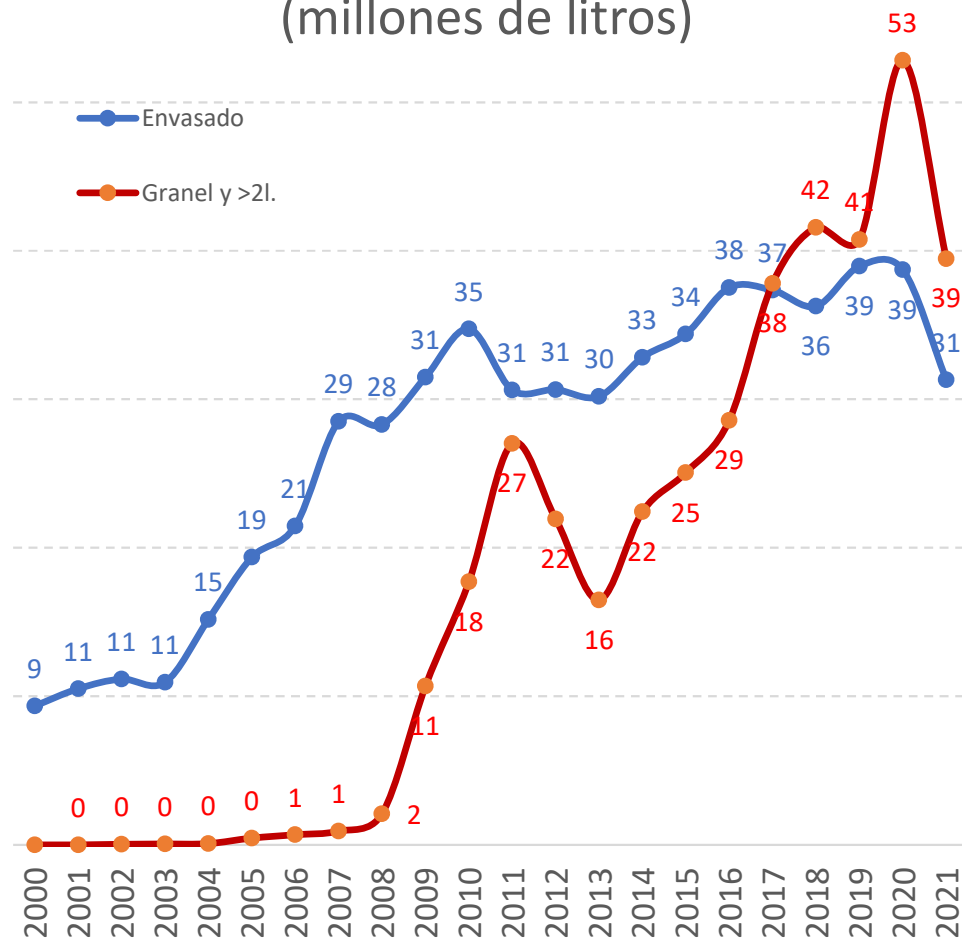
Como destacable – aunque menos nítido – es el caso de las exportaciones de Nueva Zelanda:

- ✓ Desde donde crece el granel a mucho mayor ritmo que el envasado (del 2% a casi el 42% del total en 21 años)
- ✓ Y, de nuevo, especialmente en el Reino Unido, donde también el granel ha sobrepasado ya a la botella para envasado y distribución locales

Exportaciones de vino no espumoso desde NZ (millones de litros)



Exportaciones de vino no espumoso desde NZ a UK (millones de litros)



Mercados internacionales - Tendencias

Nuevo
mayor
detalle

Un mercado mundial, por cierto, donde ahora podemos ver con más claridad que hay distintos tipos de consumidores con gustos diferentes y que, quienes más se acercan a ellos y los entienden, mejores posibilidades tienen de triunfar...

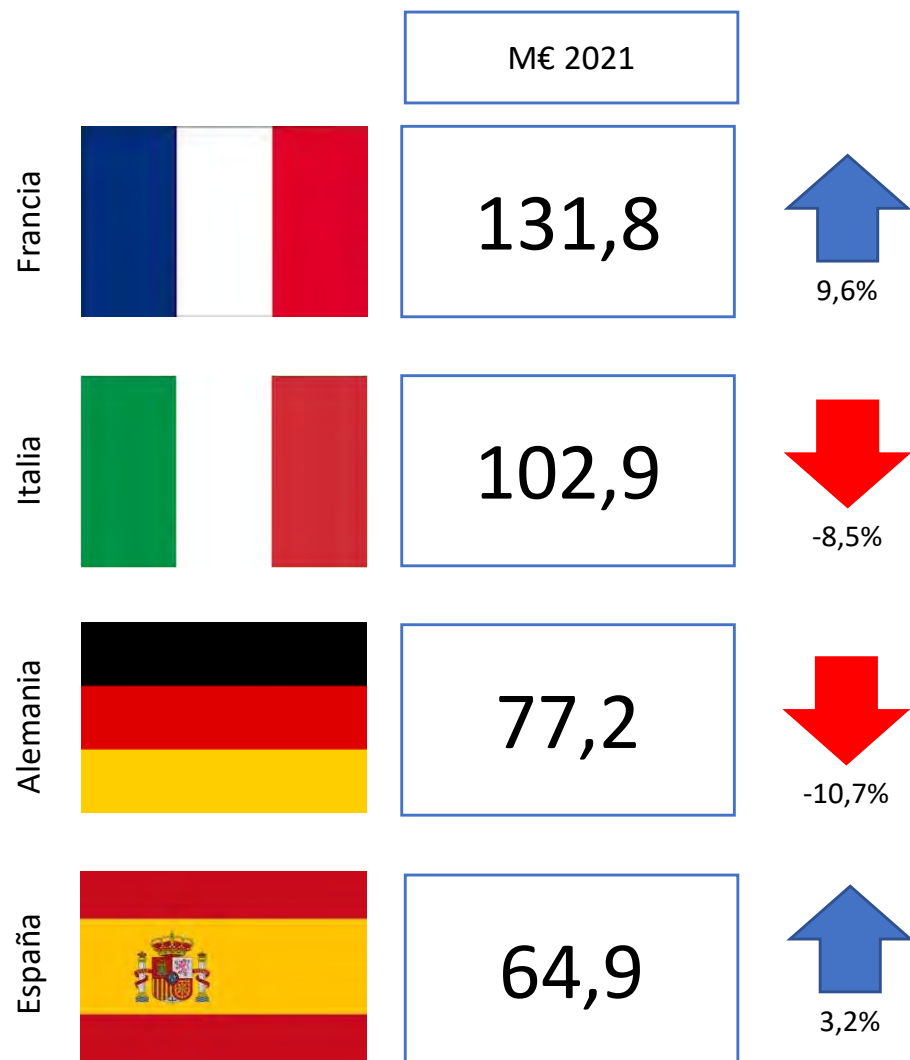


... y no solo en zonas de supuesta menor calidad.



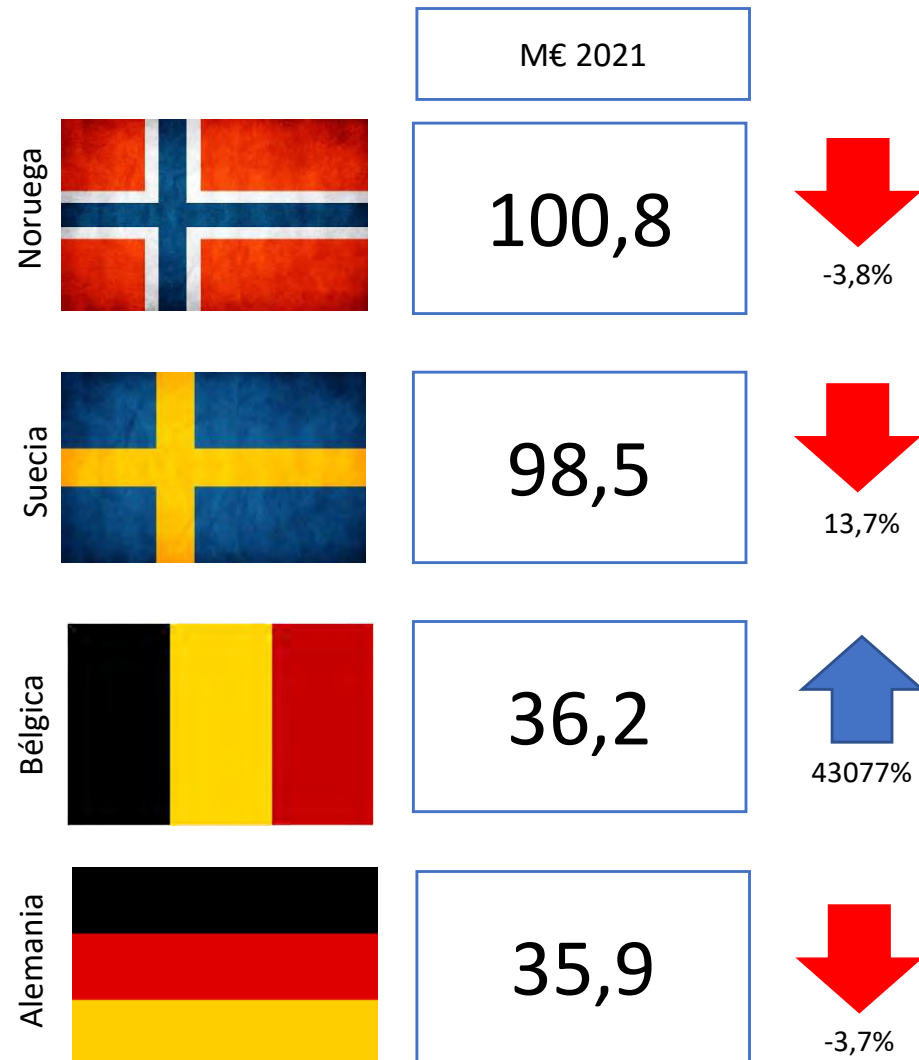
Mercados internacionales - Tendencias

Principales exportadores de BiB



57,3%
De total
import BiB

Principales importadores



49,6%
De total
import BiB



¿Por qué es importante?

Por entender:

1. Que distintos consumidores pueden querer y acercarse al vino de forma diferente
2. Que quienes mejor conocen y se acercan al consumidor, y distribuyen el vino, son quienes más tienen que ganar

Y también hay otros envases que se abren paso

Expansión 20 ene 22

El 'txakoli' se vende en lata para llegar al mercado americano

Marieta Vargas. *Vitoria*

En pleno valle de Ayala en Álava, la bodega Artomaña Txakolina prepara estos días 70.000 latas de 25 centilitros, de la cosecha 2021 del vino Xarriant, que viajarán directamente a Estados Unidos. En ese país, el vino vasco tiene muy buena aceptación ya que se considera exclusivo dado que se produce en una zona muy pequeña con una uva autóctona; es fresco, ligero, y tiene un punto de acidez.

La presentación en lata es poco común en los vinos españoles, pero en el principal mercado consumidor es toda una tendencia. En EEUU, una de las bodegas pioneras en optar por este envase fue la californiana de Francis Ford Coppola; y en Euskadi le ha imitado Artomaña, que comenzó en plena pandemia a envasar txakoli en lata.

La compañía quiere ahora que esta fórmula de presentación se autorice en el mercado español, aunque muchos bodegueros de txakoli no ven con buenos ojos el envase en lata, que consideran que no da la imagen de producto de calidad.

Más destinos

En 2021, la bodega Artomaña vendió 150.000 latas. No solo a Estados Unidos, sino también a Australia, Japón, Rusia y Guatemala. "Los consumidores quieren un envase al-

ternativo para disfrutarlo en un estadio deportivo, en un concierto o en la playa", cuenta Mariano Álava, gerente de la firma alavesa y también presidente del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Arabako Txakolina.

Euskadi cuenta con tres denominaciones de txakoli, una por cada provincia y, de momento, solo en Álava se ha planteado este envase alternativo. De hecho, para los consejos reguladores de Vizcaya y de Guipúzcoa la botella de vidrio es la única opción

para comercializar este vino de uva autóctona, como un elemento de distinción. En cambio, desde Artomaña se quiere desterrar la idea de que este nuevo envase puede asociarse a una menor calidad. "Ni siquiera es más barato. Mientras una botella de 75 cl. ronda los 6 euros, la lata de 25 cl. está por los 4".

Envase sostenible

Para Mariano Álava, la lata se adapta perfectamente a las características de este vino vasco. "Desde el punto de vista enológico y técnico, es un envase que nos da tranquilidad porque el vino no sufre ninguna alteración y mantiene toda su calidad. Y el enlatado es un proceso de extrema atención sanitaria". A ello se une que la lata es un envase más sostenible que el vidrio. "Genera menos huella de



Mariano Álava es el gerente de la bodega Artomaña.

carbono y se recicla mejor". Con la buena experiencia de la exportación, el siguiente paso es abordar el mercado nacional. Para ello, el Consejo Regulador de Arabako Txakolina está gestionando la modificación de su reglamento con el fin de obtener la autorización para comercializar el txakoli en lata. Un proceso que requiere del beneplácito de las diferentes administra-

ciones vasca, estatal y europea. Para Mariano Álava este proceso no supone que se vaya a abandonar el vidrio. "Son diferentes envases que van a convivir". De hecho, su bodega exporta alrededor del 30% de la producción y la lata supone el 5%. Según un estudio de la consultora Nielsen, el consumo de vino en lata se disparó en 2019 un 68%.

Valencia



Terra Alta

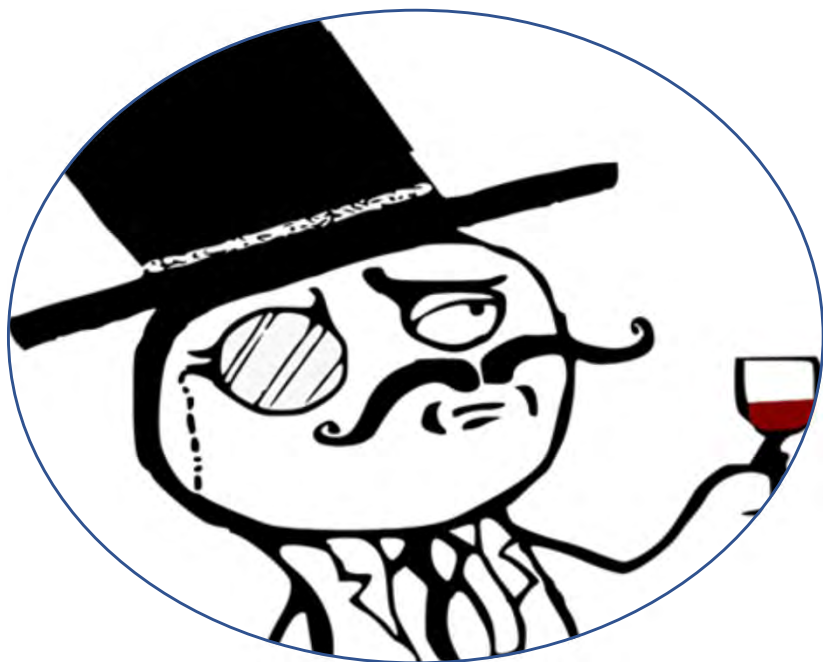


Artadi - USA



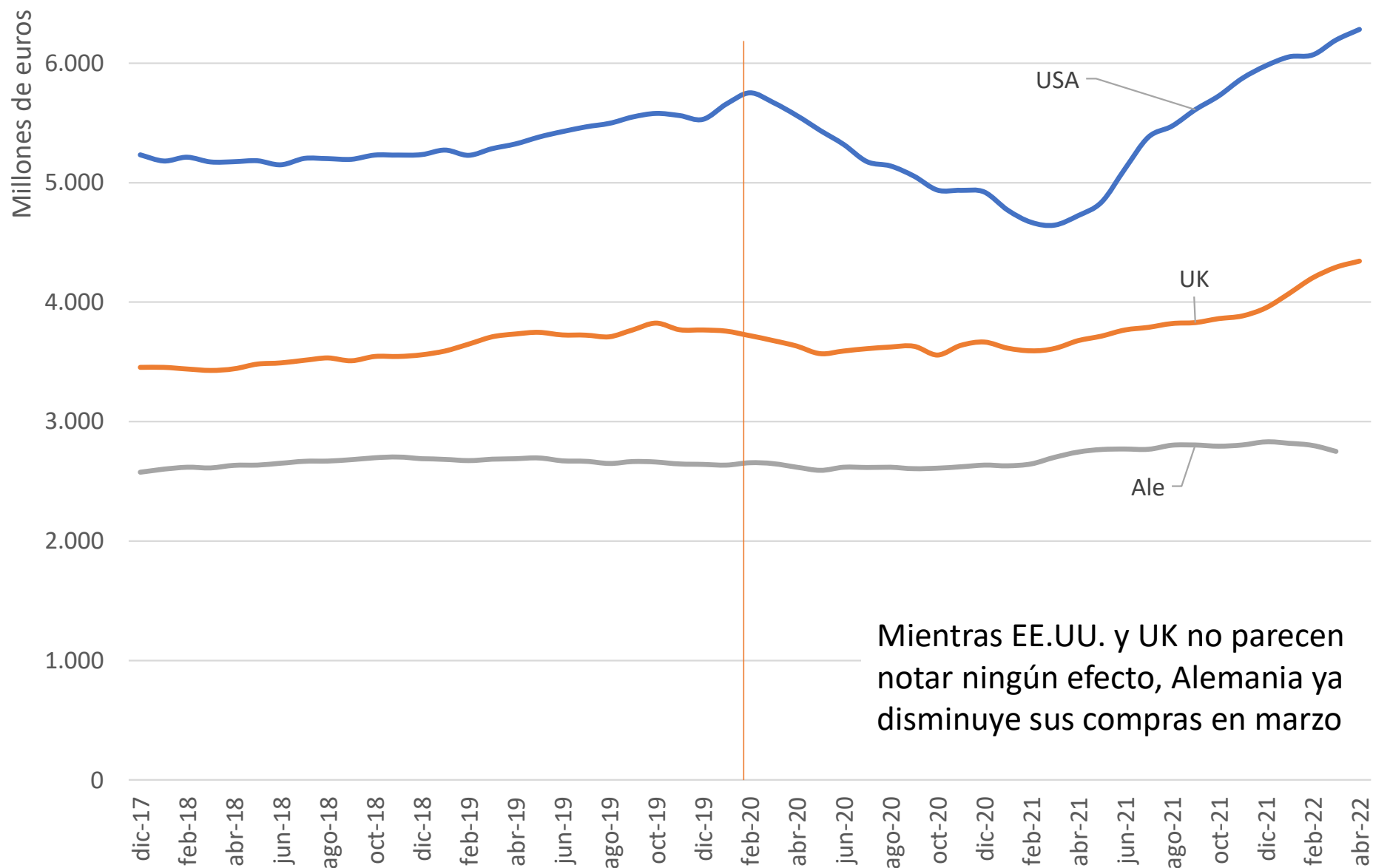
Unión Wine Company - USA

**Porque el consumo, los consumidores,
los mercados, están cambiando**



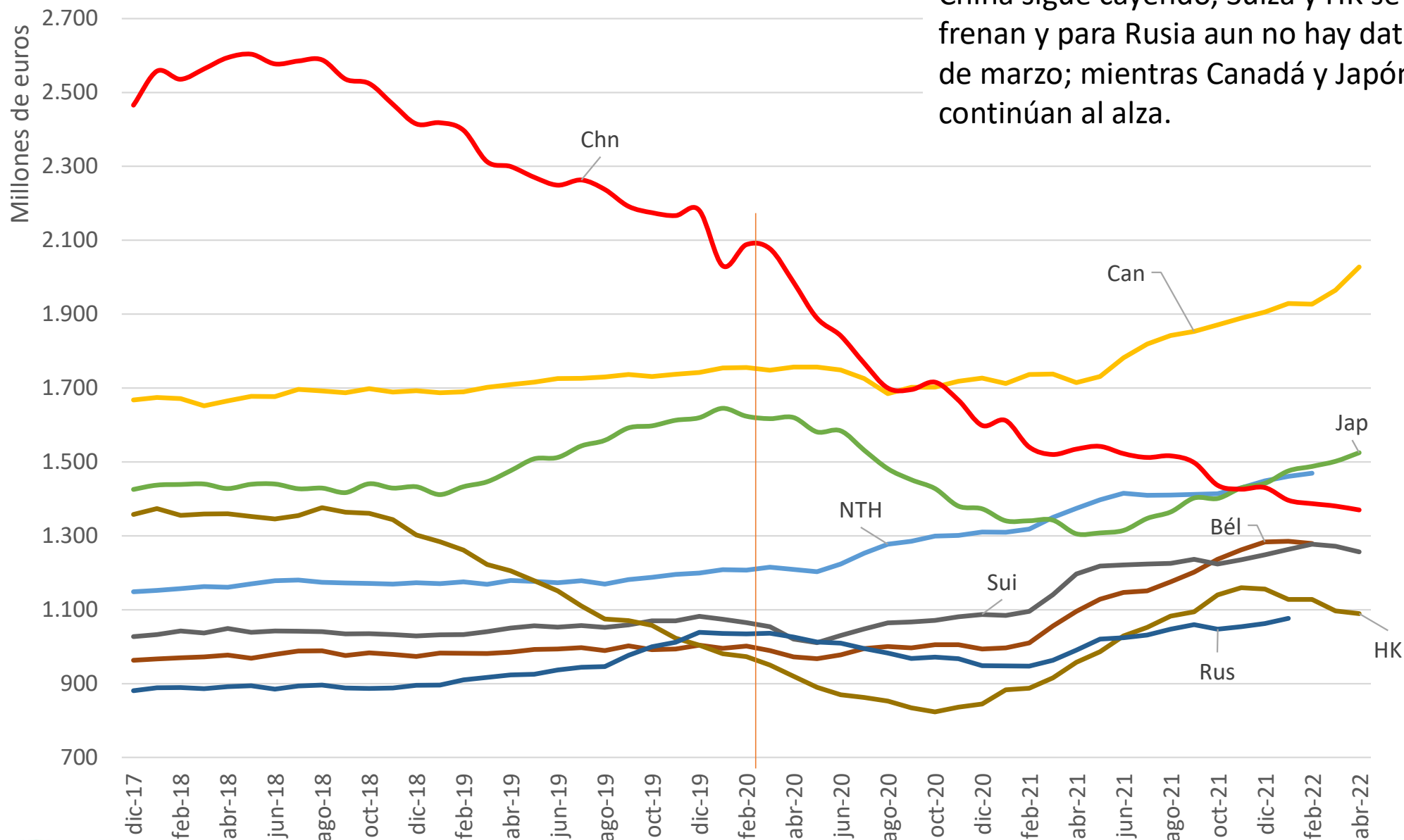
“Donde se deslocaliza el consumo”

Principales importadores mundiales de vino (1)



“Donde se deslocaliza el consumo”

Principales importadores mundiales de vino (2)



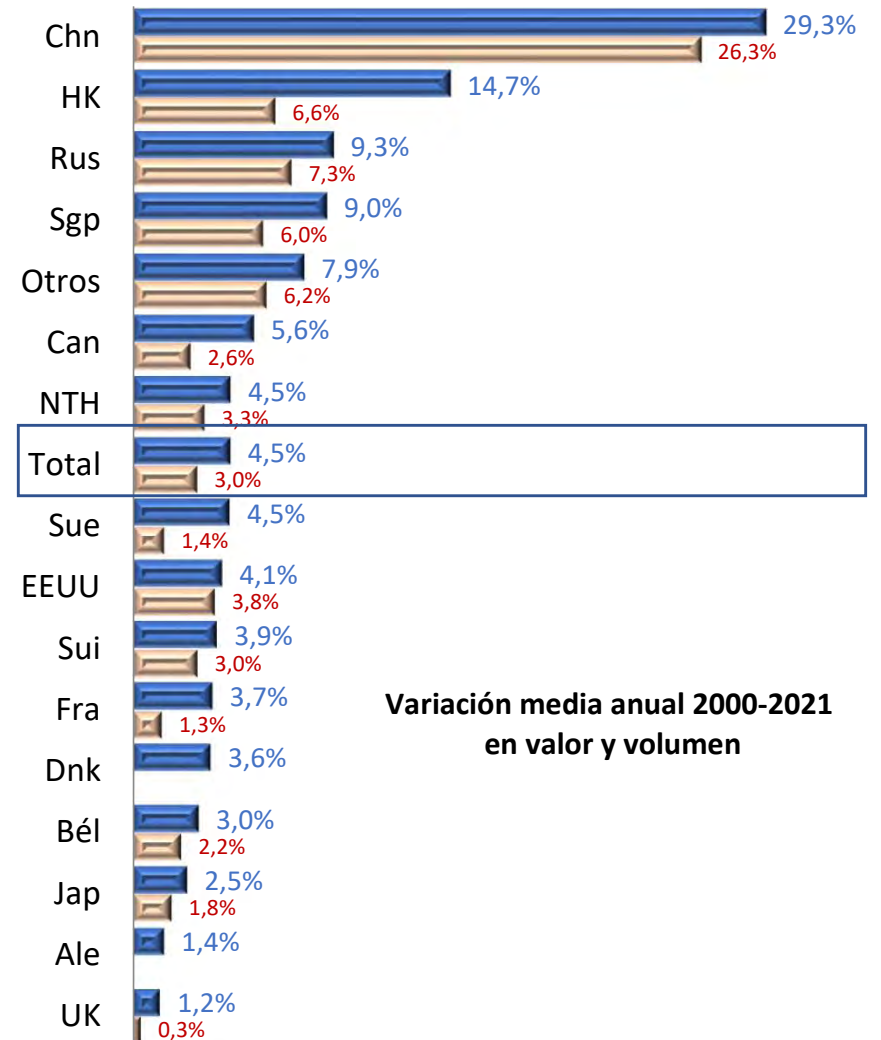
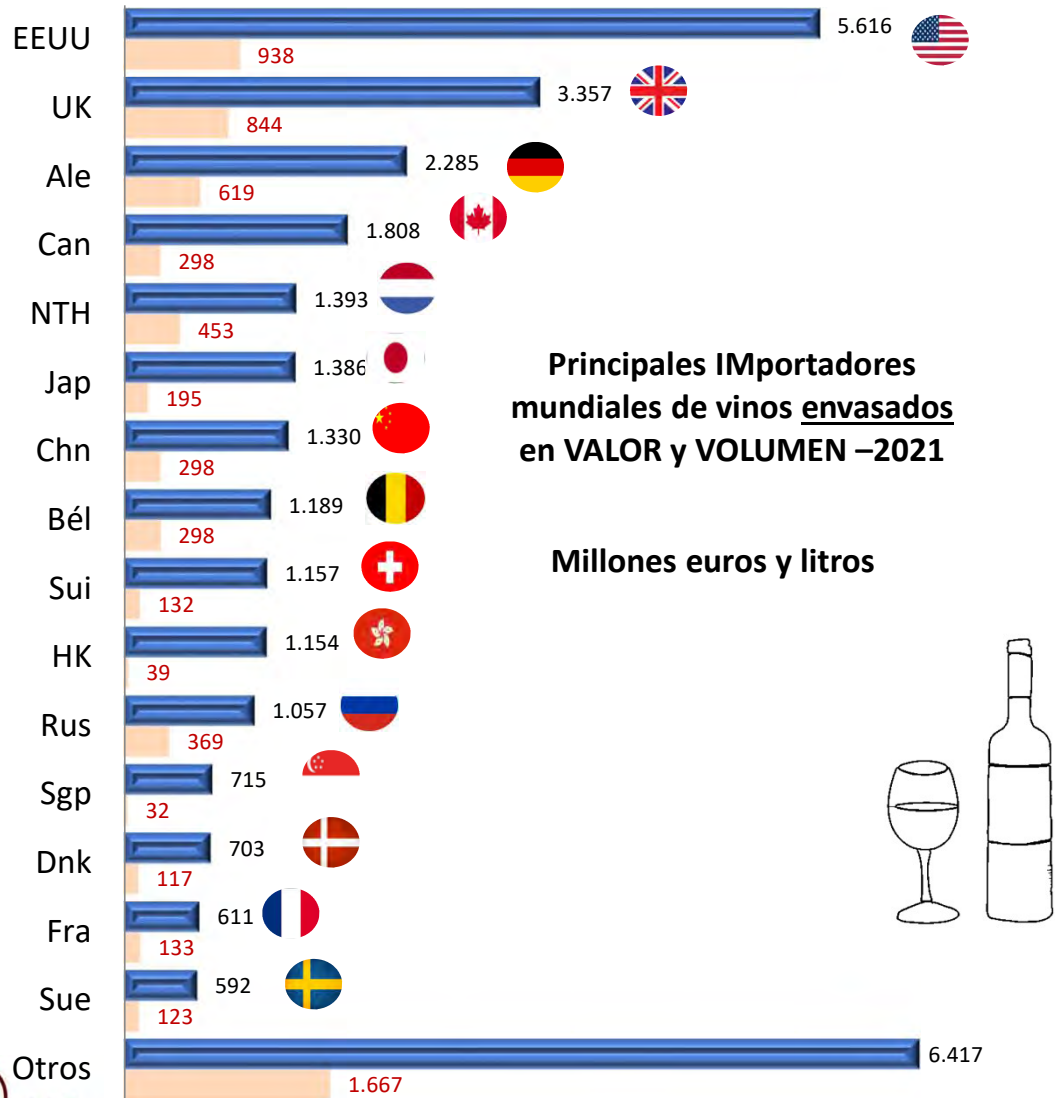
China sigue cayendo, Suiza y HK se frenan y para Rusia aun no hay datos de marzo; mientras Canadá y Japón continúan al alza.

“Donde se deslocaliza el consumo”

En 21 años y para los vinos ENVASADOS (sin BiB), el panorama ha cambiado mucho:

Los grandes importadores siguen siendo EE.UU., UK, Alemania, Canadá y Holanda, pero en diferente orden

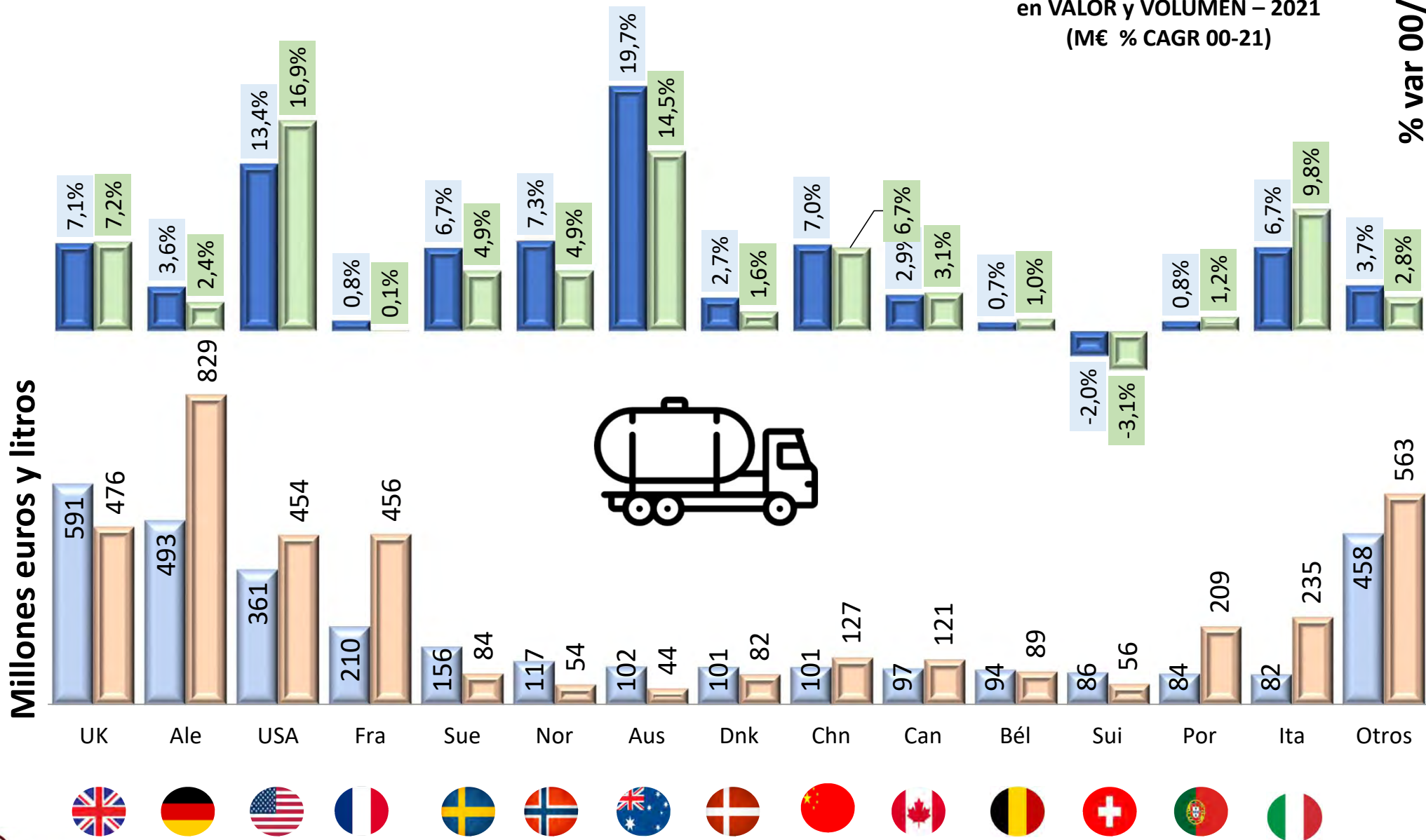
Pero son los asiáticos, Rusia y norteamericanos quienes más han crecido, con fuerte tendencia a la diversificación



“Donde se deslocaliza el consumo”

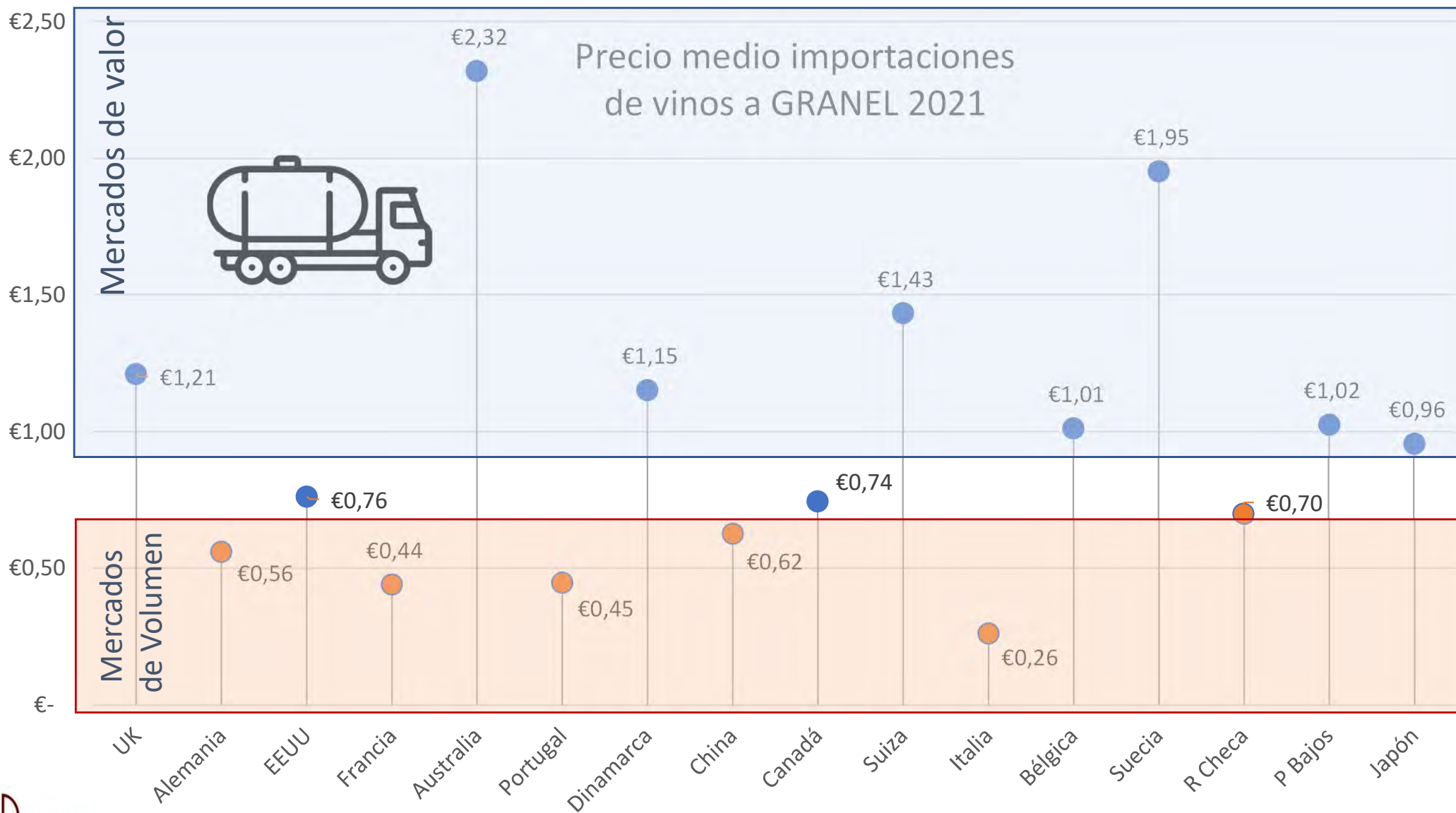
Para el vino a **granel** las variaciones son mucho mayores, así como la concentración en menos mercados; unos de valor y otros de volumen.

Principales IMportadores mundiales de vinos **granel** en VALOR y VOLUMEN – 2021 (M€ % CAGR 00-21)



“Donde se deslocaliza el consumo”

Mercados de GRANEL, para los que se distinguen dos grandes segmentos, que funcionan de forma muy diferente, con actores distintos y precios medios completamente dispares. También entre los importadores: productores vs consumidores finales.



Cambian los mercados

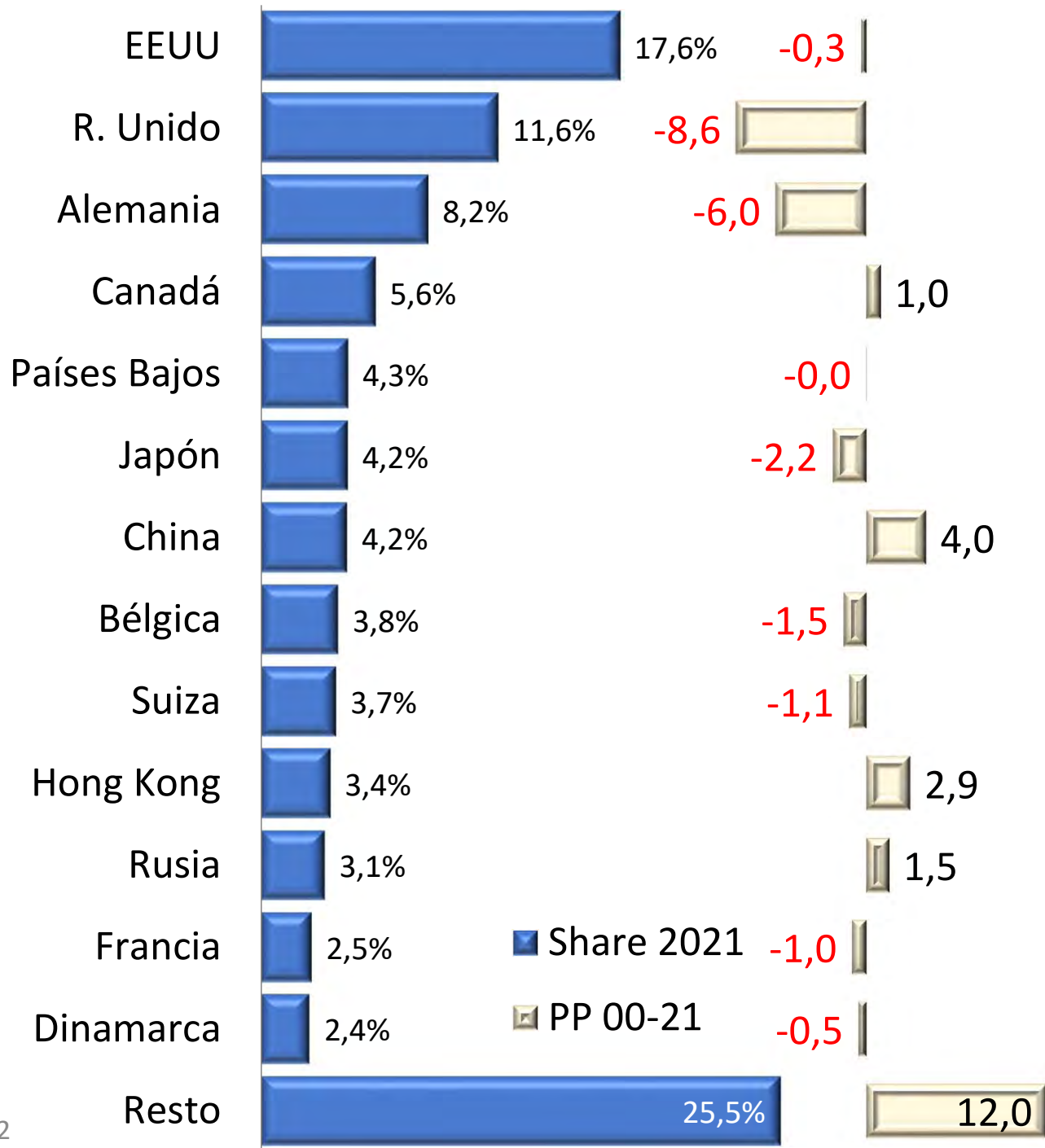
Deslocalización del consumo

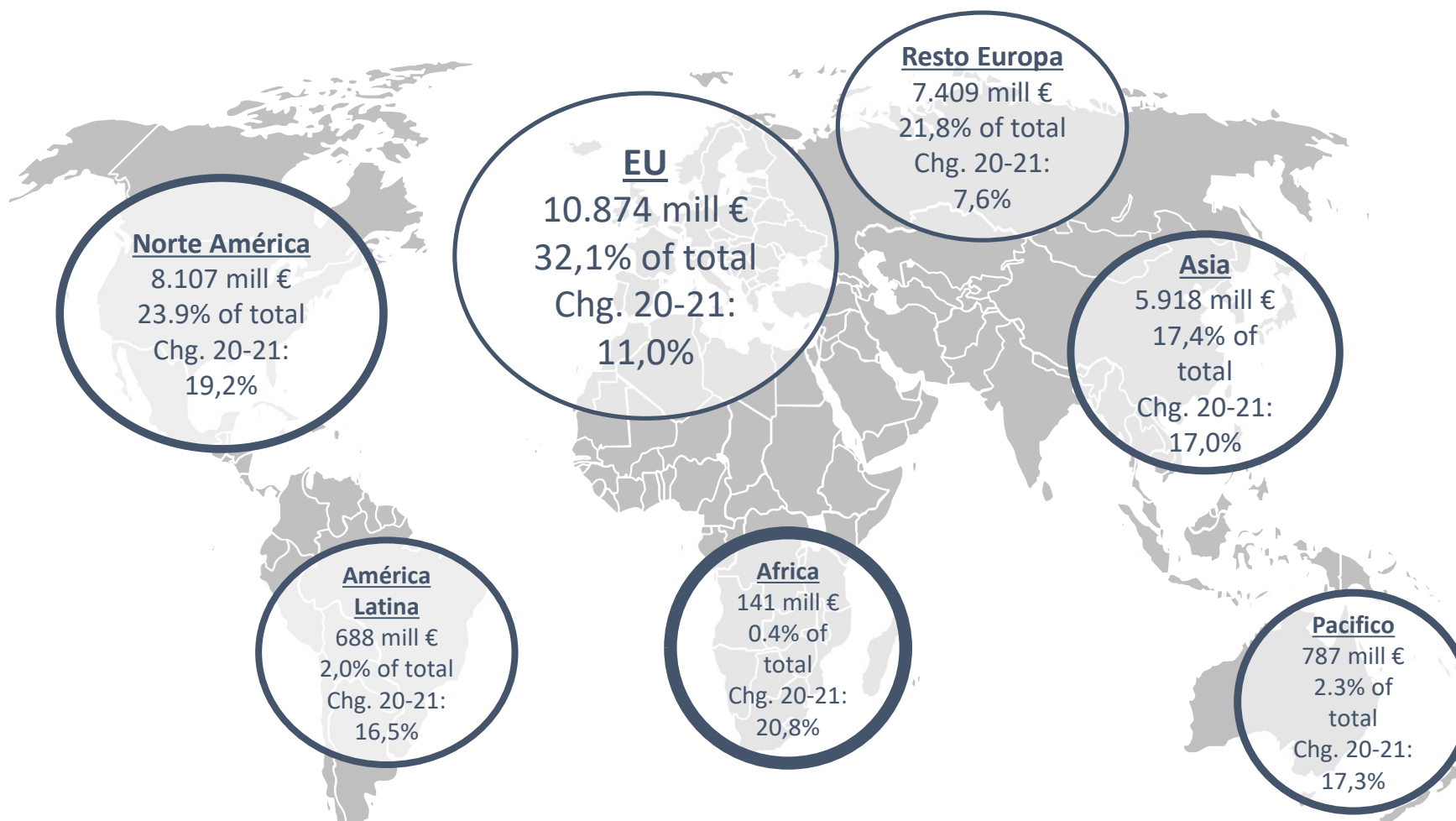
CUOTA DE MERCADO EN VALOR:

En 21 años las importaciones mundiales de vino (¿consumo?) se han alejado de Europa.

El mercado está menos concentrado, con 13 principales países que representan el 75% del total (87% en 2000) y en el que:

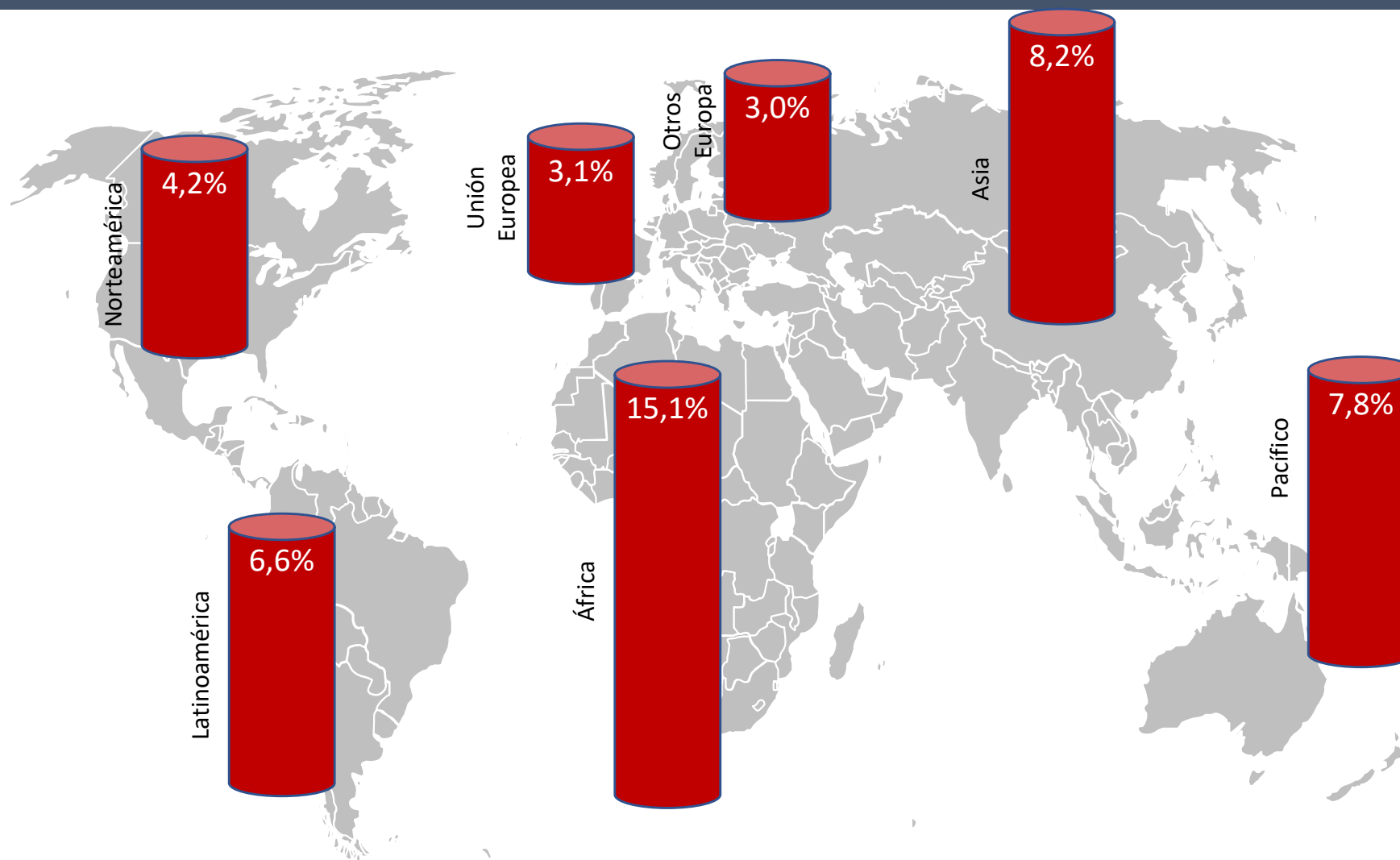
- Reino Unido ha perdido 8,6 puntos de cuota!!
- En China (y HK) y, en menor medida, Canadá, Rusia y Suecia aumenta
- Mientras que otros europeos, junto con Japón y ligeramente EE.UU. pierden.





Por regiones mundiales (en 2021),

- Las regiones que más crecen este año son las del hemisferio sur, aunque representa poco del consumo total
- Norteamérica y Asia rondan el 18% de subida estimado
- La Europa no comunitaria se agranda con UK hasta el 21% del total
- La Europa comunitaria, como la no comunitaria, crece sobre el 10% y sigue siendo la principal importadora de vino (incluyendo comercio intra UE)



Históricamente, en los 21 años que llevamos de siglo, continentes aun pequeños en consumo y poco habituales en el vino, muestran crecimientos muy importantes:

- Es el hemisferio sur, incluyendo América Latina, África y el Pacífico, los que más crecen junto con Asia.
- Norteamérica ha disminuido algo el anterior ritmo de fuerte crecimiento
- Y Europa, tanto la UE, como el resto, han venido creciendo a un ritmo más lento.

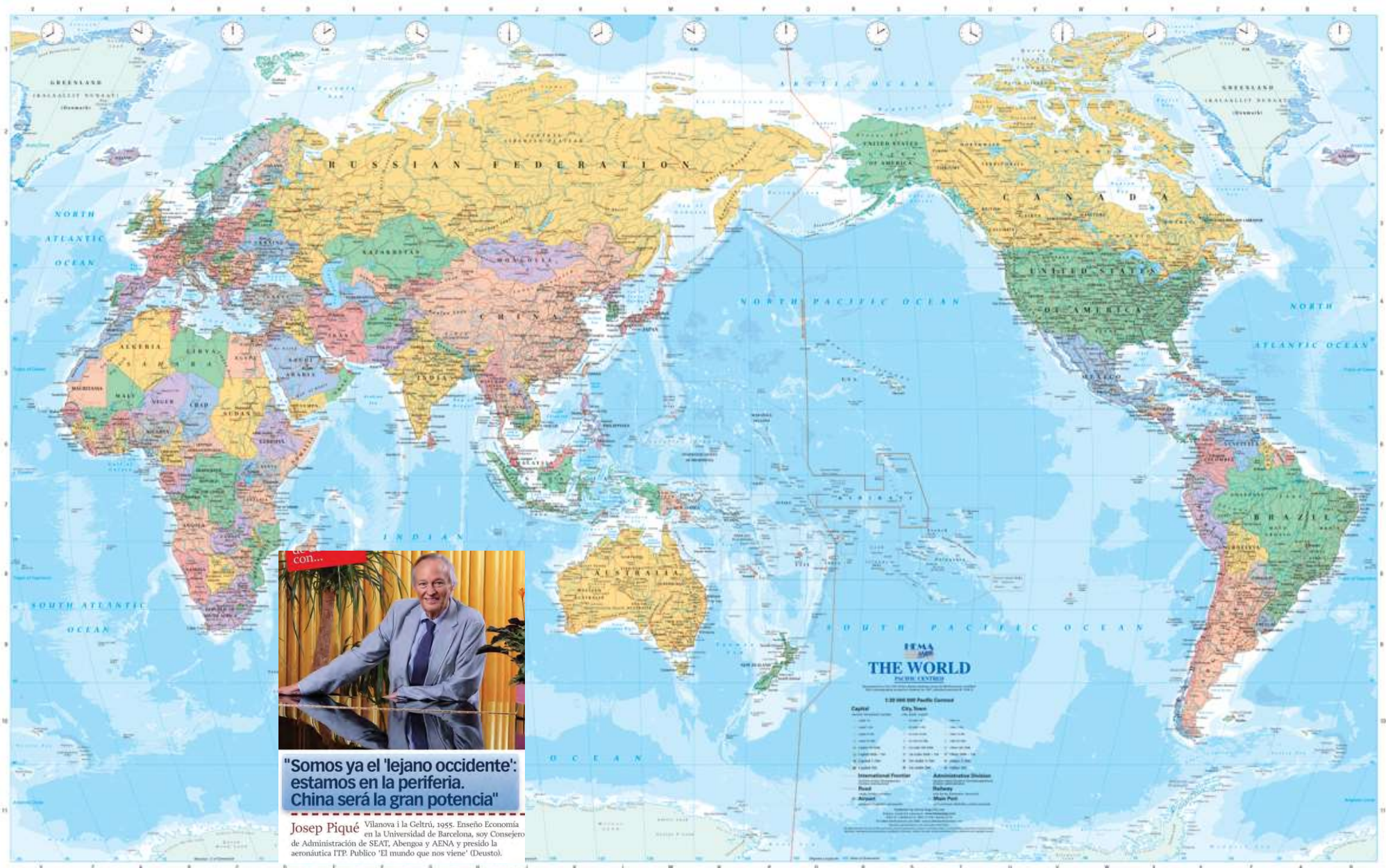
Cambian los mercados

En realidad, lo que está ocurriendo es que estamos pasando de esto:



Cambian los mercados

... a esto:



Y ante estos cambios,

Deslocalización del consumo

Luego, en todo caso y de forma general,...

- ✓ Si queremos seguir produciendo mayoritariamente nosotros...
- ✓ ... pero el consumo se desplaza hacia nuevos lugares, nuevos consumidores, con distinta aproximación al vino...
- ✓ ... habrá que conocerles mejor
- ✓ Y llevárselo → DISTRIBUCIÓN
- ✓ Y dárselo a conocer → IMAGEN / PROMOCIÓN

Comerciales
Viajes
OCM Promoción



Por cierto, para ese consumo tanta o más importancia que el líquido (vino) tiene lo que transmite el producto.



Y ante estos cambios,

Hacia el cambio de clientes

Luego, en todo caso y de forma general,...

- ✓ Si queremos seguir produciendo mayoritariamente...
- ✓ ... pero el consumo se...

Y, por cierto,
¿quién se lo vende?
¿Nuestros clientes o nosotros?

Comerciales
Viajes
OCM Promoción

Por cierto, para ese consumo tanta o más importancia que el líquido (vino) tiene lo que transmite el producto.



Y ante estos cambios,

Hacia el cambio de clientes

Luego, en todo caso y de forma general,...

✓ Si queremos seguir produciendo...

✓ ...

**Punto fundamental:
Conocer al consumidor
y seguirle de cerca**

...ajes

OCM Promoción

Por cierto, para ese consumo tanta o más importancia que el líquido (vino) tiene lo que transmite el producto.



“Con fuertes desafíos recientes”



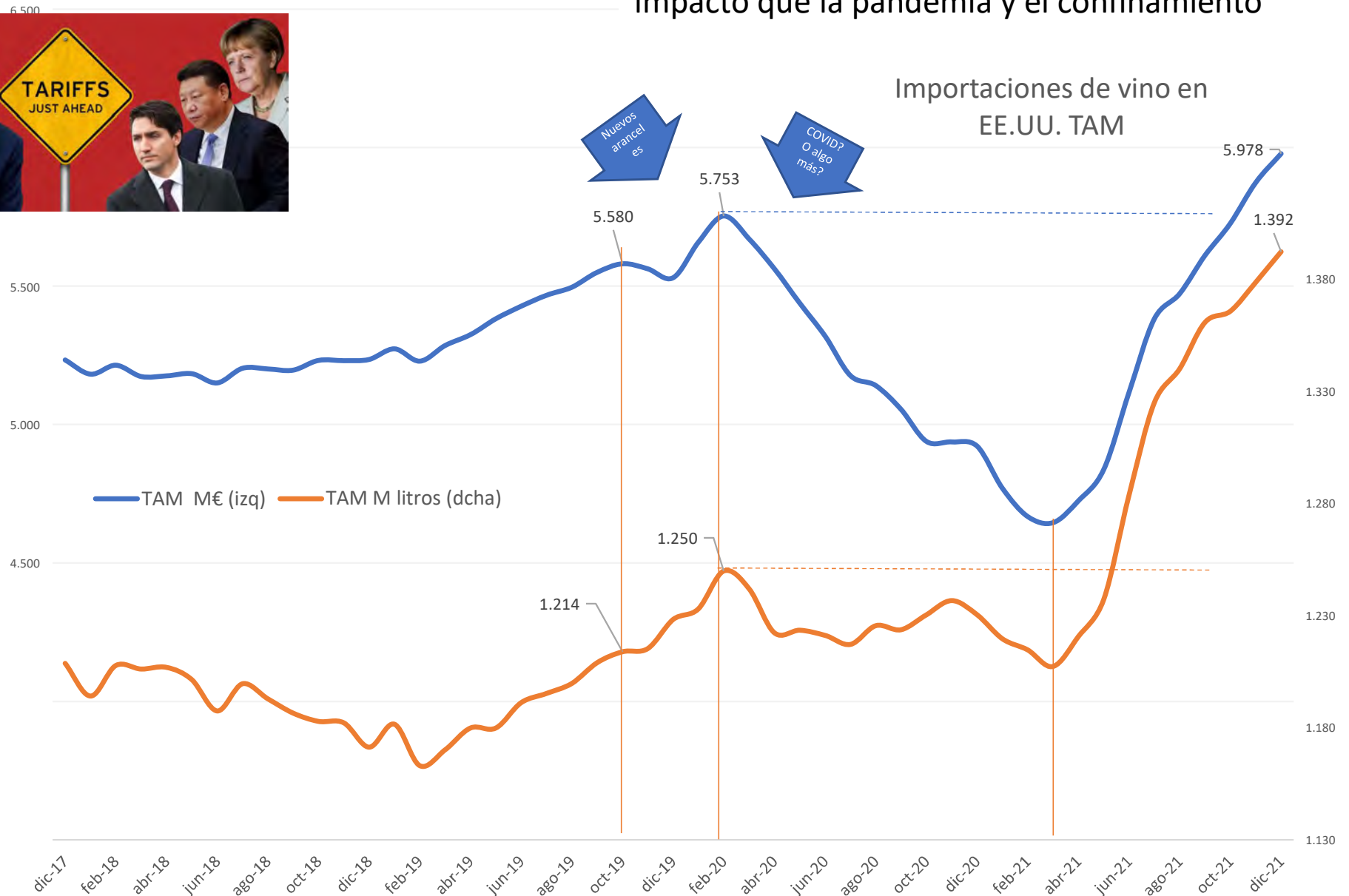
Por supuesto, la COVID19 pero, además, otra sucesión de “cisnes negros” o la conjunción de los “cuatro jinetes del apocalipsis”



Los 4 jinetes...

... además de la COVID19 

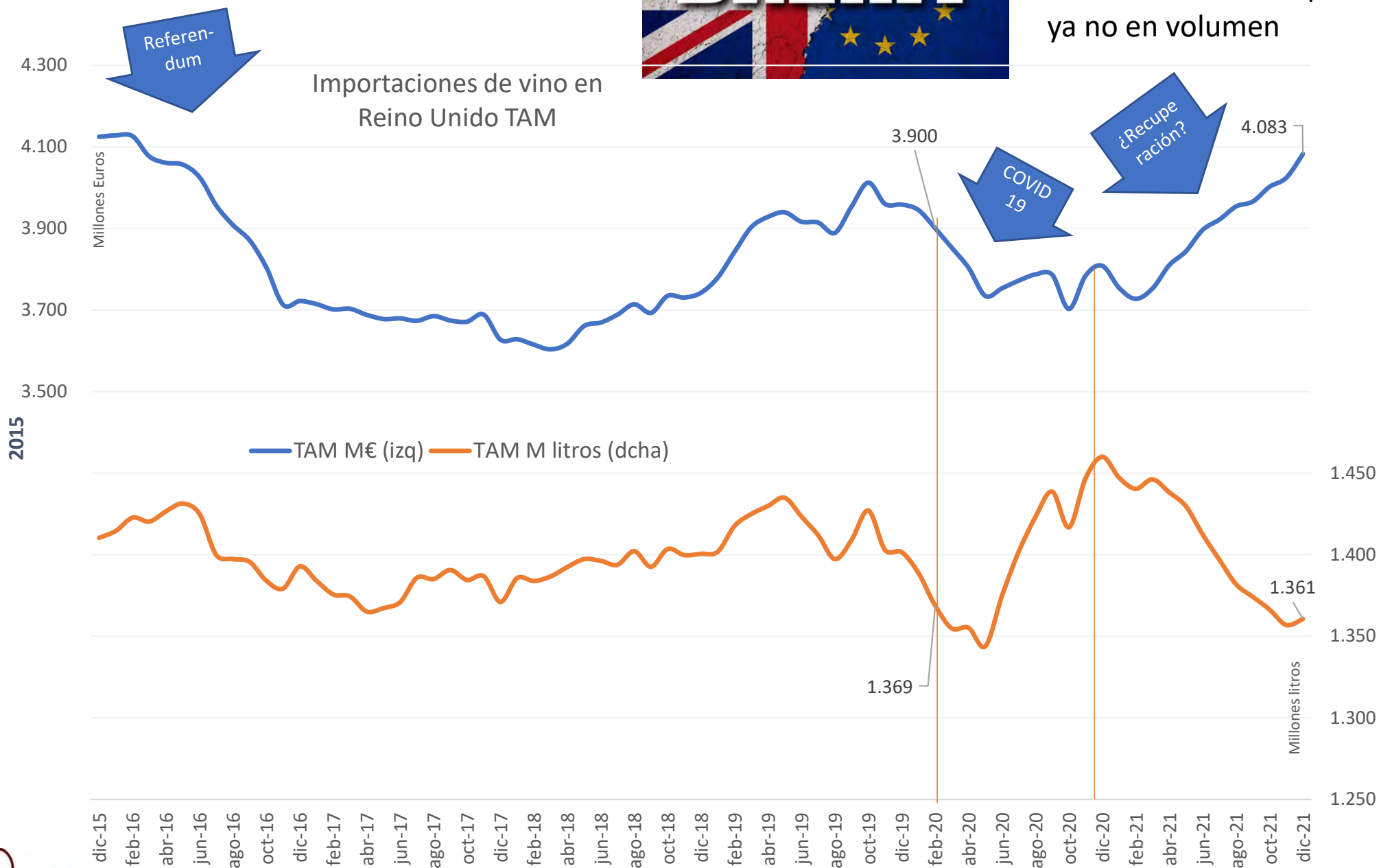
Los aranceles impuestos por EEUU tuvieron menos impacto que la pandemia y el confinamiento



Los 4 jinetes...



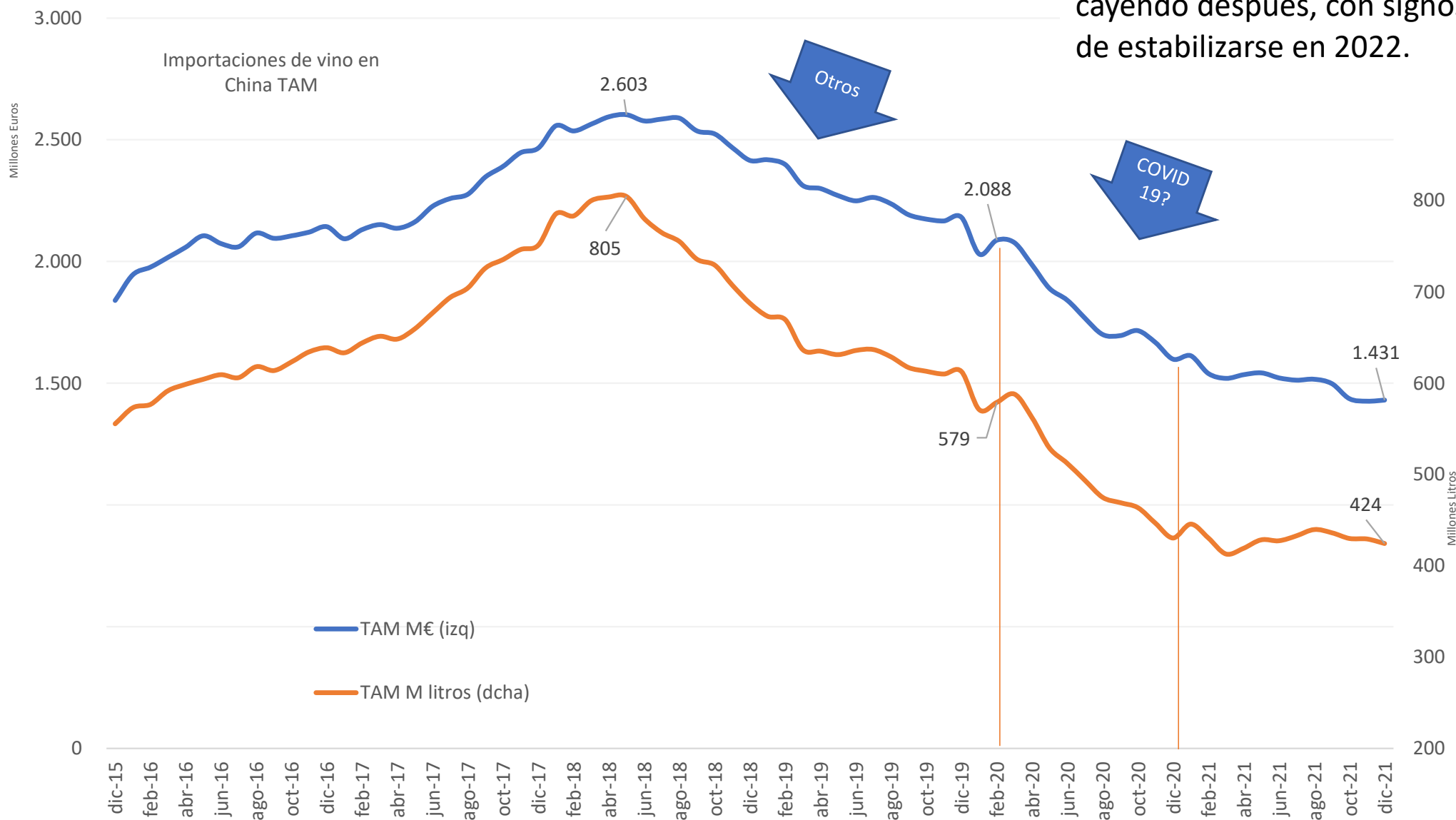
El BREXIT trajo consigo un magnífico 2020 y un buen 2021 en valor pero ya no en volumen



Los 4 jinetes...



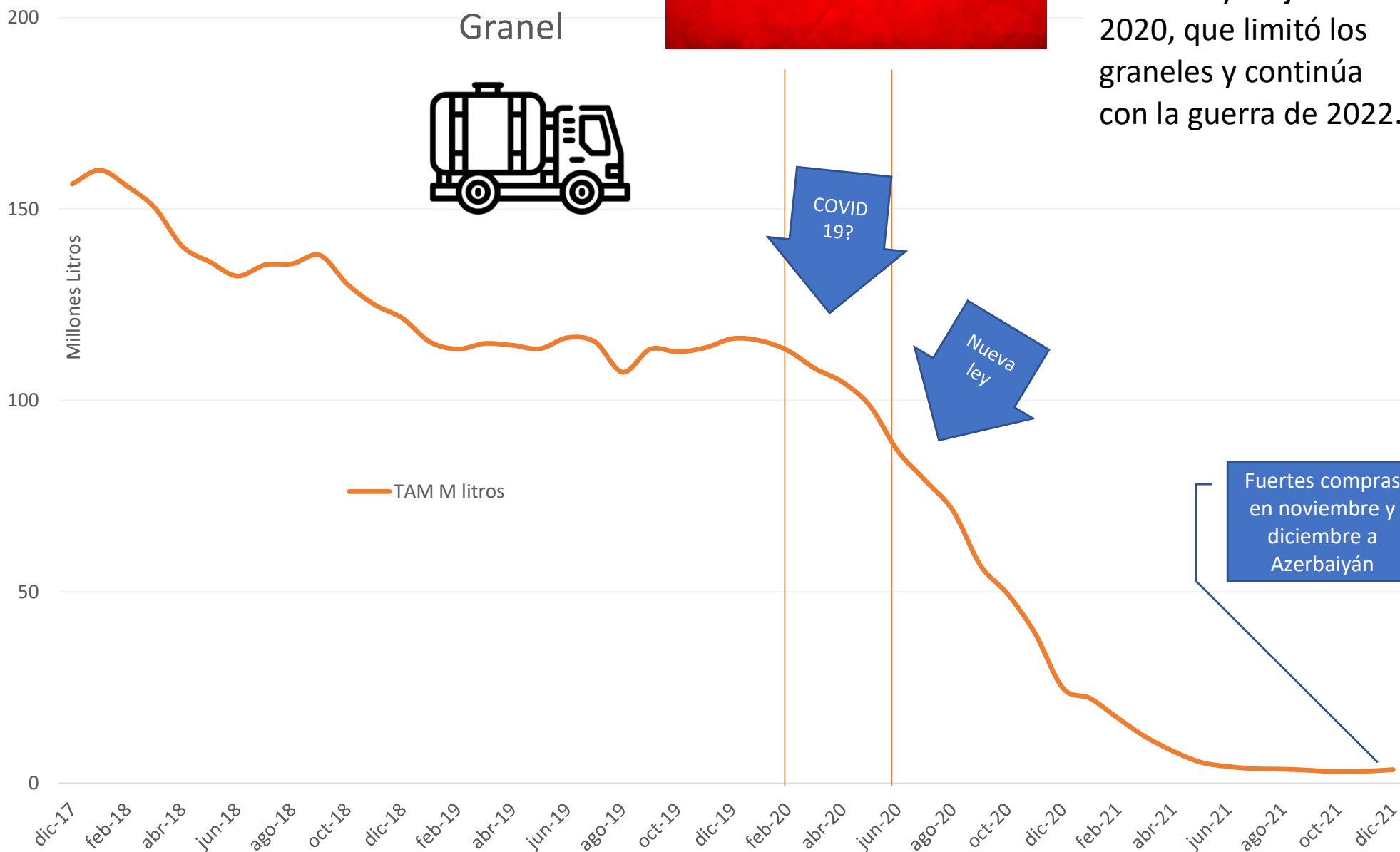
Las importaciones en China venían cayendo antes de la pandemia y han seguido cayendo después, con signos de estabilizarse en 2022.



Los 4 jinetes...



En Rusia, la crisis para España empezó con la nueva Ley de junio 2020, que limitó los graneles y continúa con la guerra de 2022.



- ❖ El vino en el mundo va bien, ha aguantado bien las crisis y se está recuperando con fuerza
- ❖ Se da a nivel mundial una creciente bipolarización entre los vinos premium y los de entrada de gama
- ❖ El espumoso muestra una demanda creciente pero a precios menores (más popular), para gran beneficio de Italia
- ❖ El granel es fenómeno en aumento y no solo para vinos baratos
- ❖ La UE tiene un gran comercio interno, pero ha perdido cuota en las importaciones mundiales de vino
- ❖ Las ventas a América y Asia, y crecientemente al hemisferio sur, implican otras visiones del vino, cómo y por qué se consume
- ❖ Gran estabilidad en cuanto al volumen pero a precios crecientes (premiumización)...
- ❖ ... hasta que llegó la COVID-19
- ❖ Los impactos más sonoros (BREXIT, aranceles Trump) no parecen duraderos, pero importa el consumo en China y las reglamentaciones y los conflictos (Rusia, ...) además de los costes
- ❖ Escandinavia sigue dando alegrías
- ❖ Siempre hay oportunidades en los mercados internacionales... incluso en las peores crisis

→ **diversificación.**

LA DISTRIBUCIÓN ES CLAVE:

UK es el 10º exportador mundial, seguido de HK, Singapur, China y Holanda



PERO TAMBIÉN:

LA RENTABILIDAD ES LA GRAN PREOCUPACIÓN

A la búsqueda de más vinos premium espumosos y envasados
y menores costes en los más básicos



EN UN MUNDO DONDE EL CONSUMO SE DIVERSIFICA

Y nuevos consumidores significan nuevas oportunidades, pero también nuevas formas de acercarse al vino y nuevos retos para hacérselo llegar y dárselo a conocer



Nos movemos, por lo tanto, en:

- ❑ Un mundo cada vez más globalizado
- ❑ Que, para el vino, va bien y genera valor...
- ❑ ... pese a la sucesión de problemas recientes
- ❑ Aunque cambian los consumidores...
- ❑ .. y, por lo tanto, las formas de consumir y comerciar.

Pero, en el que, además:

- ❑ España es líder mundial

Y Requena:

- ❖ Es parte fundamental de este mundo del vino
- ❖ Y se beneficia y sigue creciendo en él

En España, la evolución reciente nos ha llevado a:

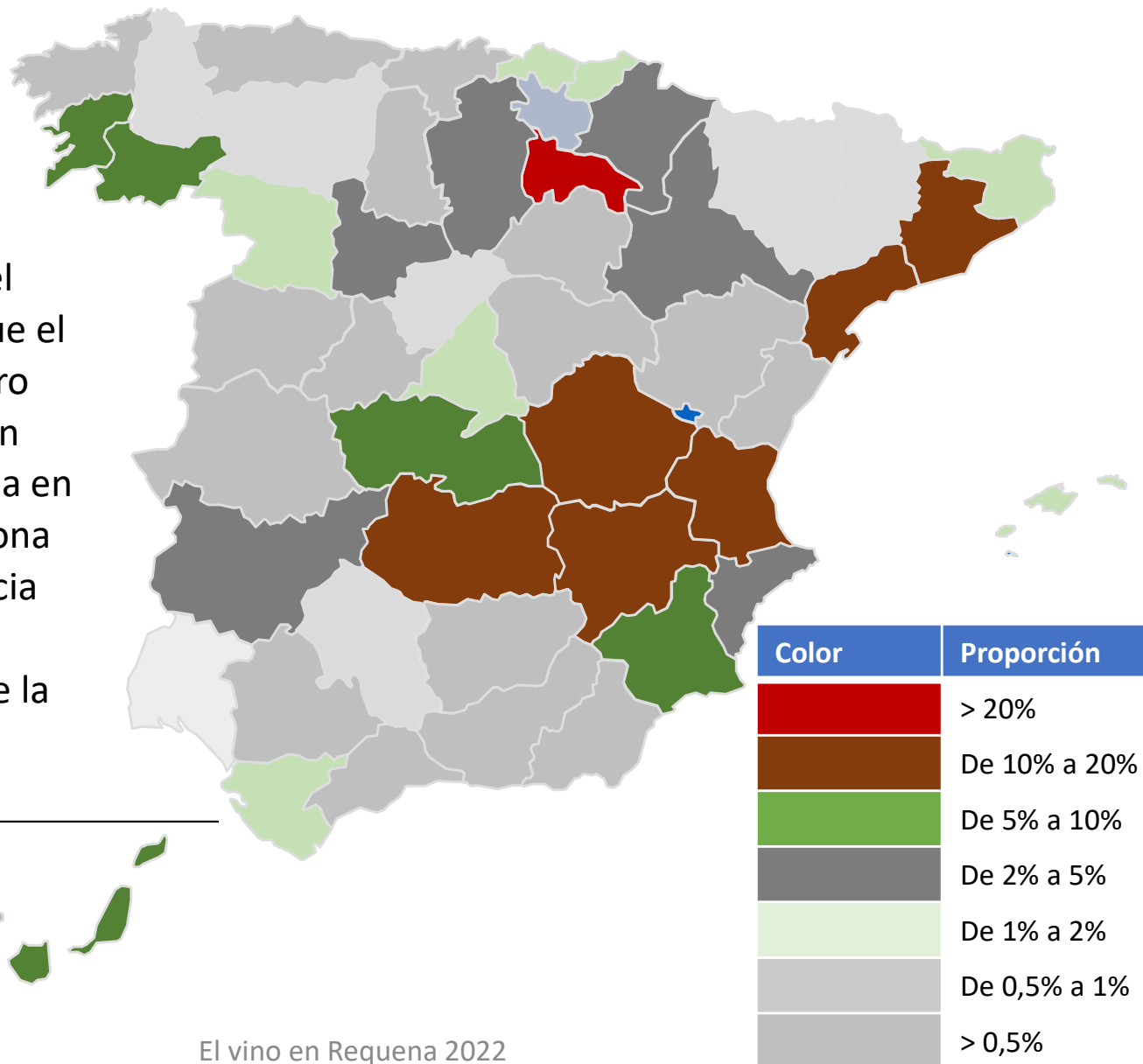
- Un sector expandido por las 17 CC.AA., fuerte, volcado hacia los mercados y líder mundial en superficie y exportación
- Con la superficie ya estabilizada
- Pero, con un fuerte desequilibrio entre lo que producimos y lo que vendemos
- Con un consumo interior estable pero cambiando
- Exportaciones – claves – más, en volumen que en valor, para corregir los desequilibrios
- ... y una incipiente mentalidad hacia la *premiumización*.

- ❑ Un sector expandido por las 17 CCAA, fuerte, volcado hacia los mercados y líder mundial en superficie y exportación

Superficie de viñedo en proporción a la SAU (superficie agraria utilizada) total por provincias

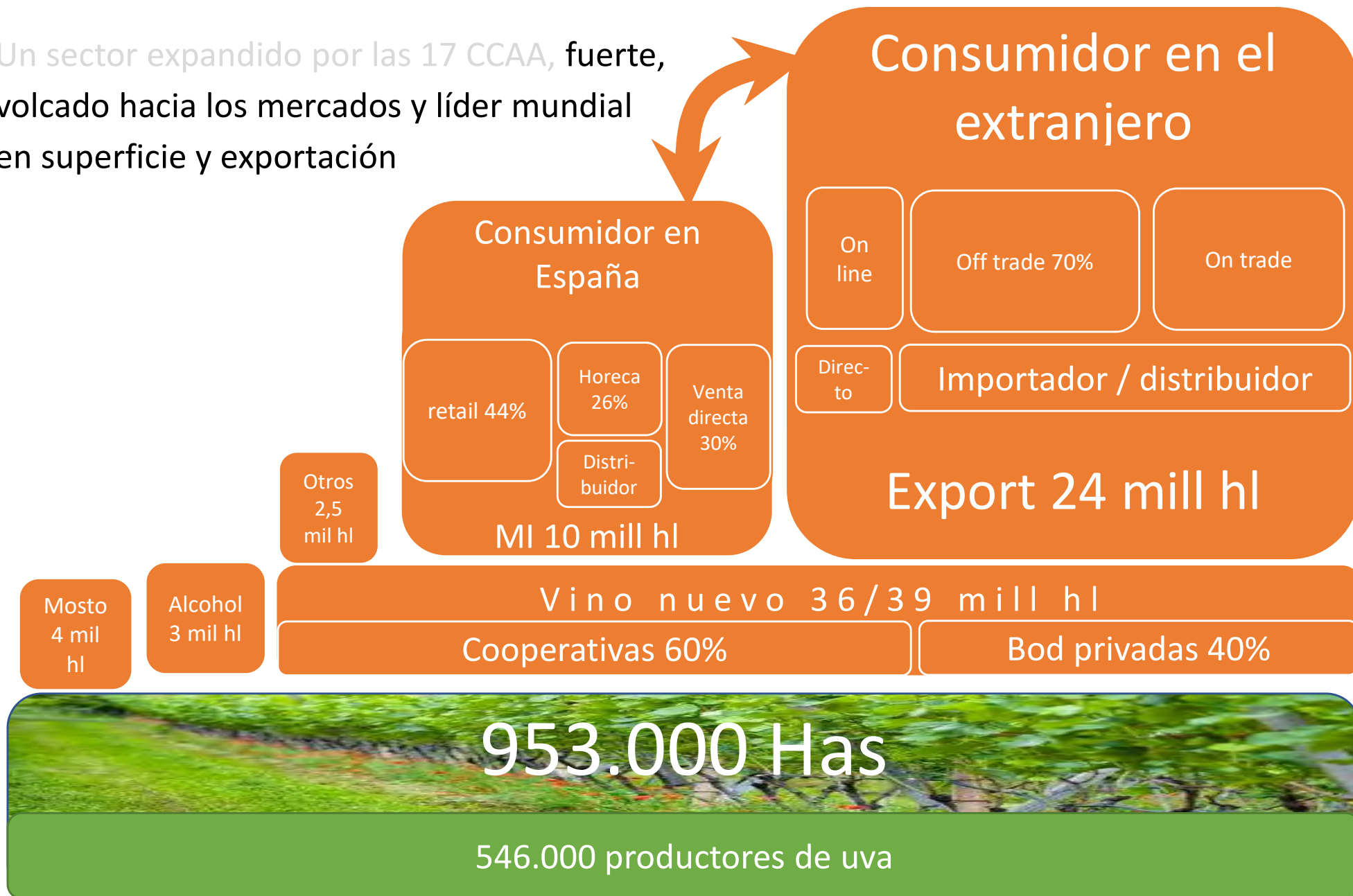
Fuente: Datos INE Censo Agrario 2020; elaboración OeMv

Con datos del Censo Agrario del INE del 2020, comprobamos que el viñedo está en las 17 CCAA, pero es especialmente importante en relación con la superficie agraria en La Rioja (21% del total), Tarragona (14,3%) y la provincia de Valencia (13,7%), por delante incluso de Ciudad Real (13,4% del total de la SAU).



El sector del vino en España

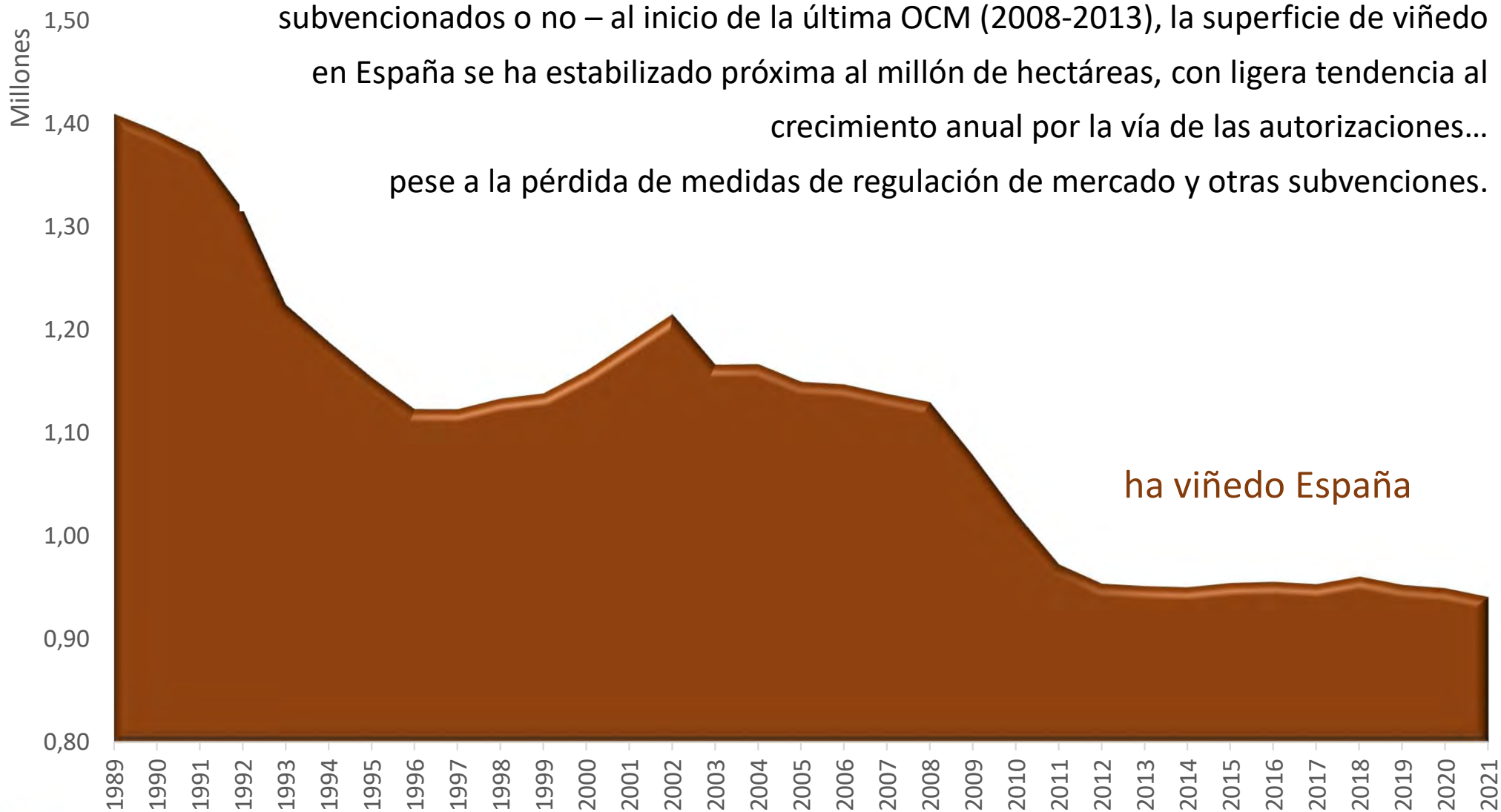
- Un sector expandido por las 17 CCAA, fuerte, volcado hacia los mercados y líder mundial en superficie y exportación



El sector del vino en España

☐ Con la superficie ya estabilizada

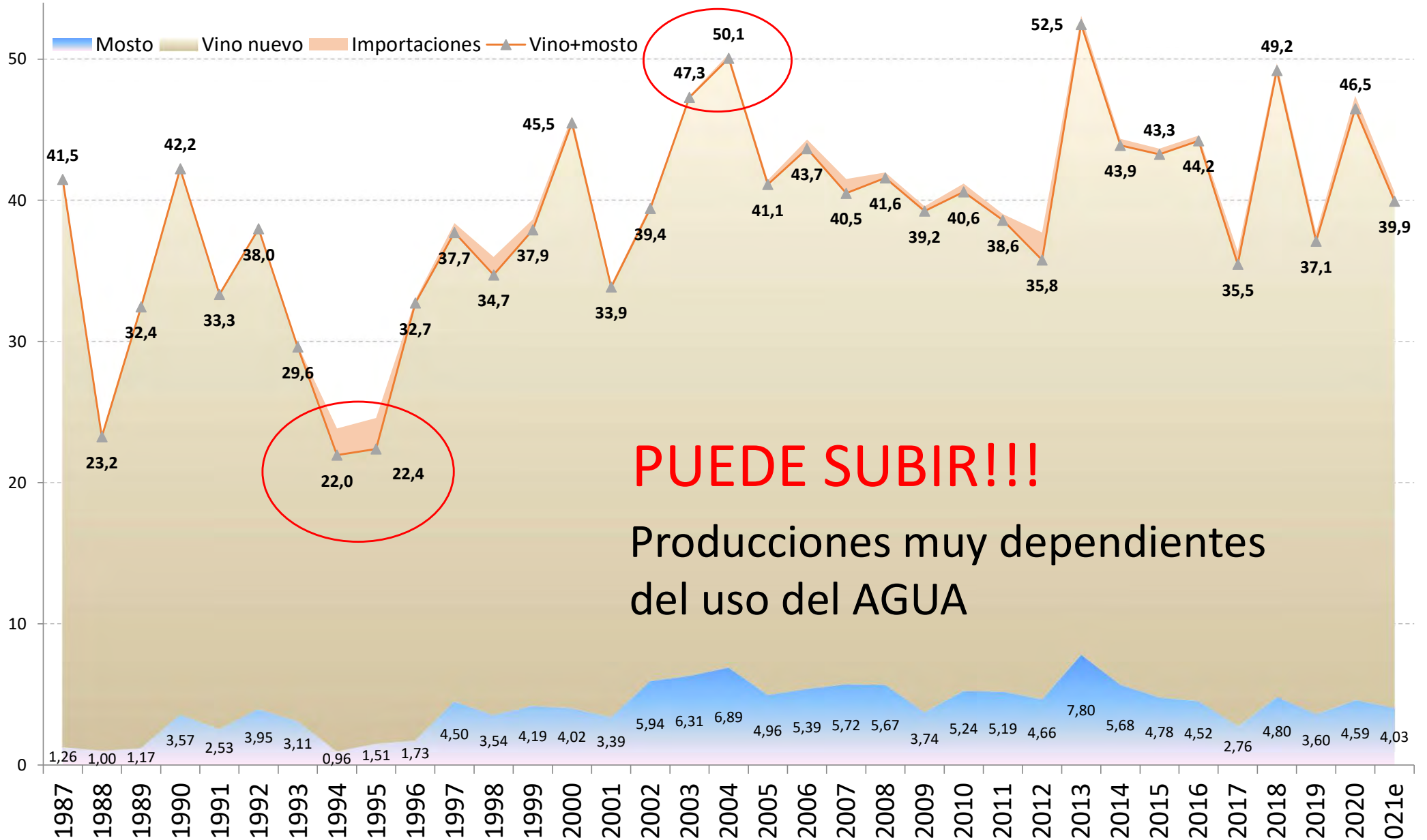
Tras las fuertes pérdidas de los años '90 del pasado siglo y los arranques – subvencionados o no – al inicio de la última OCM (2008-2013), la superficie de viñedo en España se ha estabilizado próxima al millón de hectáreas, con ligera tendencia al crecimiento anual por la vía de las autorizaciones... pese a la pérdida de medidas de regulación de mercado y otras subvenciones.



Una preocupación: *desequilibrio en lo que producimos*

La producción es errática y da sustos, al alza o a la baja

Con dos grandes riesgos: (i) la variabilidad y (ii) la posible sucesión de dos cosechas seguidas cortas o largas.



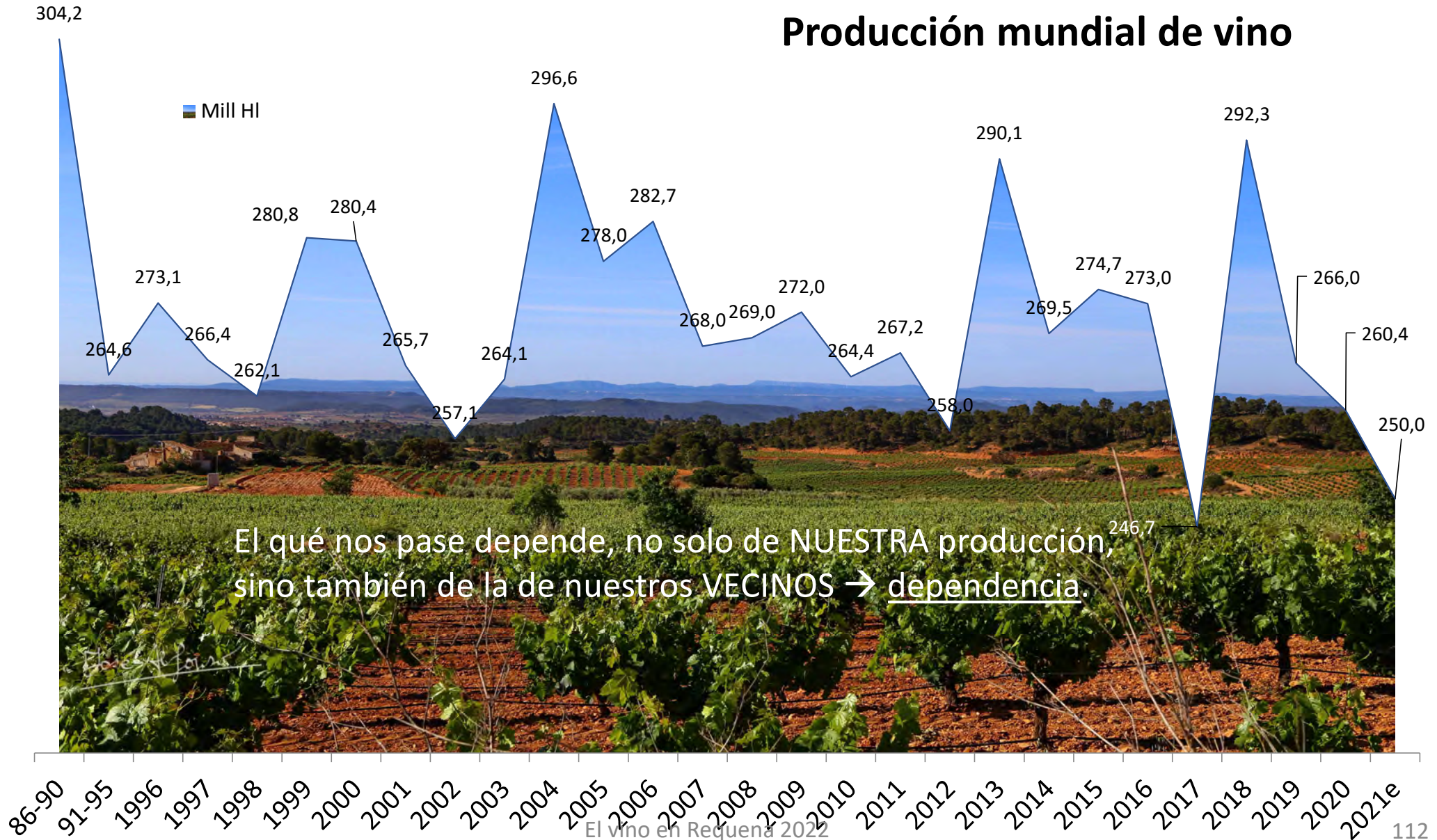
PUEDE SUBIR!!!

Producciones muy dependientes del uso del AGUA

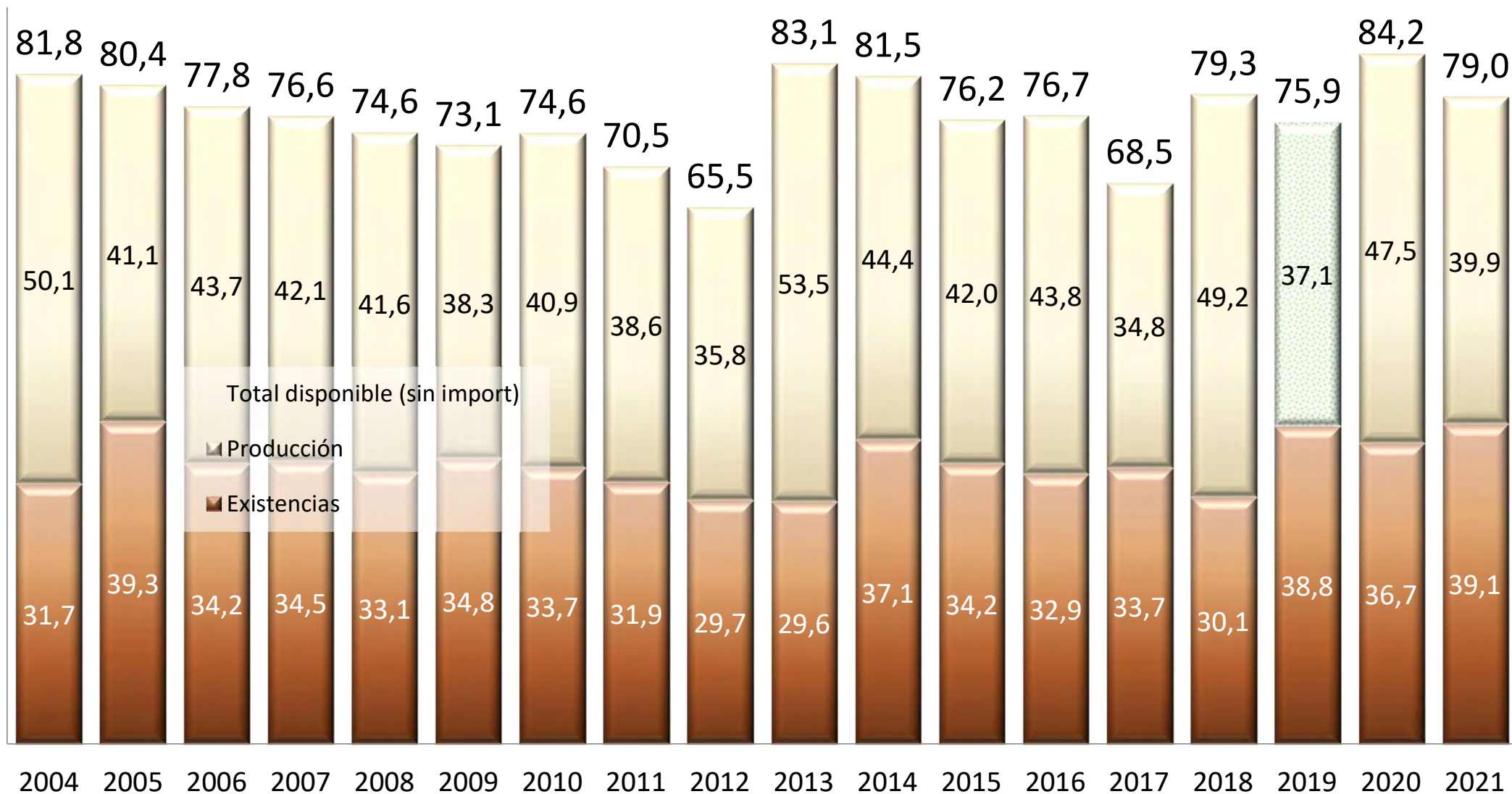
Una preocupación: *desequilibrio en lo que producimos*

A efectos del equilibrio en nuestras producciones y ventas, y dado que gran parte del granel que vendemos depende de 4 mercados que también son productores y compran cuando sus cosechas lo requieren, nos preocupa también el contexto de producción mundial.

Producción mundial de vino



Disponibilidad de vino en España



Producción de un año, sumada a las existencias al inicio de campaña, dan las “disponibilidades” totales (junto con importaciones) que, cuando sobrepasan los 80 M hl implican mucho vino disponible.

Desequilibrio, que al final siempre encuentra su acomodo

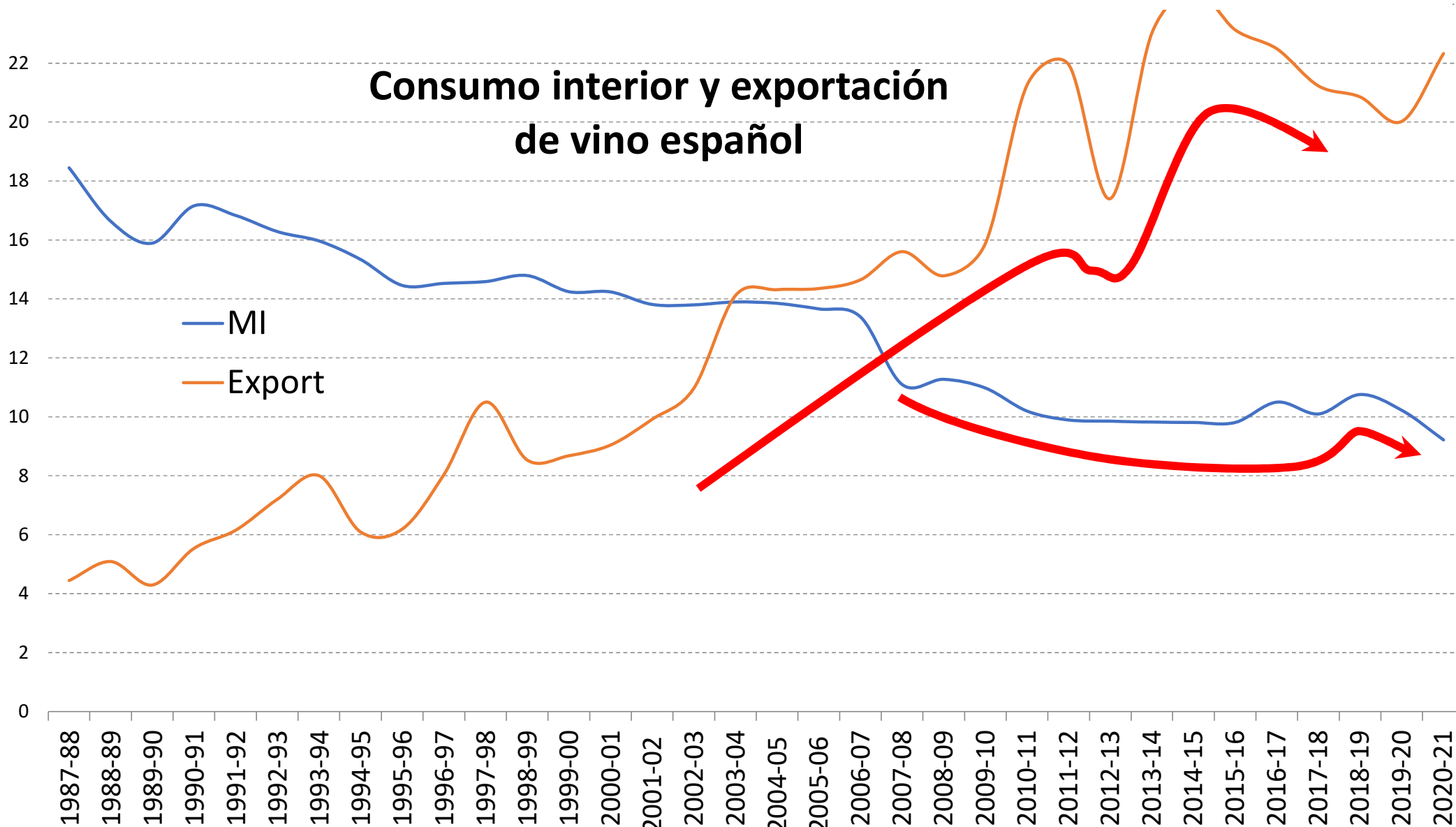
Medias últimas 5 campañas vitivinícolas en ESPAÑA



... que vendemos en dos mercados principales

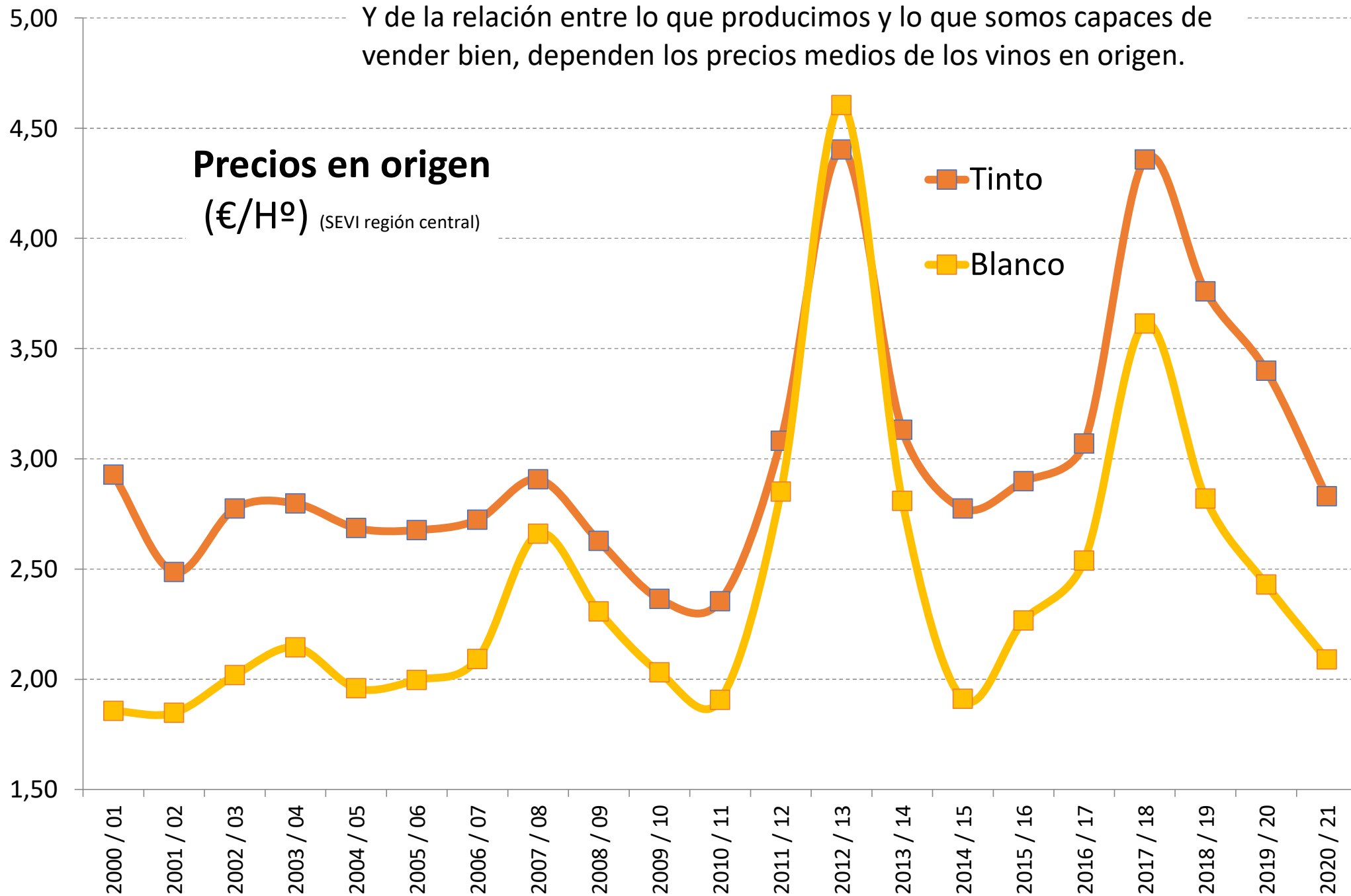
Dos mercados principales que han cambiado y están cambiando ...

tanto el mercado interior (MI), más estable y donde se frenó la caída histórica, como la presión para exportar en grandes cantidades.



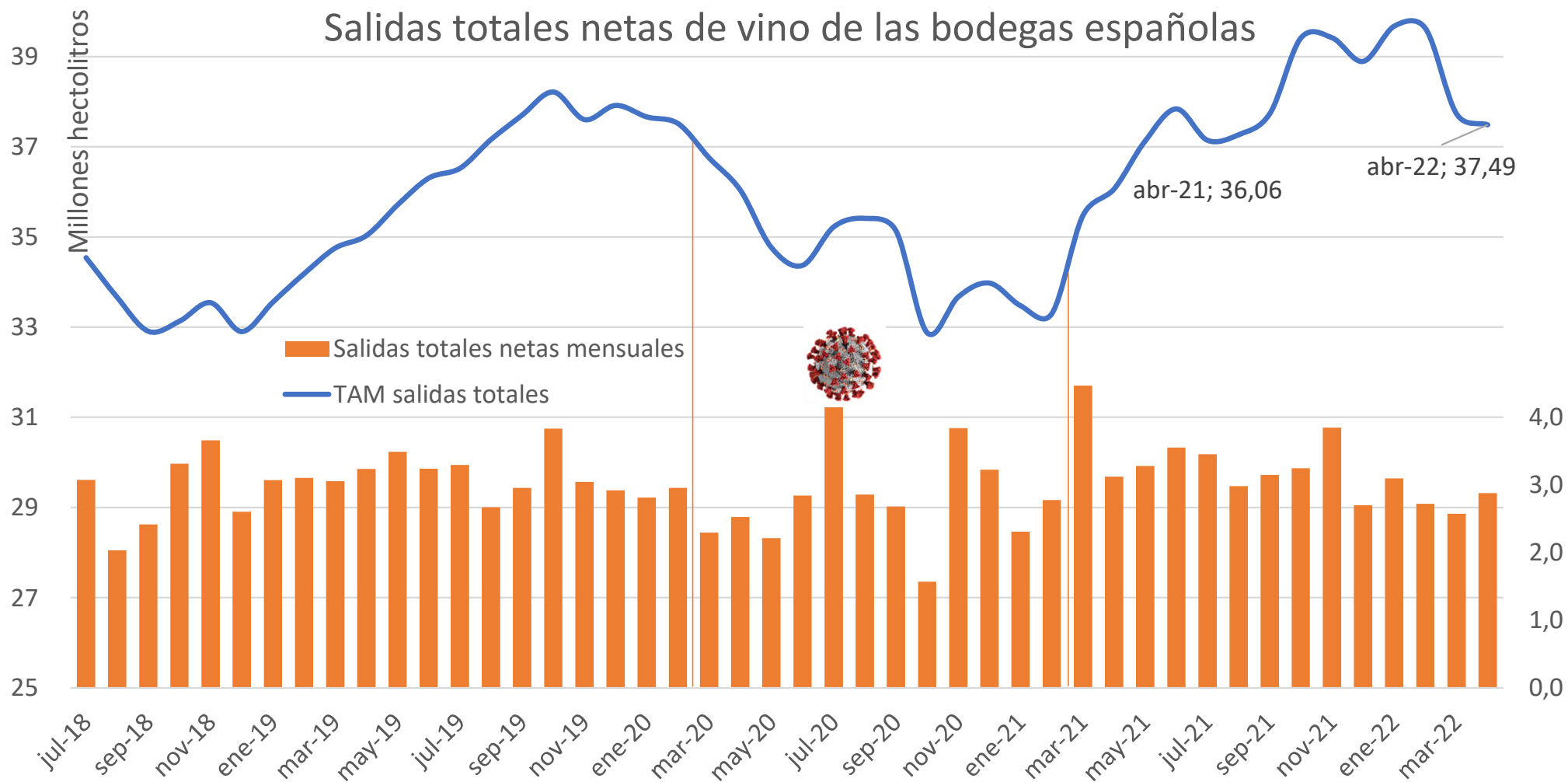
Precios en origen

Y de la relación entre lo que producimos y lo que somos capaces de vender bien, dependen los precios medios de los vinos en origen.



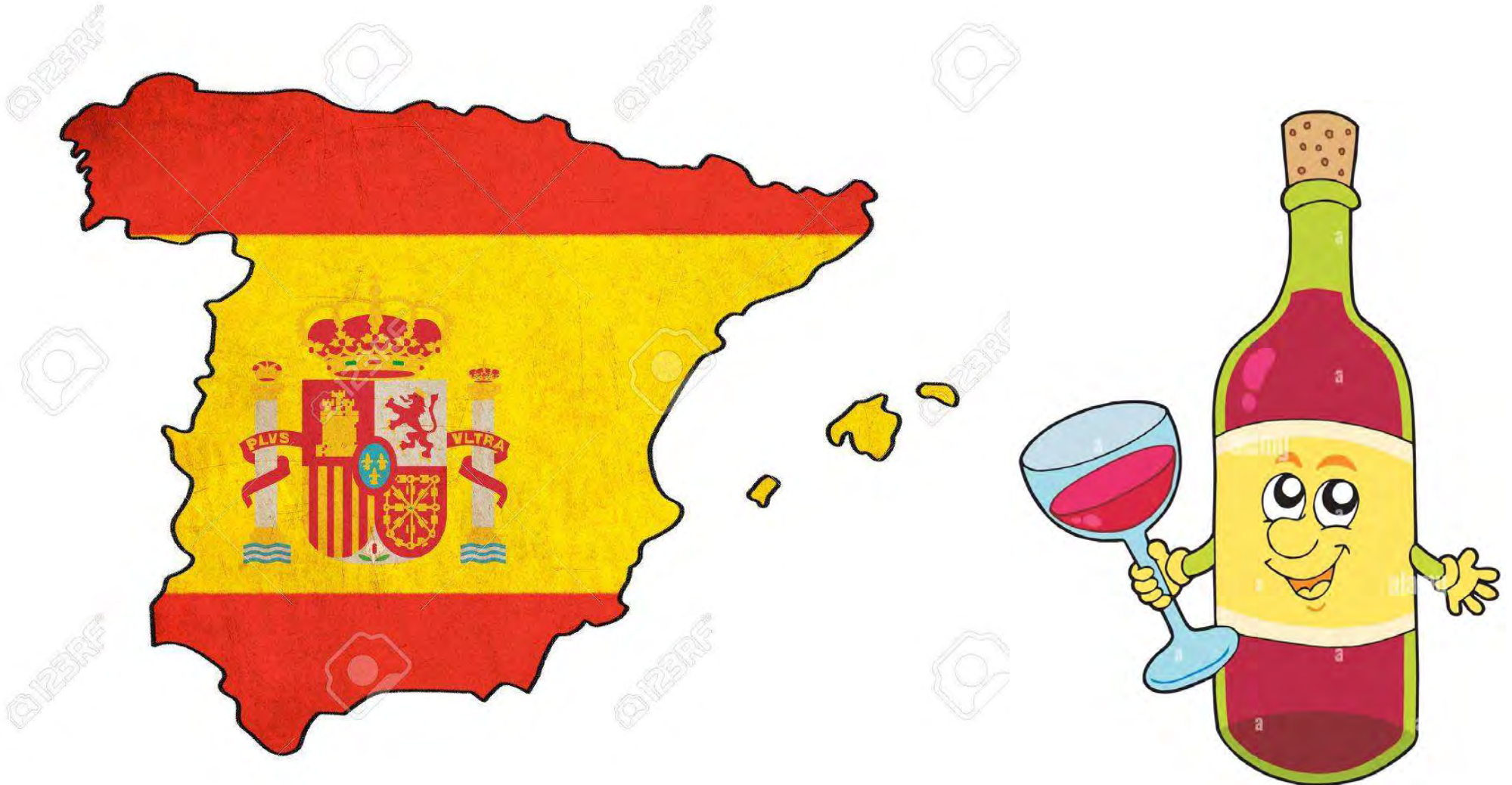
Ventas totales

Respecto de las ventas, los datos del INFOVI permiten conocer las salidas TOTALES por diferencia de existencias entre un mes y el anterior. En los últimos 4 años:



Un muy buen 2019 quedó truncado por la pandemia, a la que ha seguido una buena recuperación en 2021... hasta que llegó la guerra de Rusia, la inflación, los problemas de transportes y la incertidumbre.

El consumo de vino en España



“Con un consumo estable pero cambiando”

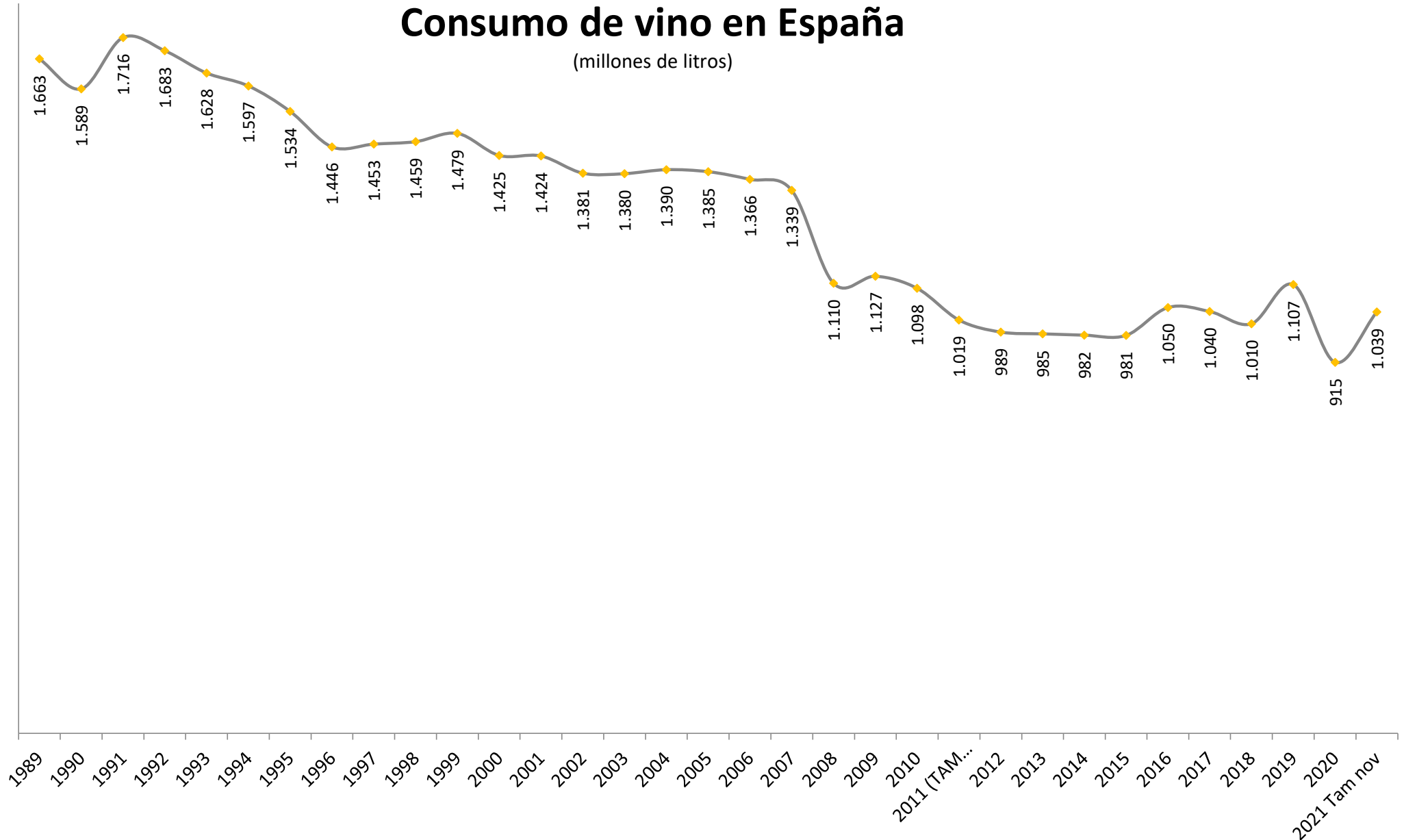
Consumo de vino en España para el que:

- 1) Se frenó la caída del consumo de vino en España, ... hasta que llegó la COVID-19 y la recuperación es aún escasa
- 2) El consumo de vino en España parece muy sensible a los aumentos de precio
- 3) La indicación geográfica sigue siendo *driver* fundamental

¿Abriéndonos a la innovación?

“Con un consumo interior estable pero cambiando”

En el **mercado nacional**, la tendencia es mucho más estable desde 2008, e incluso apuntaba al crecimiento (hasta 2019), pero resultó muy afectado por la pandemia y el confinamiento, del que ahora se recupera.

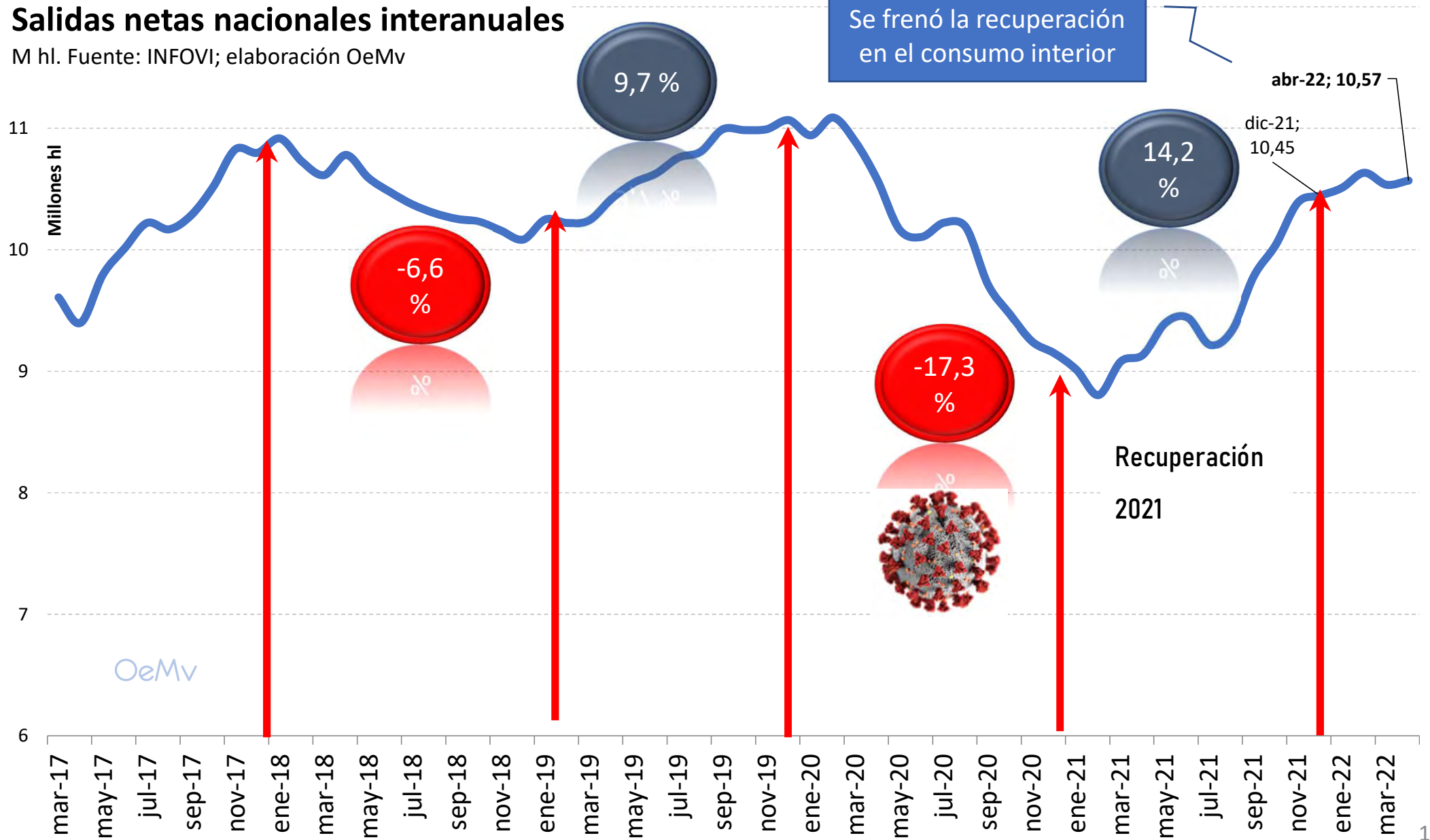


El vino en España – consumo interno

En los últimos 4 años el consumo en España mostraba signos de gran recuperación, volviendo a superar los 11 M hl en 2019. Pero la COVID19 nos hizo perder 2 M hl ... que todavía no se han recuperado.

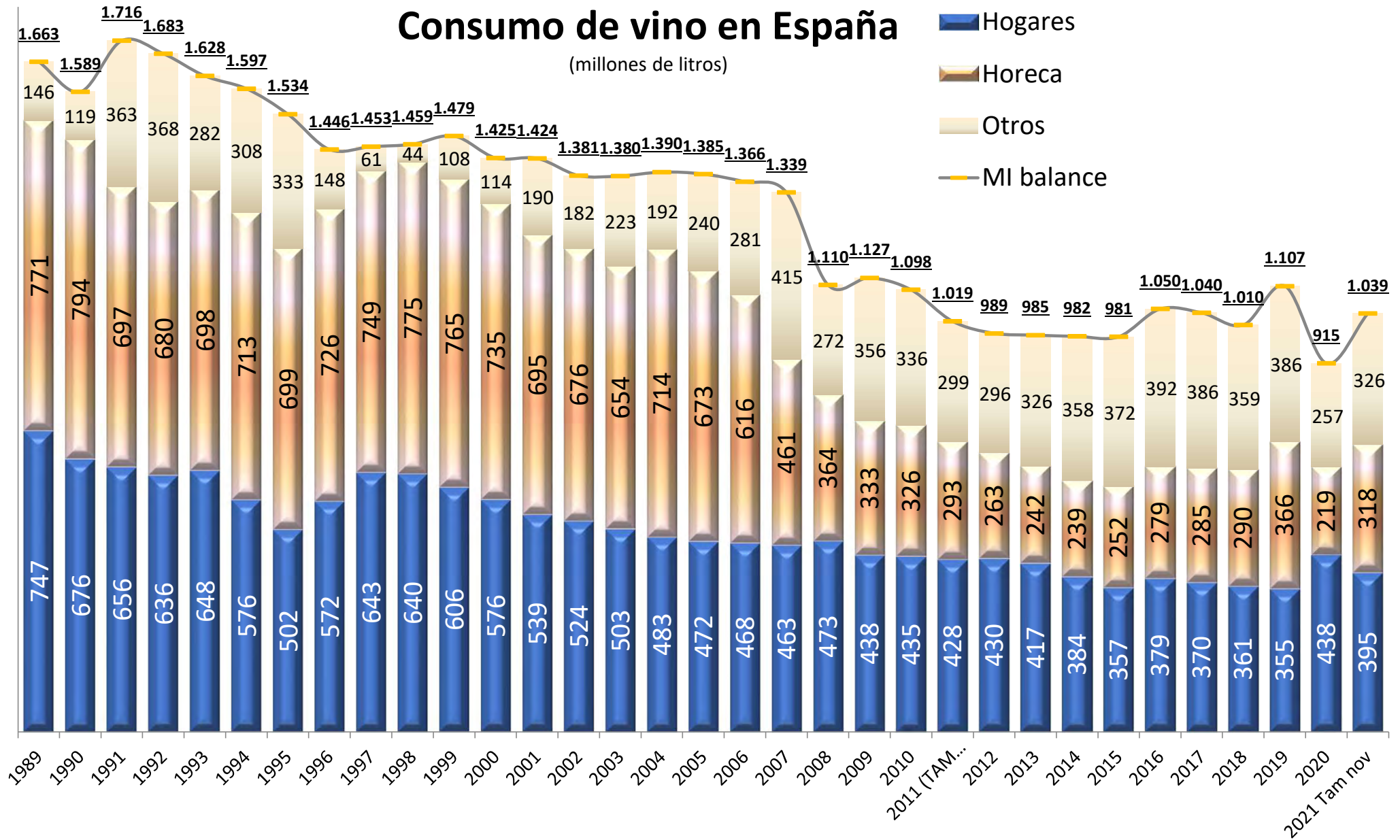
Salidas netas nacionales interanuales

M hl. Fuente: INFOVI; elaboración OeMv



Pero “cambiando” → canales

En el **mercado nacional**, la tendencia es mucho más estable, y apuntaba al crecimiento, con algunos baches (2018) y con tendencia a mantenernos por encima de los 10 mill Hls... hasta que llegó la pandemia.



“Cambiando” → nuevos canales

Más de una tercera parte del consumo estimado en España

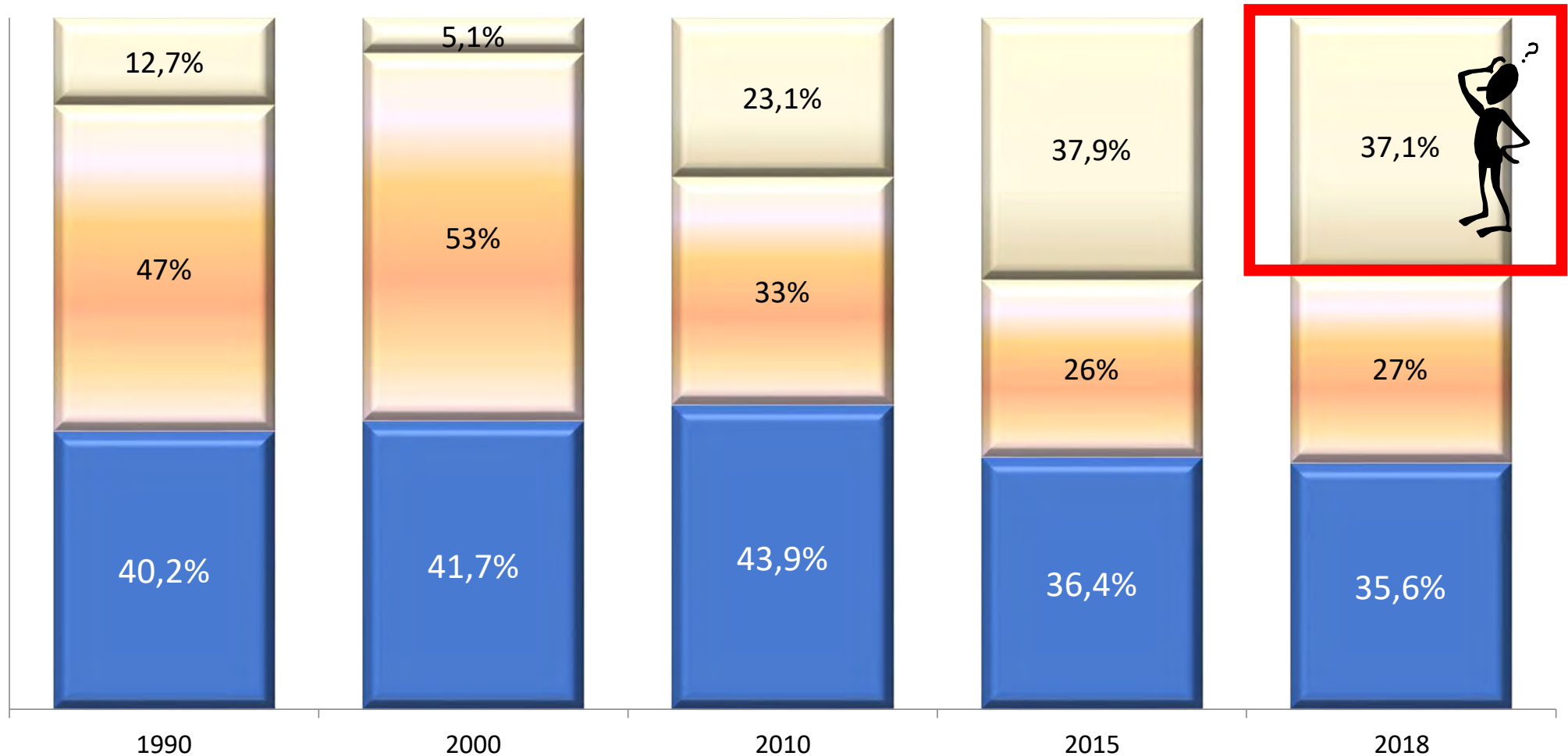
Consumo de vino en España

(% sobre total balance)

■ Hogares

■ Horeca

■ Otros

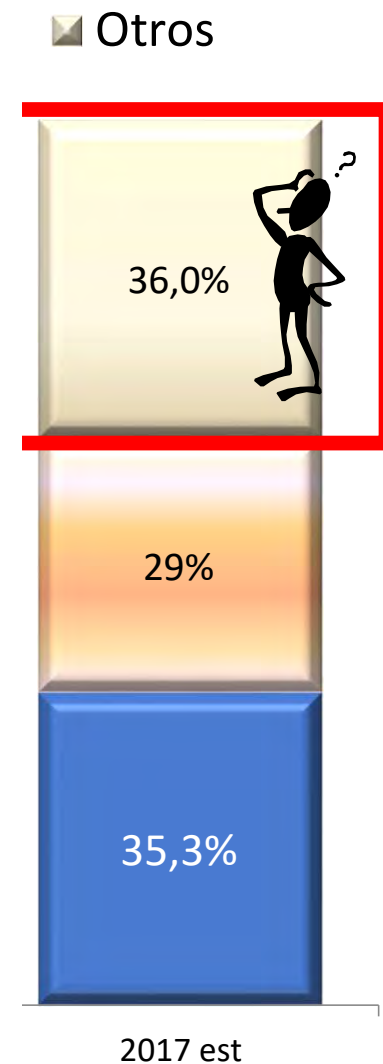


“Cambiando” → nuevos canales

Que sabemos lo que incluye, aunque no esté medido aún:

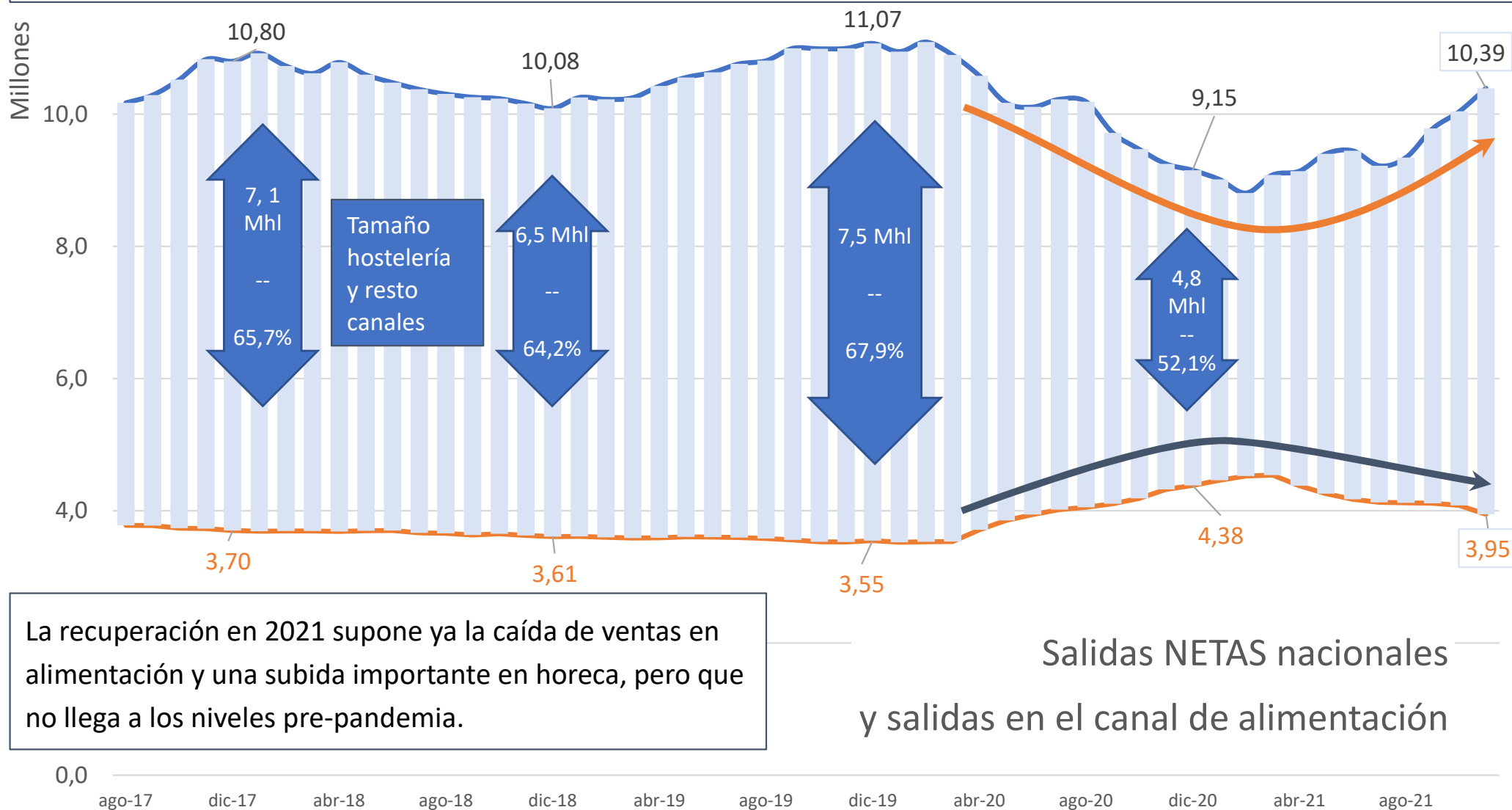
- ✓ Venta en establecimientos no permanentes
- ✓ Catering en establecimientos no permanentes
- ✓ Venta en establecimientos especializados
- ✓ Venta directa en bodega → enoturismo
- ✓ Venta por internet (bodega o multimarca)
- ✓ Autoconsumos

Oportunidad



Consumo extradoméstico

Entre los grandes canales, la gran caída de consumo en horeca en 2020 no fue compensada por la subida importante (1 M hl) del canal alimentación, ni por las ventas directas u on line.



La recuperación en 2021 supone ya la caída de ventas en alimentación y una subida importante en horeca, pero que no llega a los niveles pre-pandemia.

Salidas NETAS nacionales
y salidas en el canal de alimentación

Consumo interno - HoReCa

Da (Informe de consumo alimentación 2020) una estimación de total consumo extradoméstico de “bebidas frías” ...

.. Y unos porcentajes de cómo se dividen.

| | Consumo extradoméstico de bebidas frías en 2020 | % Variación 2020 vs. 2019 |
|--|---|---------------------------|
| VOLUMEN (miles consumiciones) | 3.671.218,00 | -40,0 % |
| VOLUMEN (miles kg ó litros) | 1.757.150,02 | -38,7 % |
| VALOR (miles euros) | 6.167.411,00 | -38,8 % |
| PENETRACION (%) | 92,89 | -4,8 |
| FRECUENCIA COMPRA (actos) | 44,30 | -37,9 % |
| COMPRA MEDIA (consumiciones) | 115,99 | -37,1 % |
| VOLUMEN POR ACTO (consumiciones) | 2,62 | 1,3 % |
| CONSUMO PER CAPITA (kg ó litros por individuo) | 51,57 | -39,0 % |
| GASTO PER CAPITA (€ por individuo) | 181,00 | -39,1 % |
| PRECIO MEDIO (kg ó litros) | 3,51 | -0,1 % |

X 6,1%*

* A precio Nielsen (5,50 €/l).

107,19

M I

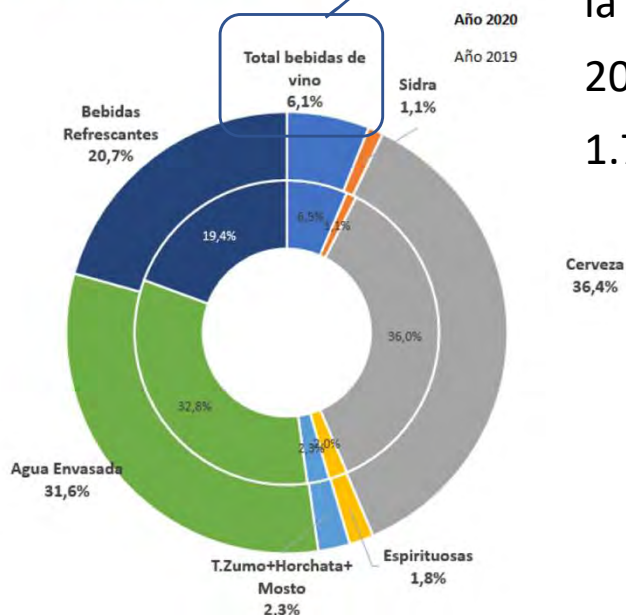
589,55

M €



... Y resulta poco creíble.

Importancia por tipos de bebidas frías



De donde podemos deducir que, en la versión más optimista, el vino en 2020 sería el 6,1% de 1.757,15 M I

Nielsen TAM ago '21

153,05

M I

841,71

M €

Consumo interno - hogares



CONSUMO DE VINO EN LOS HOGARES ESPAÑOLES

Fuente: MAPA; elaboración OeMv

Datos tasa anual movil hasta...

| | Mill. €uros | | | Mill Ltrs | | | €/l | | |
|------------------------------------|----------------|----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------|-------------|-------------|
| | nov.-20 | nov.-21 | Dif. | nov.-20 | nov.-21 | Dif. | nov.-20 | nov.-21 | Dif. |
| Espumosos y cavas con DOP | 143,4 | 149,4 | 4,2% | 27,2 | 28,3 | 4,0% | 5,28 | 5,28 | 0,1% |
| Vino tranquilo con DOP | 763,6 | 734,7 | -3,8% | 177,7 | 165,5 | -6,8% | 4,30 | 4,44 | 3,3% |
| Vino tranquilo sin DOP / IGP | 241,8 | 220,8 | -8,7% | 181,9 | 161,4 | -11,3% | 1,33 | 1,37 | 2,9% |
| Otros vinos: | 137,1 | 120,4 | -12,2% | 45,6 | 39,6 | -13,2% | 3,01 | 3,04 | 1,1% |
| IGP | 76,8 | 65,2 | -15,1% | 29,1 | 24,2 | -16,8% | 2,64 | 2,69 | 2,1% |
| Vino de aguja | 9,9 | 6,1 | -37,8% | 3,1 | 1,8 | -41,1% | 3,17 | 3,35 | 5,6% |
| Vino de licor | 50,5 | 49,0 | -2,8% | 13,4 | 13,5 | 1,3% | 3,77 | 3,62 | -4,0% |
| TOTAL VINOS | 1.285,9 | 1.225,2 | -4,7% | 432,3 | 394,8 | -8,7% | 2,97 | 3,10 | 4,3% |
| Bebidas con vino | 150,7 | 144,2 | -4,3% | 85,6 | 79,1 | -7,6% | 1,76 | 1,82 | 3,6% |
| TOTAL VINO+BEBIDAS CON VINO | 1.436,6 | 1.369,4 | -4,7% | 518,0 | 473,9 | -8,5% | 2,77 | 2,89 | 4,2% |

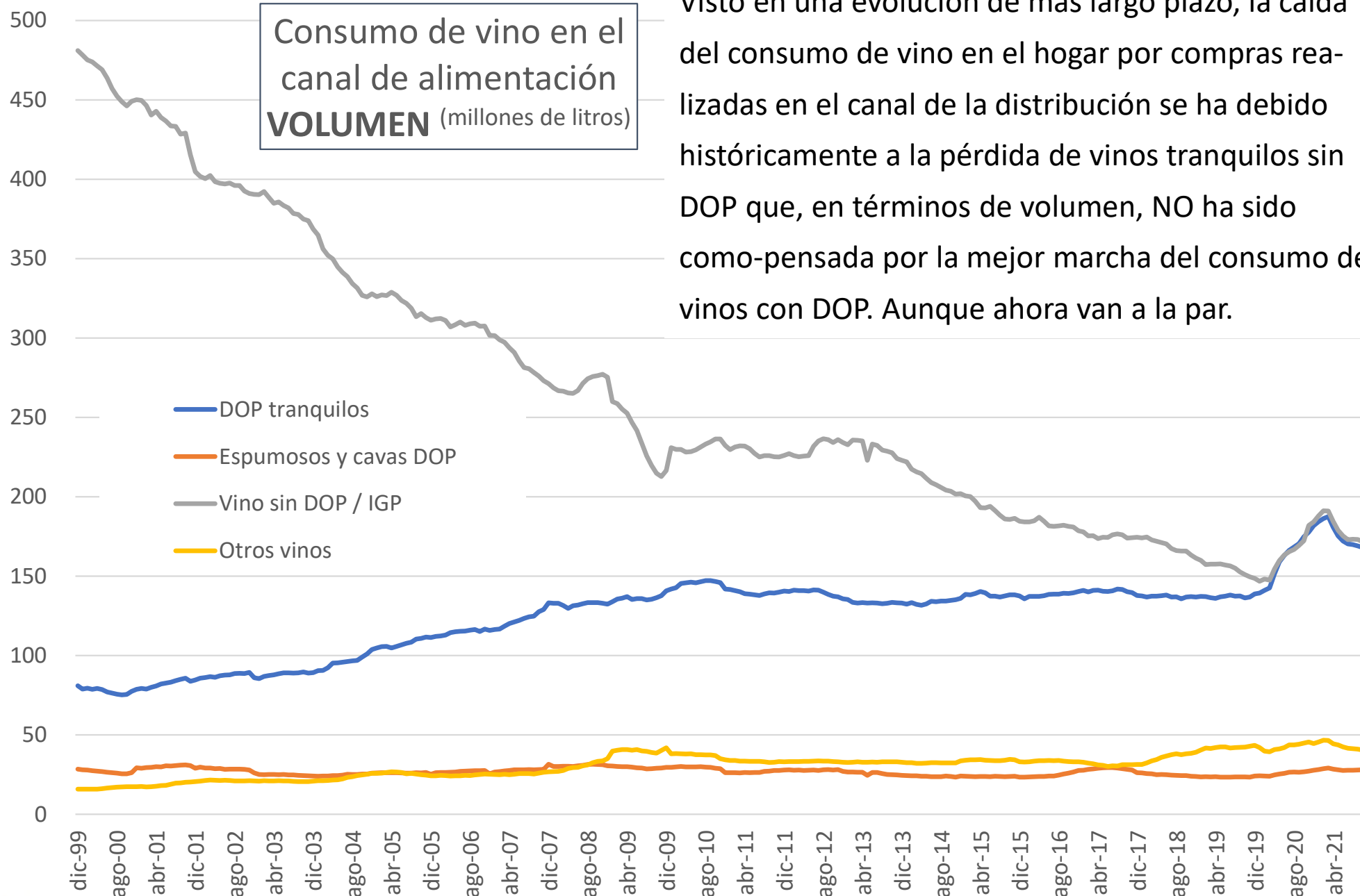
(1) Otros vinos: desde marzo de 2015 incluyen los vinos de aguja, vinos de licor y vinos con IGP. Anteriormente también incluía el aromatizado

(2) Bebidas con vino: incluye las sangrías, tintos de verano y vinos aromatizados.

En hogares (MAPA TAM a nov 2021) el año 2021 se volvió a la normalidad con ligera caída tras el gran crecimiento previo:

- Caen relativamente poco los vinos con DOP
- Suben, incluso en este año de relajación, los vinos espumosos
- Caen con más fuerza los vinos tranquilos sin DOP
- Peor, en general, el volumen que el valor, con subida de precios (también por vendimia escasa)

Consumo interno - hogares



Visto en una evolución de más largo plazo, la caída del consumo de vino en el hogar por compras realizadas en el canal de la distribución se ha debido históricamente a la pérdida de vinos tranquilos sin DOP que, en términos de volumen, NO ha sido como-pensada por la mejor marcha del consumo de vinos con DOP. Aunque ahora van a la par.

Consumo interno - hogares

Consumo de vino en el canal de alimentación **VALOR** (millones de euros)

Pero sí ha sido compensada en términos de VALOR, donde la subida de más de 500 millones de euros de vinos con DOP, en 20 años, ha superado la pérdida de apenas 200 millones de vinos sin DOP...



Consumo interno – hogares x tipo de envase



Consumo de vino en España (hogares) por tipo de envase

Fuente: MAPAMA; elaboración OeMv

| | Mill. €uros | | | Mill Ltrs | | | €/l | | |
|------------------------|-----------------|-----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-------------|-------------|--------------|
| | nov-20 | nov-21 | Var. % | nov-20 | nov-21 | Var. % | nov-20 | nov-21 | Var. % |
| Menos de 75 cl. | 17,82 | 17,03 | -4,4% | 6,36 | 5,59 | -12,1% | 2,80 | 3,05 | 8,7% |
| 75 cl. | 1.076,66 | 1.034,72 | -3,9% | 258,27 | 242,30 | -6,2% | 4,17 | 4,27 | 2,4% |
| 1 litro | 97,54 | 86,38 | -11,4% | 84,24 | 77,58 | -7,9% | 1,16 | 1,11 | -3,8% |
| Botella | 23,06 | 23,47 | 1,8% | 12,05 | 11,98 | -0,6% | 1,91 | 1,96 | 2,4% |
| Cartón | 66,57 | 56,46 | -15,2% | 67,87 | 61,28 | -9,7% | 0,98 | 0,92 | -6,1% |
| Otros 1 litro | 7,91 | 6,46 | -18,3% | 4,31 | 4,32 | 0,3% | 1,84 | 1,50 | -18,5% |
| Más de 1 litro | 93,88 | 87,06 | -7,3% | 83,49 | 69,32 | -17,0% | 1,12 | 1,26 | 11,7% |
| Botella | 21,01 | 20,57 | -2,1% | 14,02 | 14,77 | 5,3% | 1,50 | 1,39 | -7,0% |
| Cartón | 2,62 | 3,00 | 14,6% | 1,75 | 2,11 | 20,5% | 1,49 | 1,42 | -4,9% |
| Bag-In-Box | 9,96 | 9,64 | -3,2% | 7,49 | 7,00 | -6,5% | 1,33 | 1,38 | 3,5% |
| Otros > 1 litro | 60,30 | 53,85 | -10,7% | 60,23 | 45,44 | -24,6% | 1,00 | 1,18 | 18,4% |
| TOTAL ENVASES | 1.285,89 | 1.225,19 | -4,7% | 432,35 | 394,79 | -8,7% | 2,97 | 3,10 | 4,3% |

Por detalle de tipo de envase hasta noviembre 2021 (panel MAPA):

- Cae mucho el brick, especialmente en valor
- Cae, pero menos, la botella de 0,75 cl y revalorizándose (premiumización?)
- Y cae el BiB pese a la buena marcha en otros mercados.

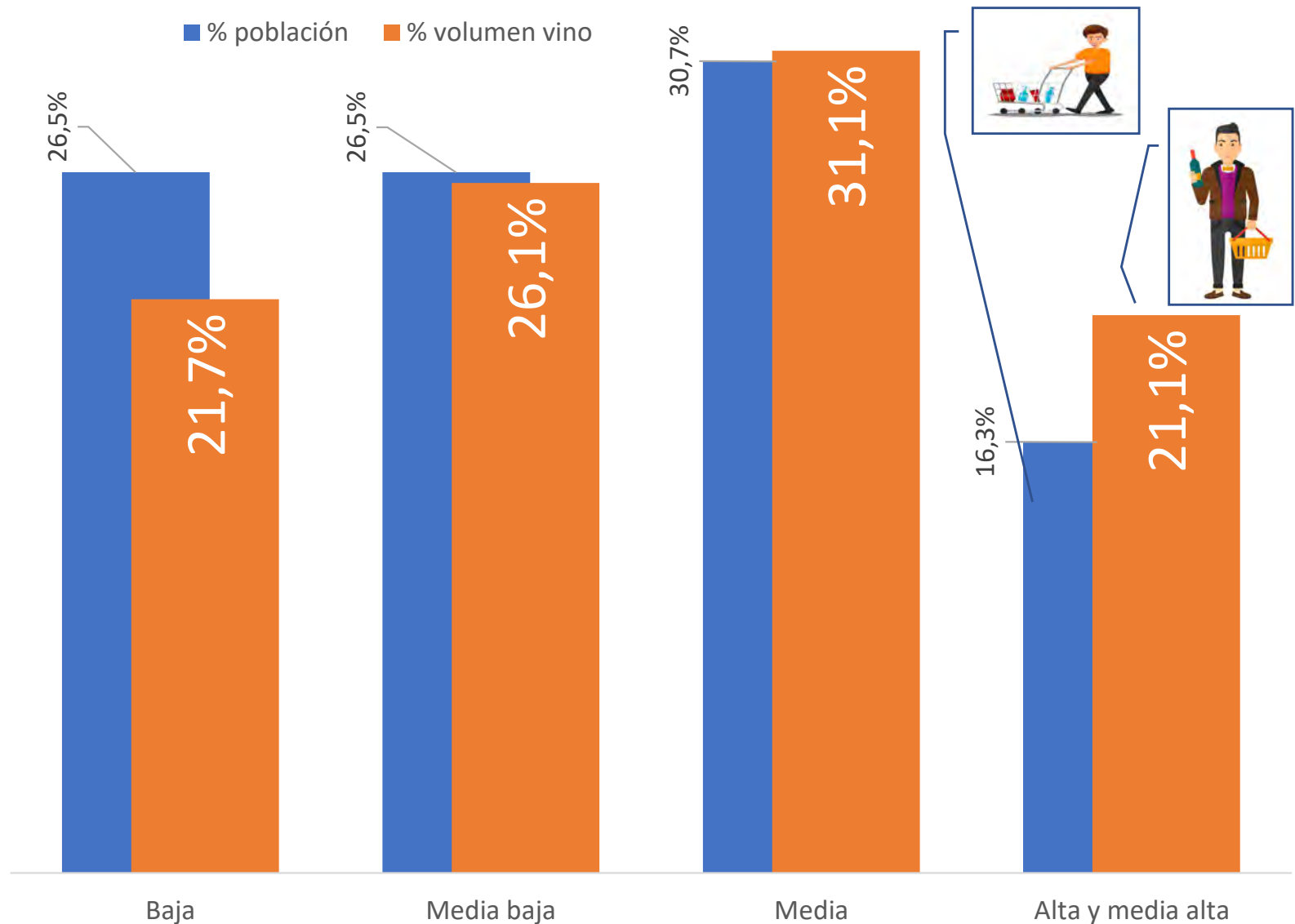
Consumo interno – hogares x clase

¿Qué tipo de consumidores son los del vino?

En relación con lo que cada estrato social representa sobre el total nacional, los consumidores de vino están mejor representados entre los segmentos alto y medio alto, muy similares en los medios y por debajo de la media en el segmento económico bajo.

Consumo de vino en hogares 2020 por clase social

Fuente: Daros Informe de consumo MAPA; elaboración OeMv

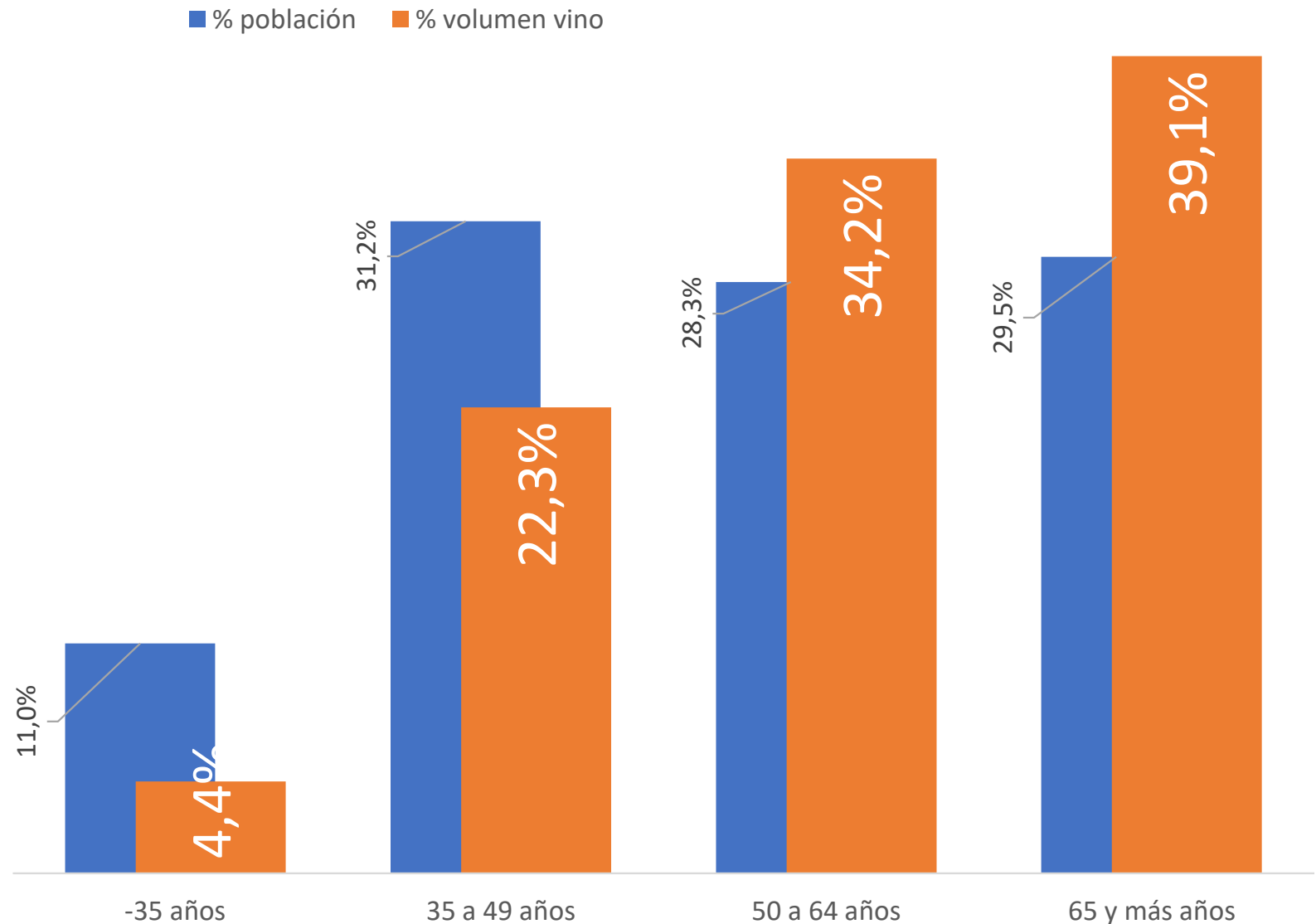


Consumo interno – hogares x edad

Consumo de vino en hogares 2020 por edad

Fuente: Datos Informe de consumo MAPA; elaboración OeMv

Por edad, el vino está mucho más presente, proporcionalmente, en los consumidores de 65 años y más, mucho menos en los más jóvenes y por debajo de la media de población en el segmento entre 35 a 49 años.

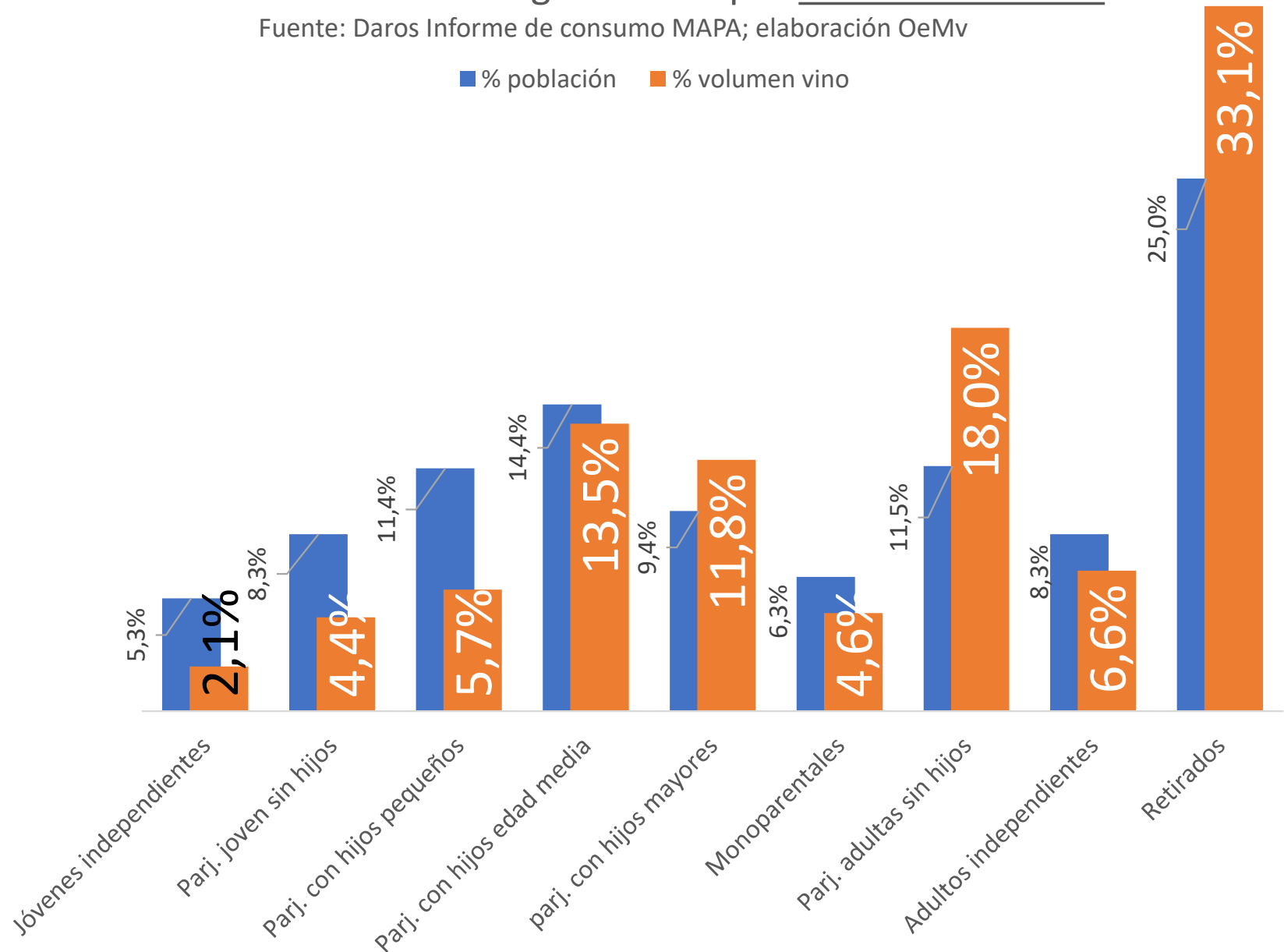


Consumo interno – hogares x situación familiar

Consumo de vino en hogares 2020 por situación familiar

Fuente: Datos Informe de consumo MAPA; elaboración OeMv

■ % población ■ % volumen vino



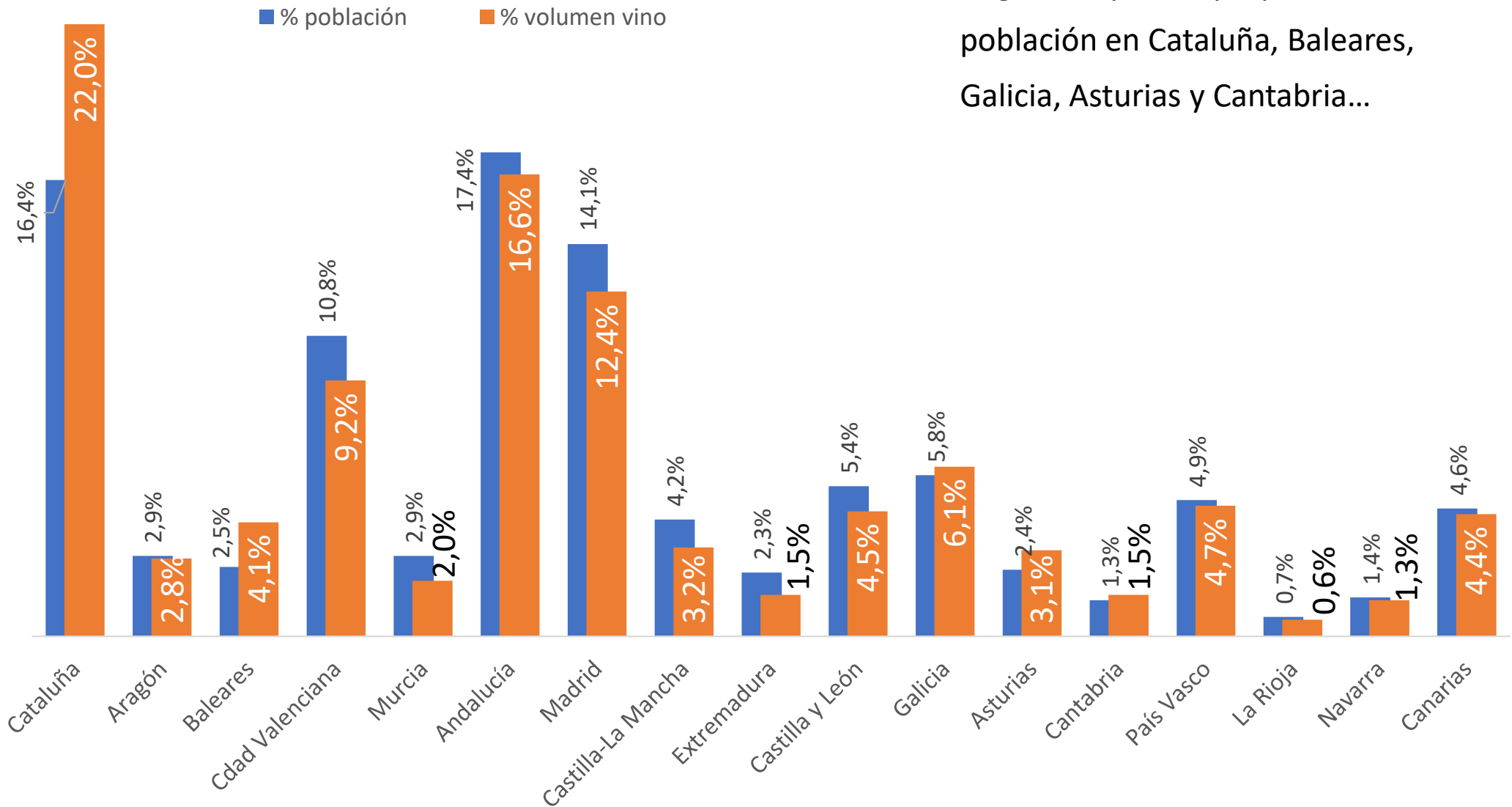
Por situación familiar de los hogares, el vino está mejor representado en los de retirados, parejas adultas sin hijos y parejas con hijos mayores.

Y muy poco presente en los hogares de jóvenes independientes o parejas jóvenes con y sin hijos.

Consumo interno – hogares x CCAA

Consumo de vino en hogares 2020 por CCAA

Fuente: Daros Informe de consumo MAPA; elaboración OeMv



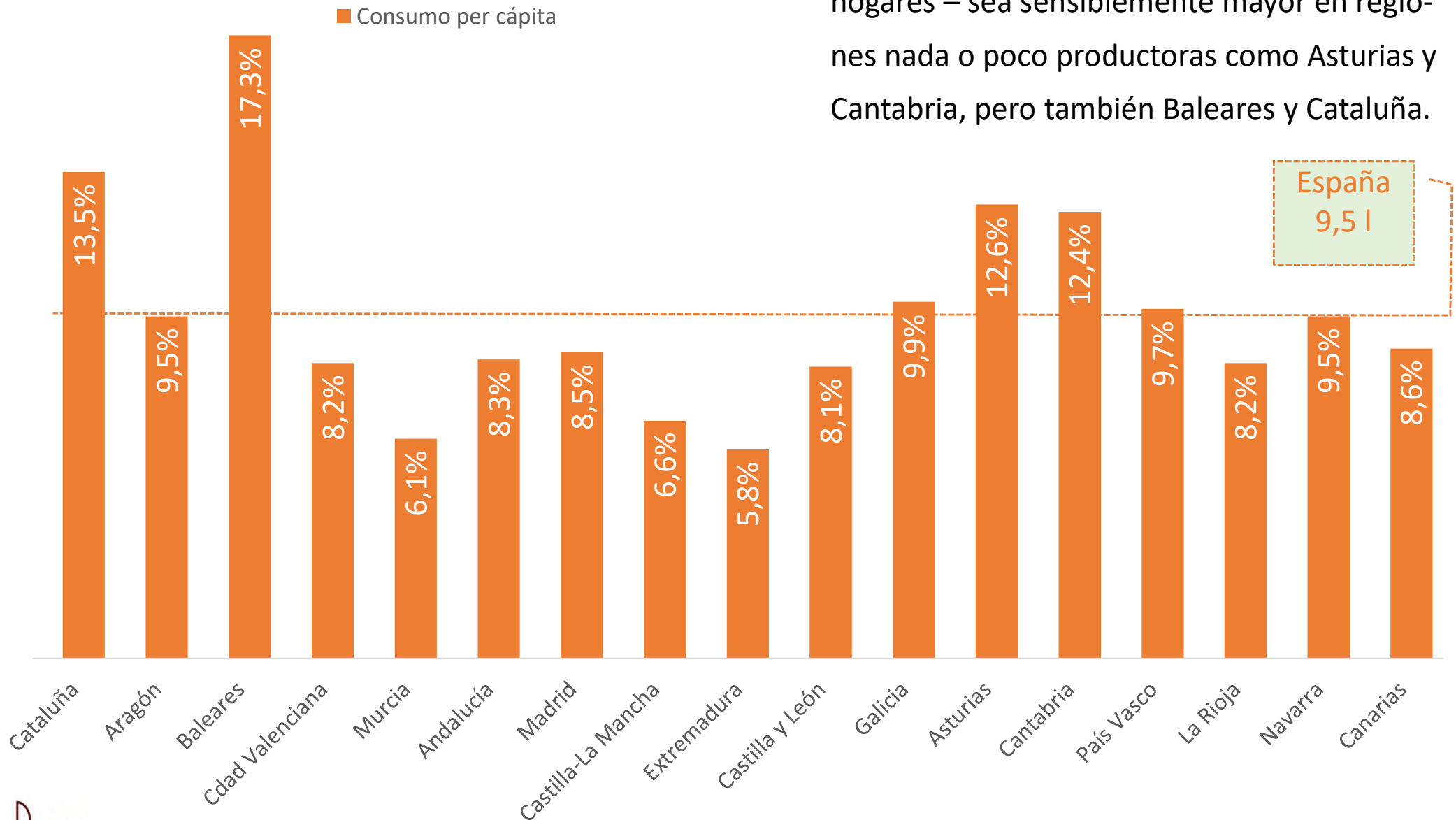
Por CCAA, el consumo de vino en hogares supera la proporción de la población en Cataluña, Baleares, Galicia, Asturias y Cantabria...

Consumo interno – hogares x CCAA

Consumo per cápita en hogares 2020 por CCAA

Fuente: Daros Informe de consumo MAPA; elaboración OeMv

... lo que hace que el consumo per cápita – en hogares – sea sensiblemente mayor en regiones nada o poco productoras como Asturias y Cantabria, pero también Baleares y Cataluña.



Porque los consumidores en España son diversos...

El consumidor de vino en España: 22.454.740

Índice de consumo medio anual sobre 100=media



6,9%
Consumidores

TRADICIONAL

| | |
|---------------------|-------|
| 52,8 litros anuales | 149 |
| 82 mio. litros | 10,3% |
| 587 mio. euros | 9,2% |



7,6%
Consumidores

URBANITA INQUIETO

| | |
|---------------------|-------|
| 51,6 litros anuales | 146 |
| 88 mio. litros | 11,1% |
| 723 mio. euros | 11,3% |



26,4%
Consumidores

TRENDY

| | |
|---------------------|-------|
| 37,5 litros anuales | 106 |
| 222 mio. litros | 27,9% |
| 1.885 mio. euros | 29,5% |



21,5%
Consumidores

RUTINARIO

| | |
|---------------------|-------|
| 35,5 litros anuales | 100 |
| 171 mio. litros | 21,6% |
| 1.283 mio. euros | 20,1% |



24,5%
Consumidores

OCASIONAL
INTERESADO

| | |
|---------------------|-------|
| 32,4 litros anuales | 91 |
| 178 mio. litros | 22,4% |
| 1.465 mio. euros | 23,0% |



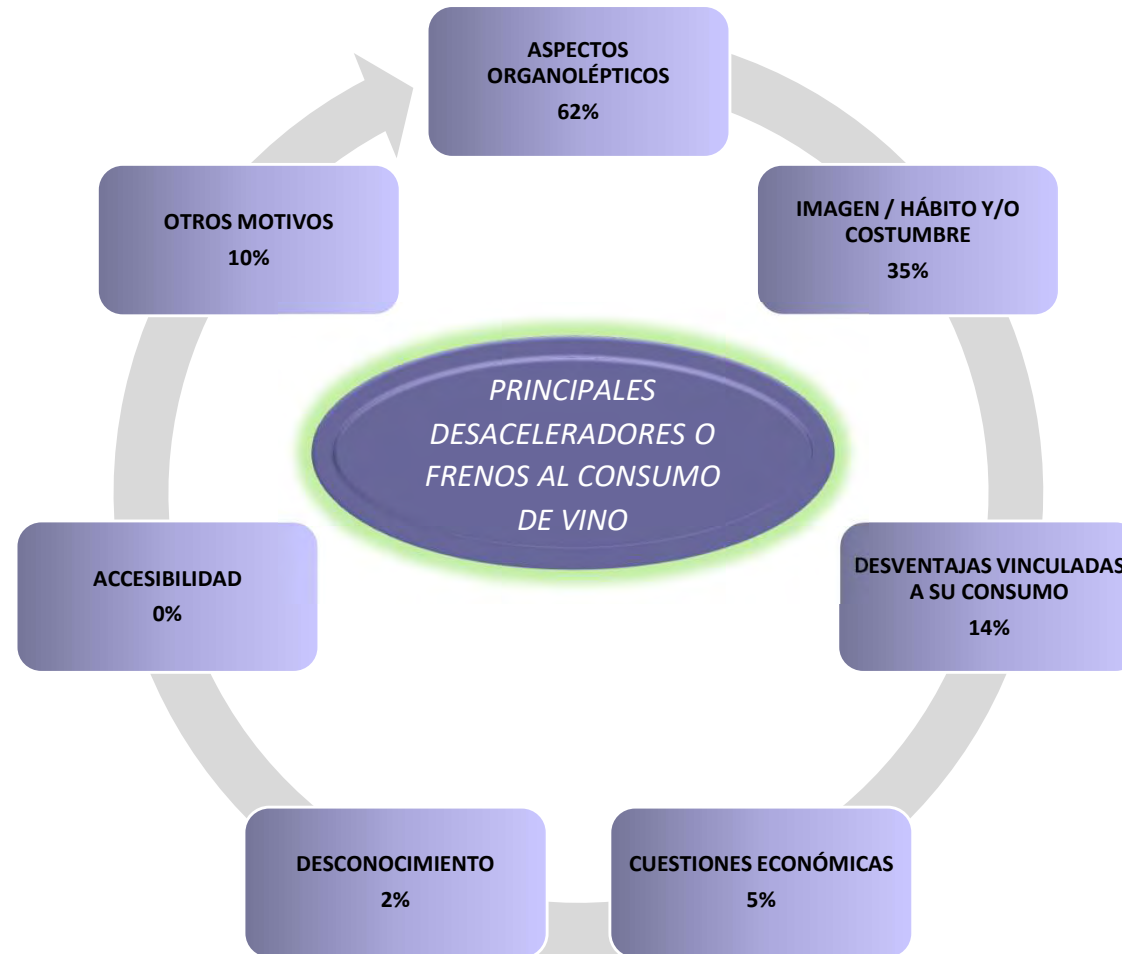
13,0%
Consumidores

SOCIAL

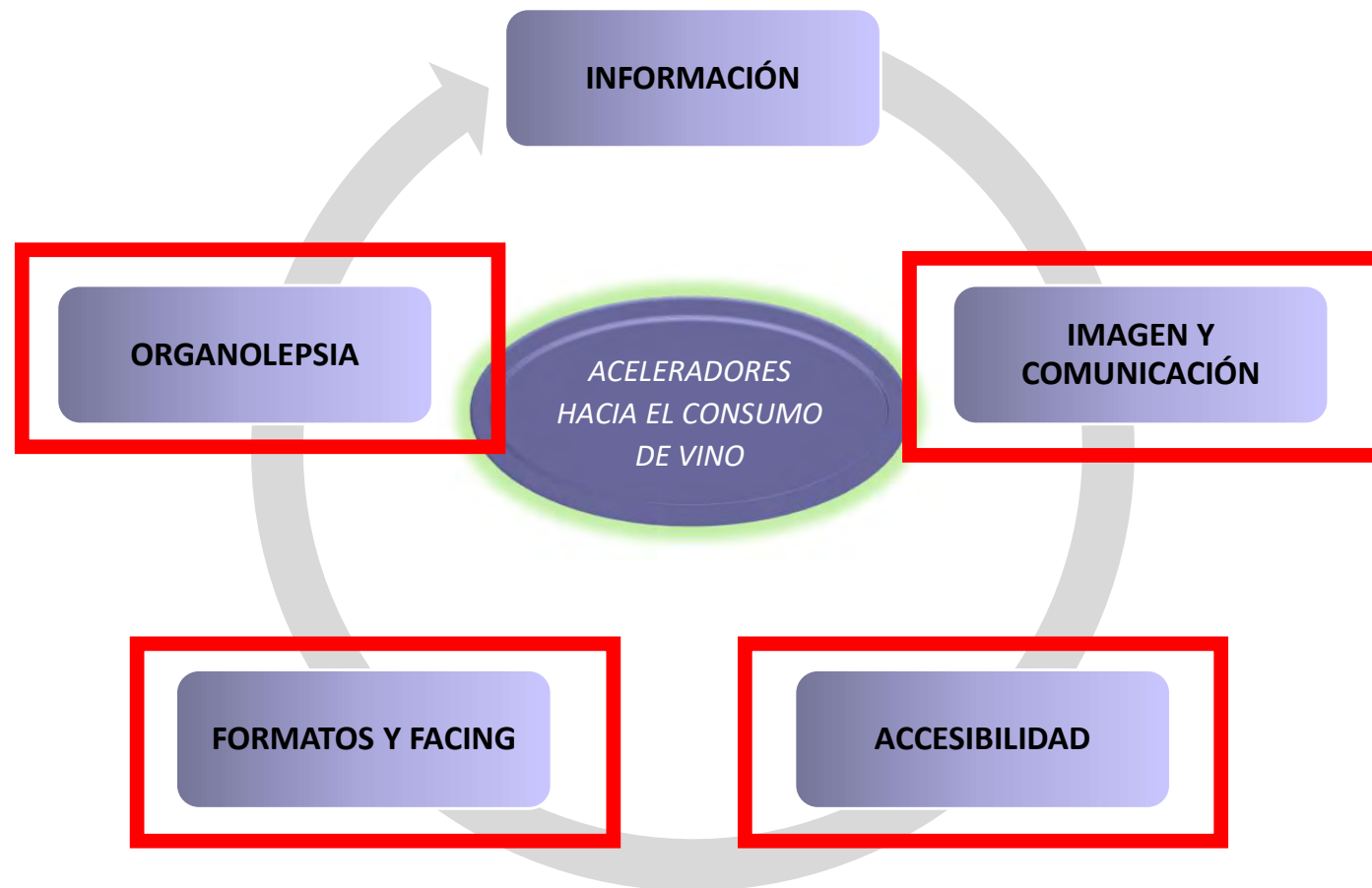
| | |
|---------------------|------|
| 18,7 litros anuales | 53 |
| 55 mio. litros | 6,9% |
| 436 mio. euros | 6,8% |

... y están cambiando → Ikerfel 2012

¿Cuáles son los principales frenos o desaceleradores al consumo de vino?



¿Qué sugerencias de actuación se derivan de la presente investigación?



Exportaciones españolas de vino



Y “exportaciones – claves – más, en volumen que en valor, para corregir los desequilibrios”

Si en el mercado nacional el objetivo es subir el consumo y las ventas, en los mercados internacionales no se trata de vender más, sino vender mejor. Mejorar el VALOR de nuestras exportaciones, que va asociado a la imagen de nuestros vinos



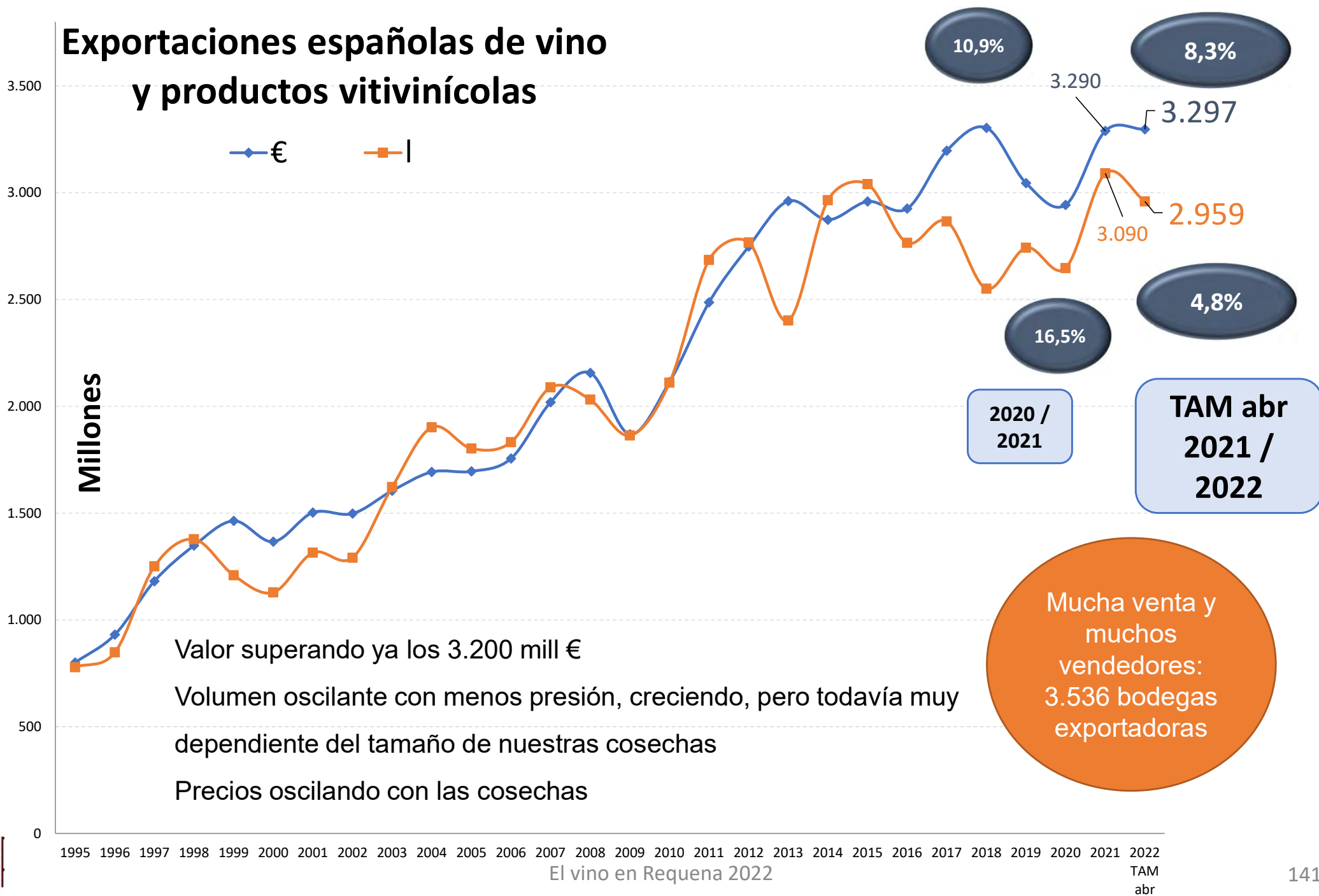
VALOR

IMAGEN

En toda la cartera

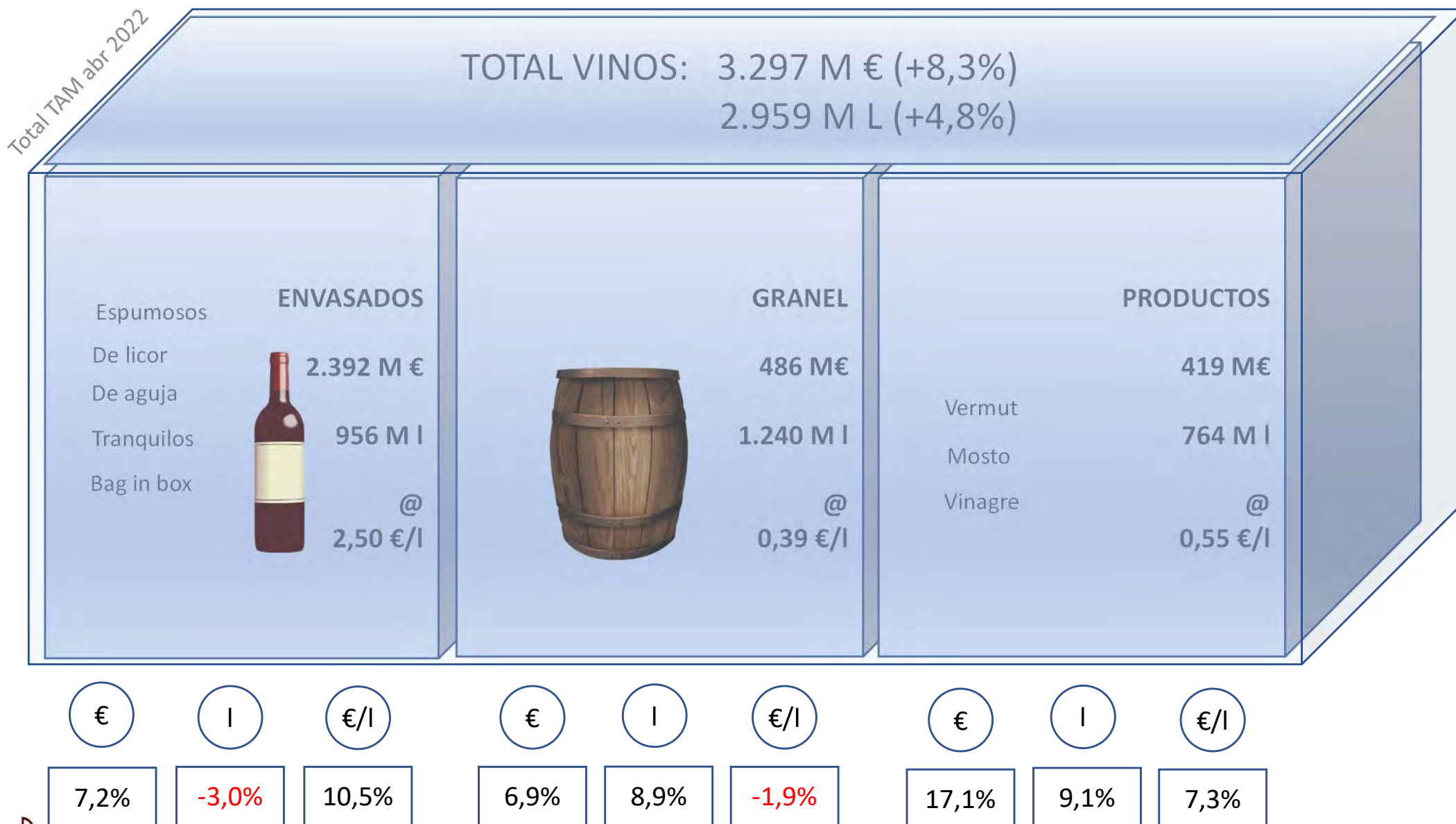
La exportación se estabiliza y gana precio medio, con vaivenes

Exportaciones españolas de vino y productos vitivinícolas



Segmentación de las exportaciones españolas de vino

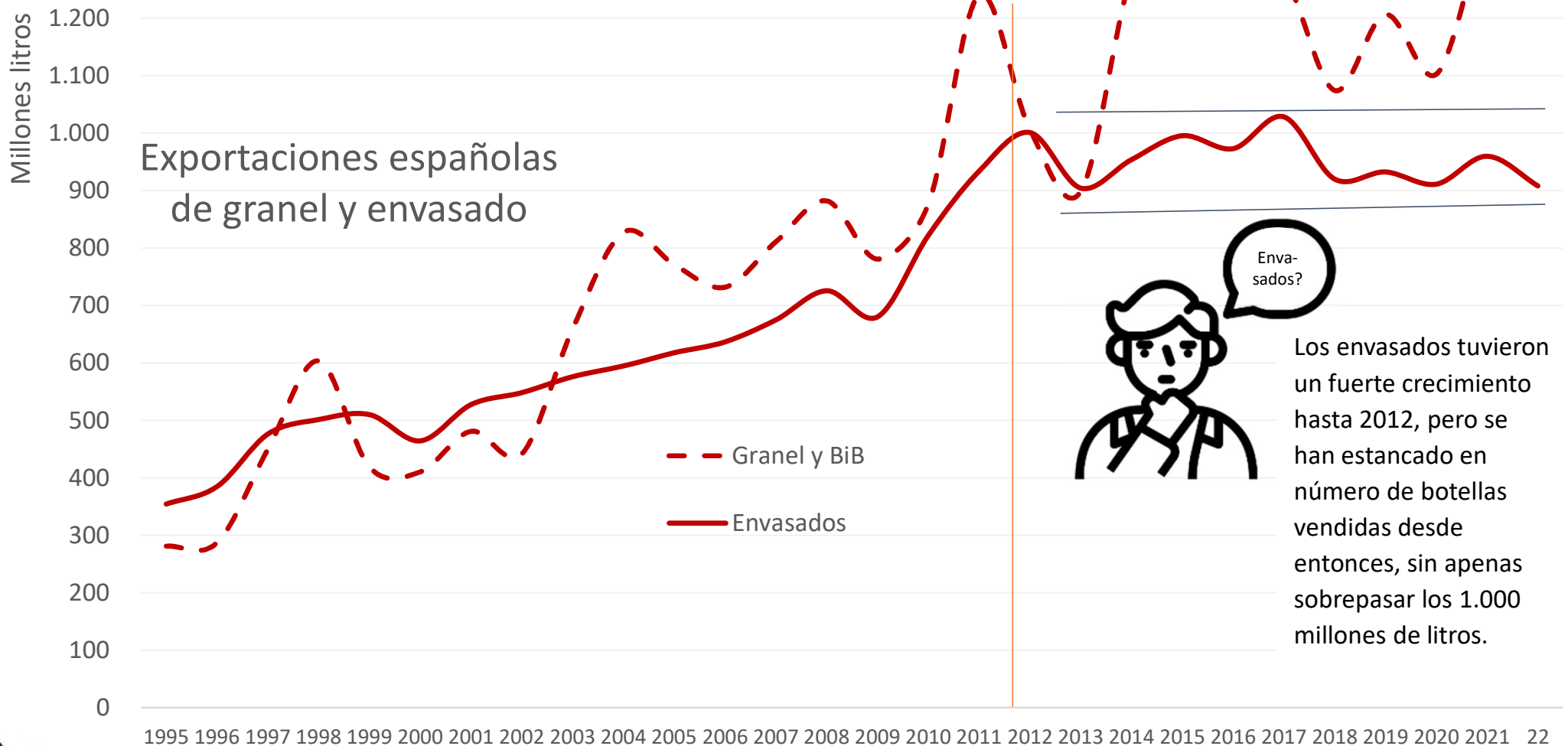
Pero las exportaciones españolas de vinos y productos vitivinícolas deben analizarse segmentando muy bien las distintas categorías para no errar en el análisis. Con los últimos datos disponibles:



Con enorme variabilidad para el conjunto de los vinos

Granel y envasados forman dos grandes categorías que funcionan de forma muy diferente, con vinos distintos, hacia mercados muy diferentes y a precios muy alejados el uno del otro

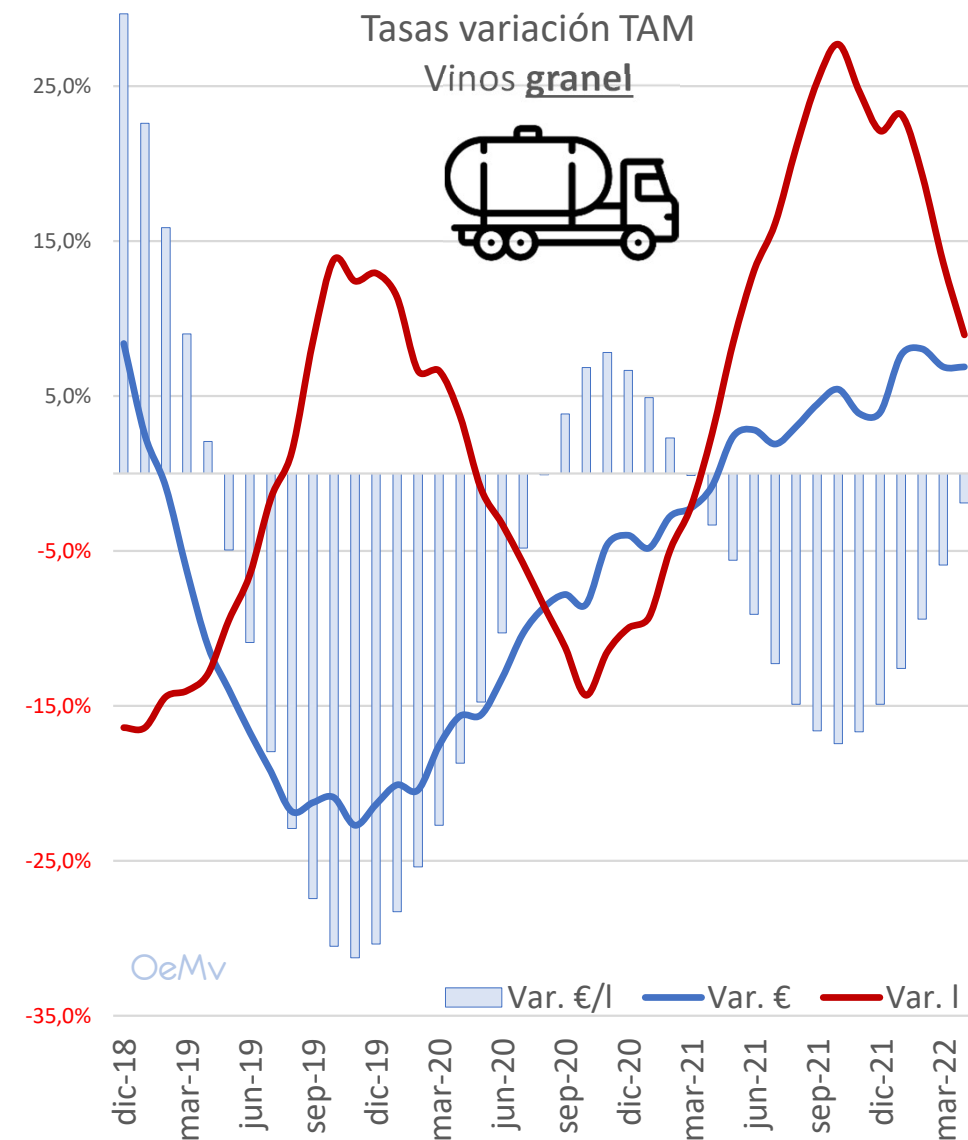
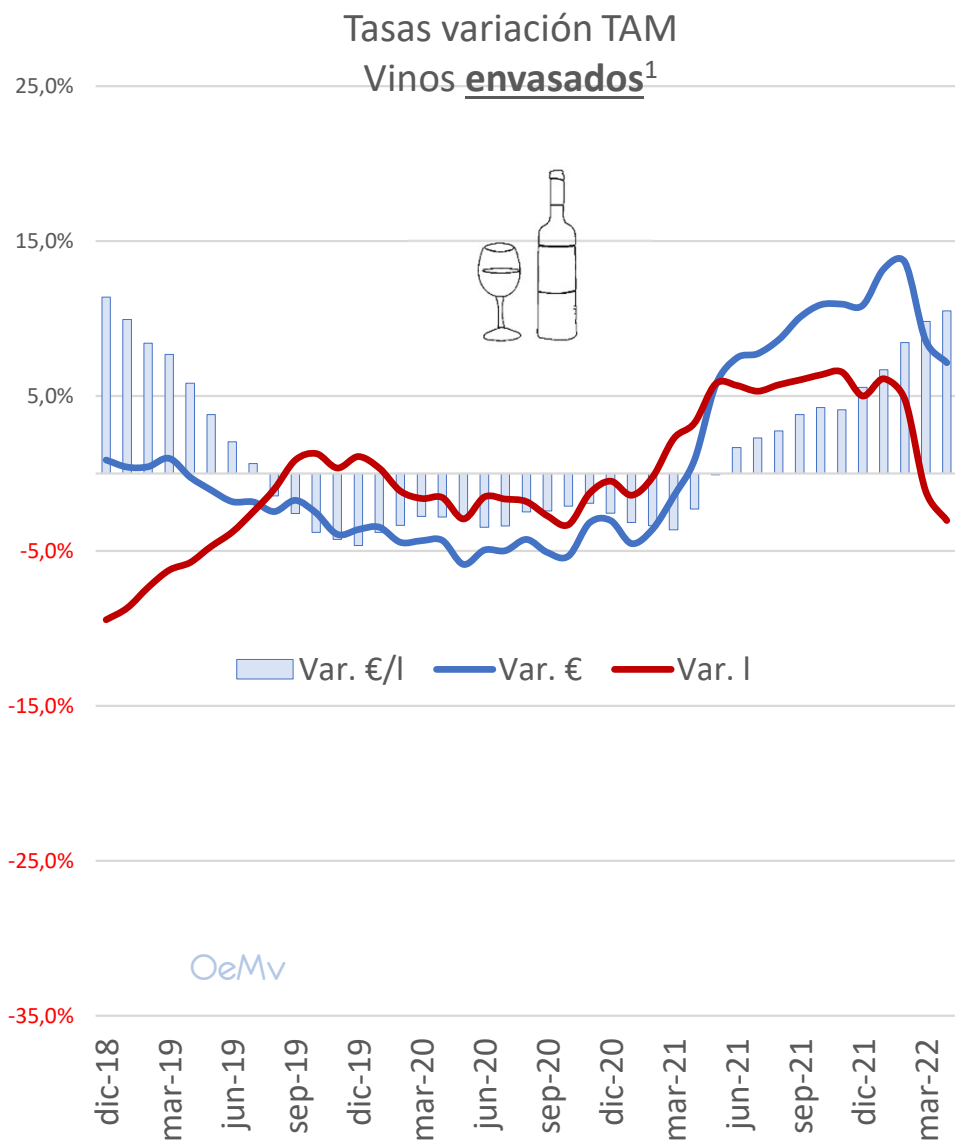
El granel ha sido el gran protagonista del fuerte crecimiento de ventas en volumen desde 2002, pero con grandes fluctuaciones que dependen en gran medida del tamaño de nuestras cosechas.



Los envasados tuvieron un fuerte crecimiento hasta 2012, pero se han estancado en número de botellas vendidas desde entonces, sin apenas sobrepasar los 1.000 millones de litros.

Exportaciones - tendencias

Dos categorías, con tendencias, además bien diferentes: más estables los vinos envasados, entre los que parecen distanciarse las cifras de valor respecto del volumen con tendencia a revalorizarse; y más variables los graneles con fuertes fluctuaciones del volumen que afectan mucho al precio medio.



Exportaciones: envasados vs granel

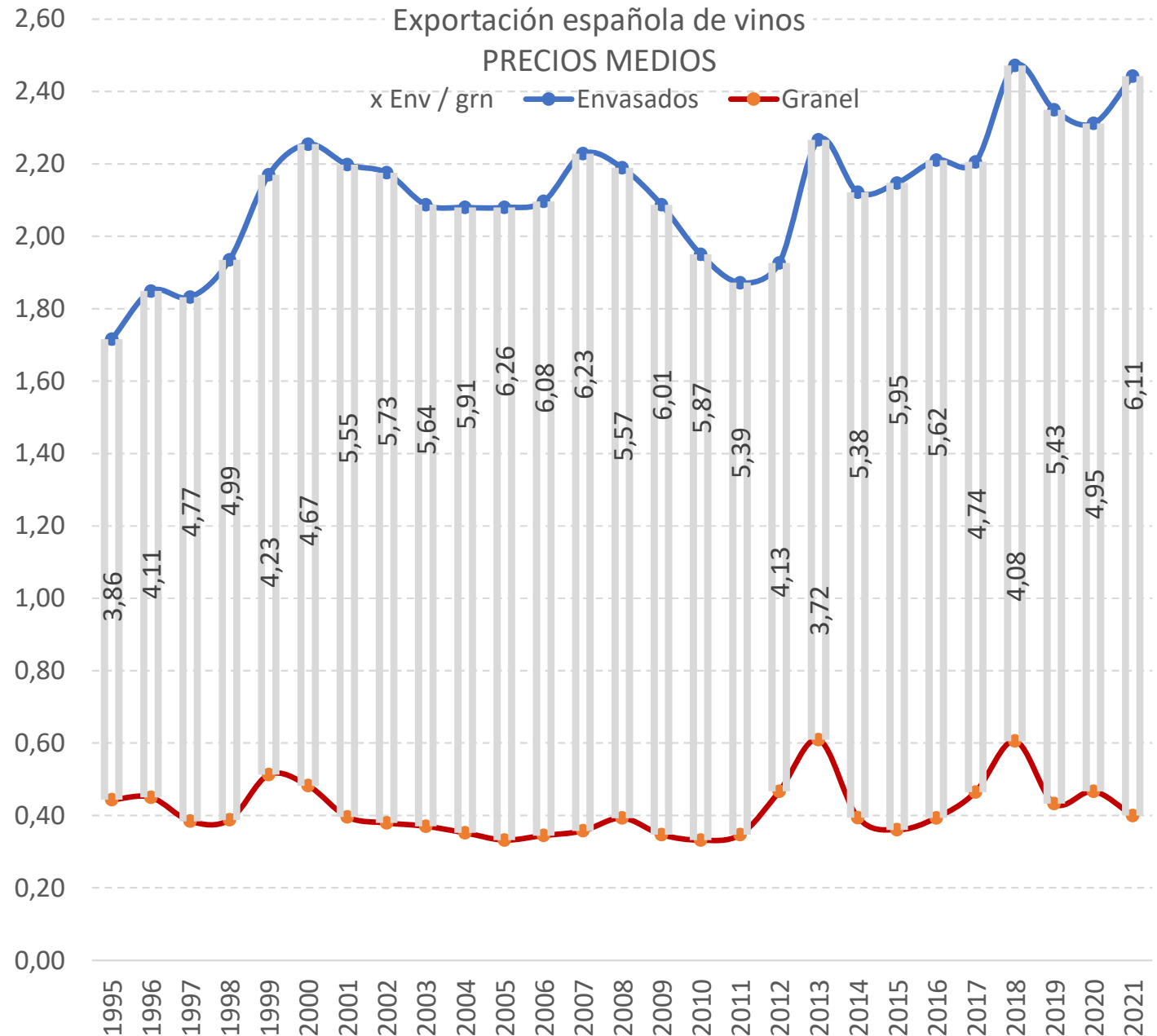
En niveles de precios, sin embargo, que solo recientemente parecen querer despegarse los del envasado respecto de los del granel.

Si hace años los primeros eran 4 o 5 veces los segundos, en 2021 los precios de los vinos envasados (2,4 €/l) son 6,11 veces los del granel (0,40 €/l).

¿Un lastre?

¿Cómo despegar?

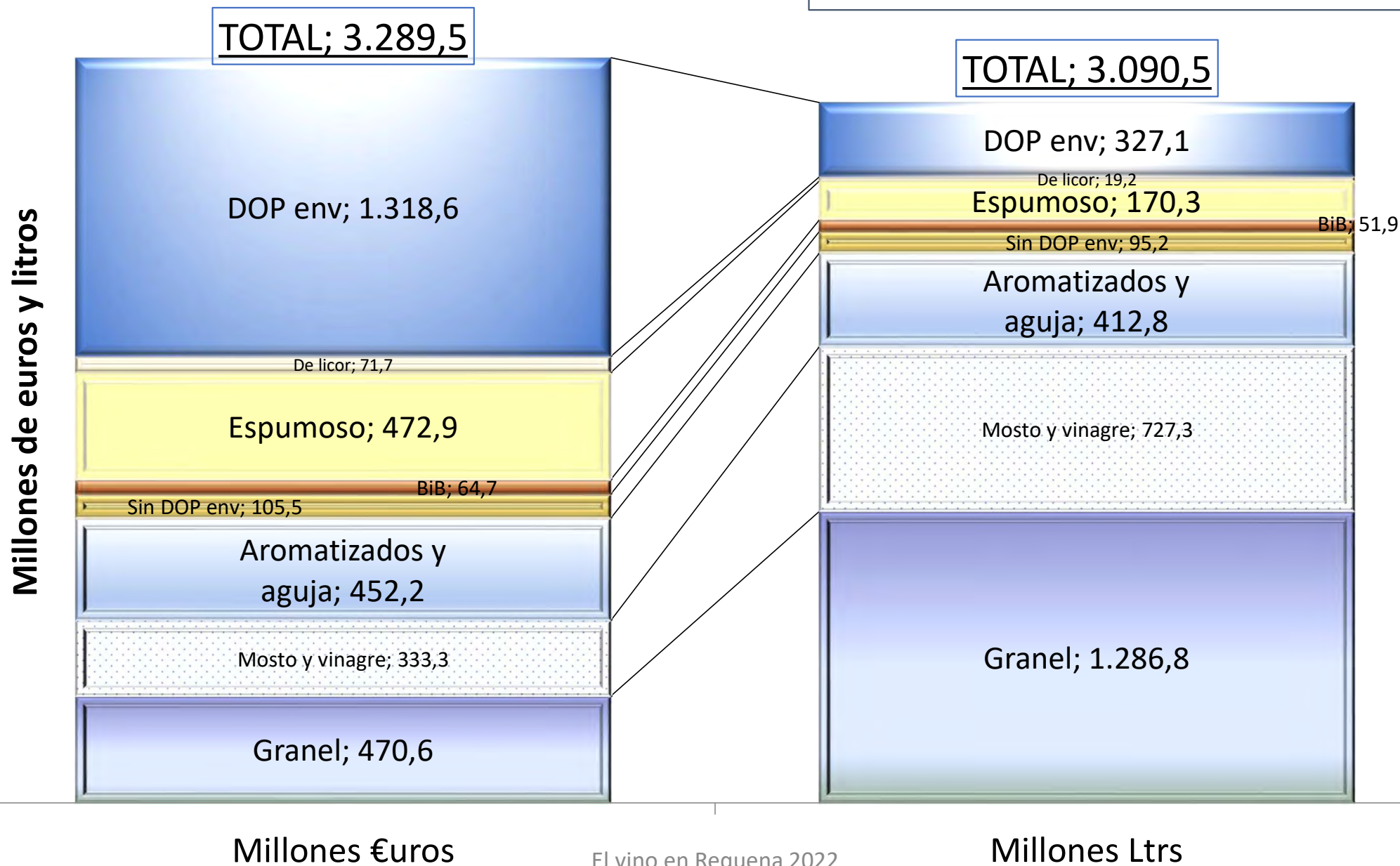
¿Cómo diferenciarse?



Estructura de las exportaciones - total

Seguimos teniendo campo para mejorar

Exportaciones españolas de vinos, mosto y vinagre – 2021



Evolución: “más en volumen que en valor, para corregir desequilibrios”

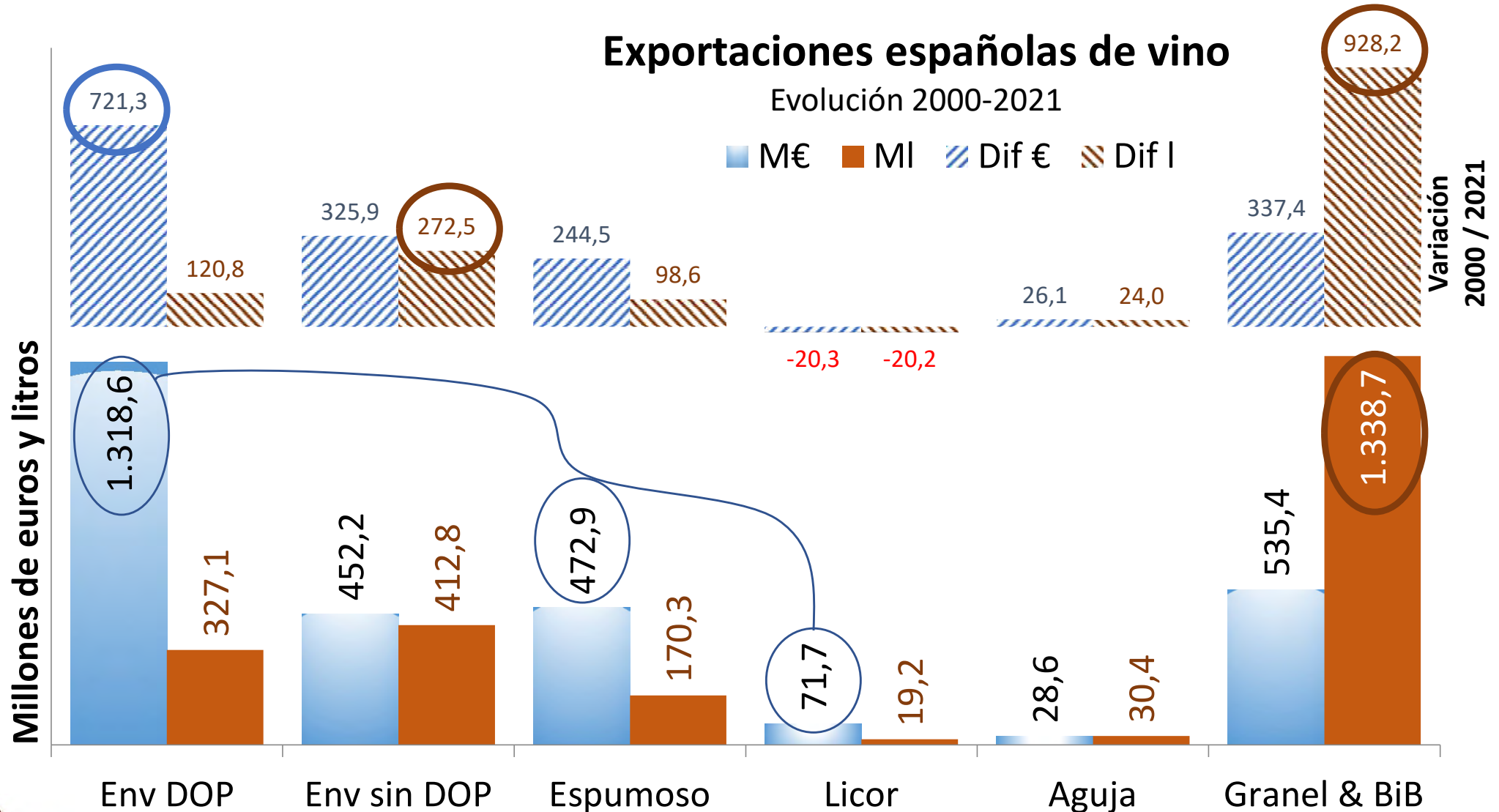
Los ingresos de nuestras exportaciones provienen sobre todo del vino con DOP (tranquilo, espumoso y de licor) y el volumen mayoritariamente del granel y algo – poco – del BIB.

Y es el granel el que más ha crecido **en 21 años** en volumen (9,3 M hl) junto con los envasados sin DOP (2,3 M hl), aunque el impulso en ventas ha venido sobre todo de los envasados con DOP 721 M €)

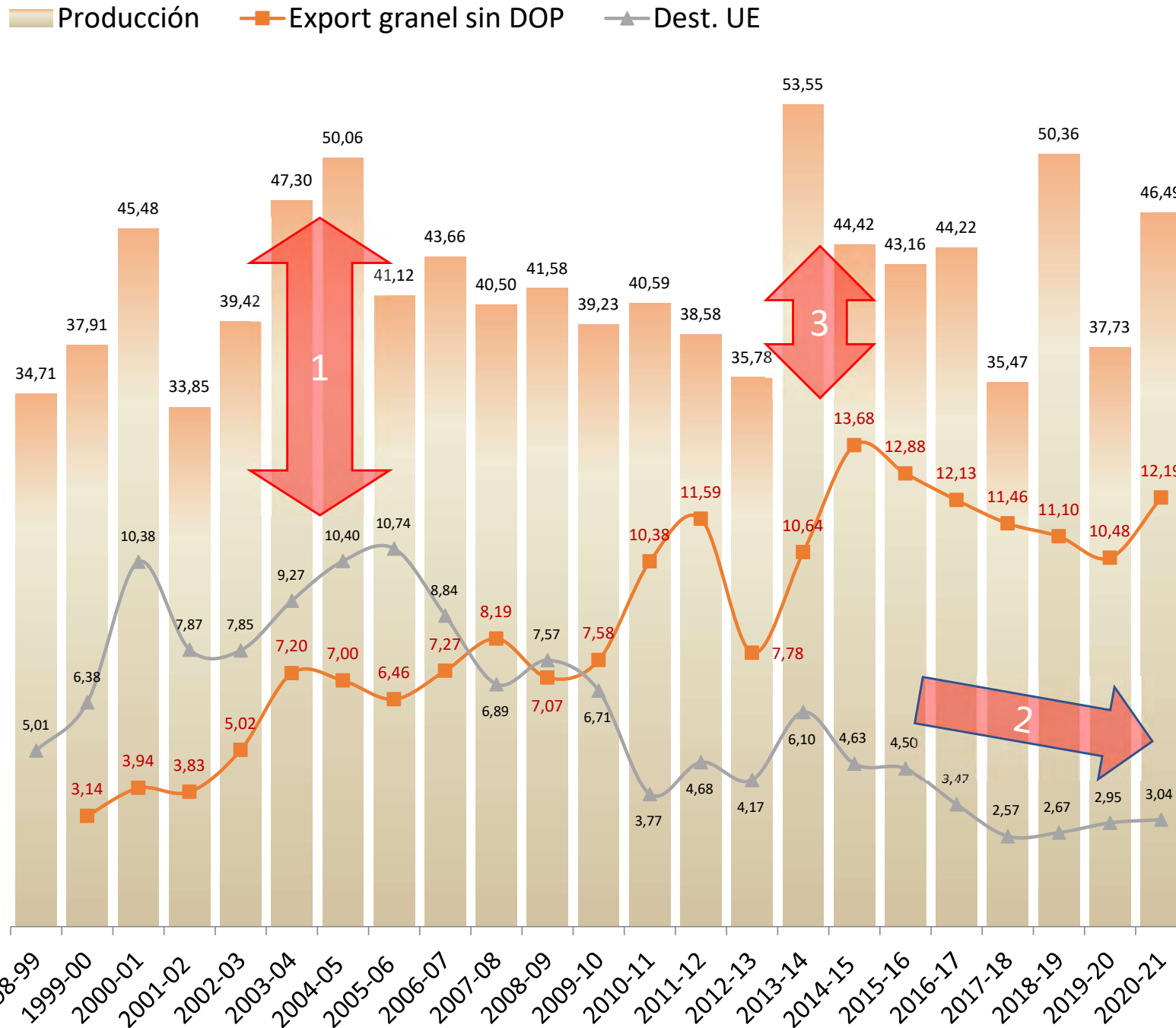
Exportaciones españolas de vino

Evolución 2000-2021

■ M€ ■ MI ■ Dif € ■ Dif l



Porque las exportaciones de granel han sido las que han estabilizado el balance español al desaparecer las destilaciones subvencionadas

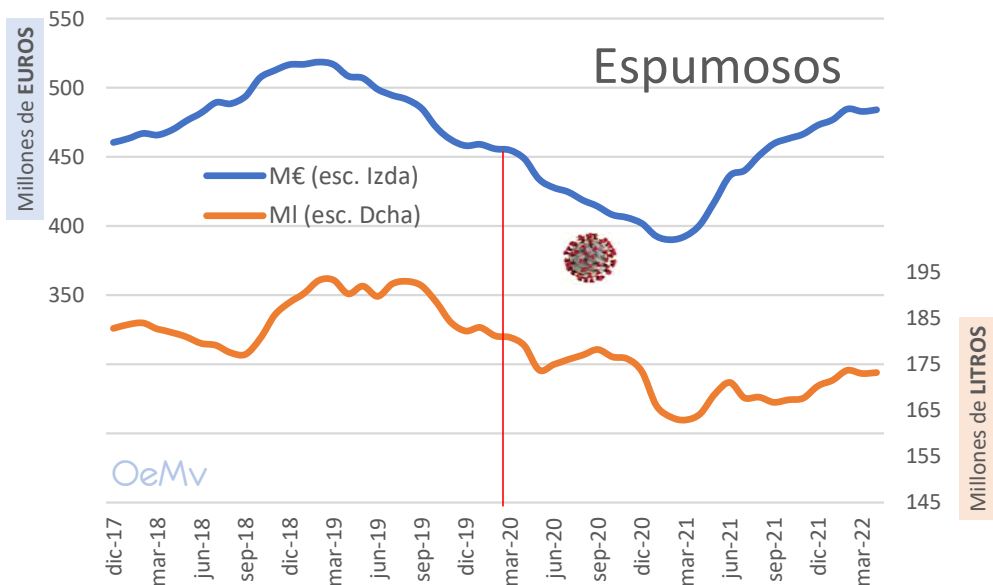


Antes, cuando se producía mucho, se destilaba mucho (ej. 2003 y 2004) (1). Ahora, cuando las cosechas son muy elevadas (ej. 2013), las destilaciones ya no cambian mucho (2) y son las exportaciones de granel (83) las que aumentan con fuerza, contrarrestando esa menor destilación,...

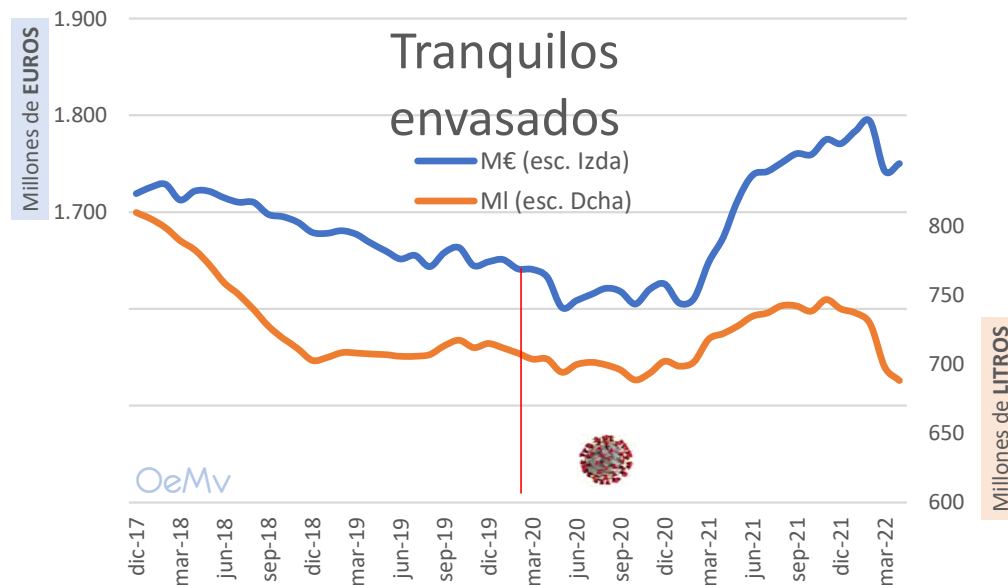
... siempre que exista demanda entre nuestros principales clientes, que también son productores

Exportaciones – categorías envasados

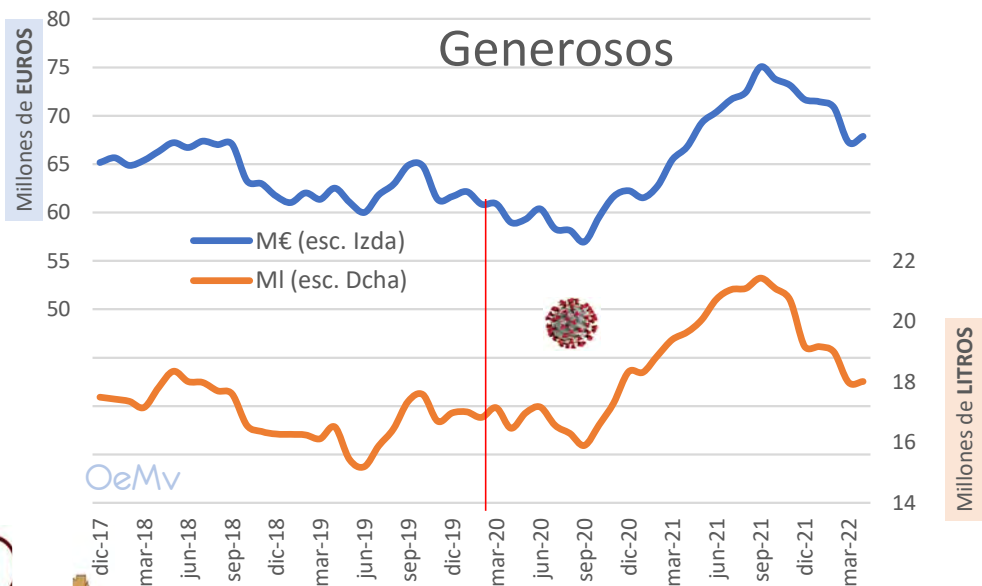
Fuerte recuperación del vino espumoso, particularmente en valor.



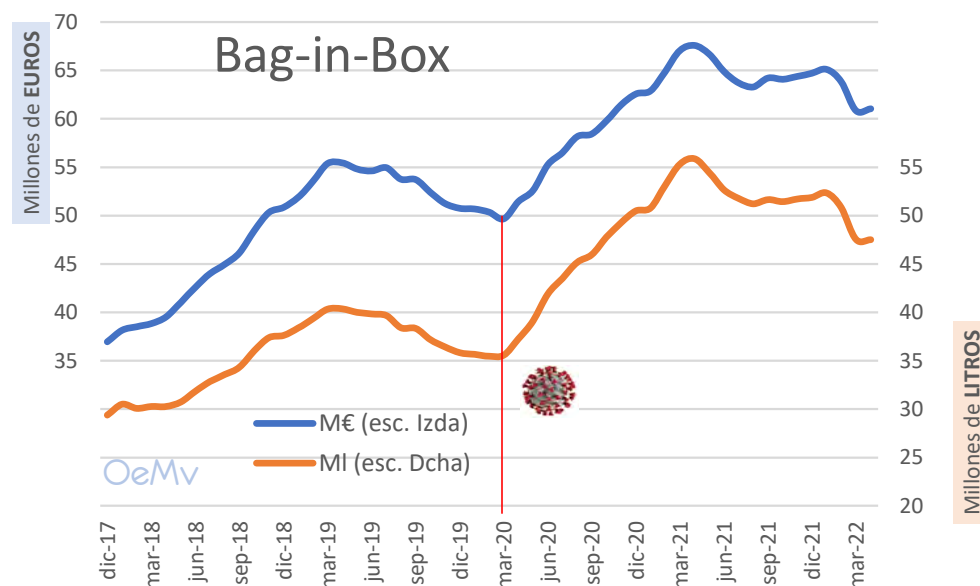
Revalorización de los vinos tranquilos envasados, en niveles récord de valor.



Muy buen crecimiento de los vinos generosos tras la pandemia, pero hasta el último trimestre del 2021, cuando iniciaron su descenso, especialmente en volumen.



Tras su buena marcha durante la pandemia, el BiB se estabiliza en 2021.

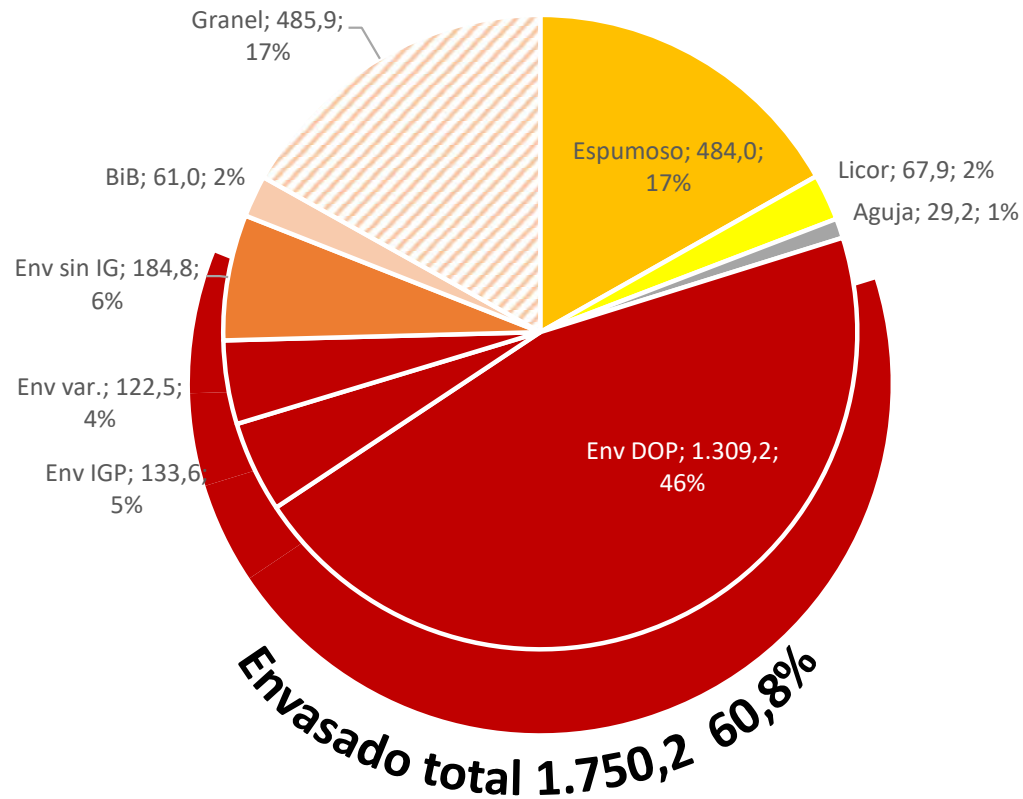


Exportaciones – composición

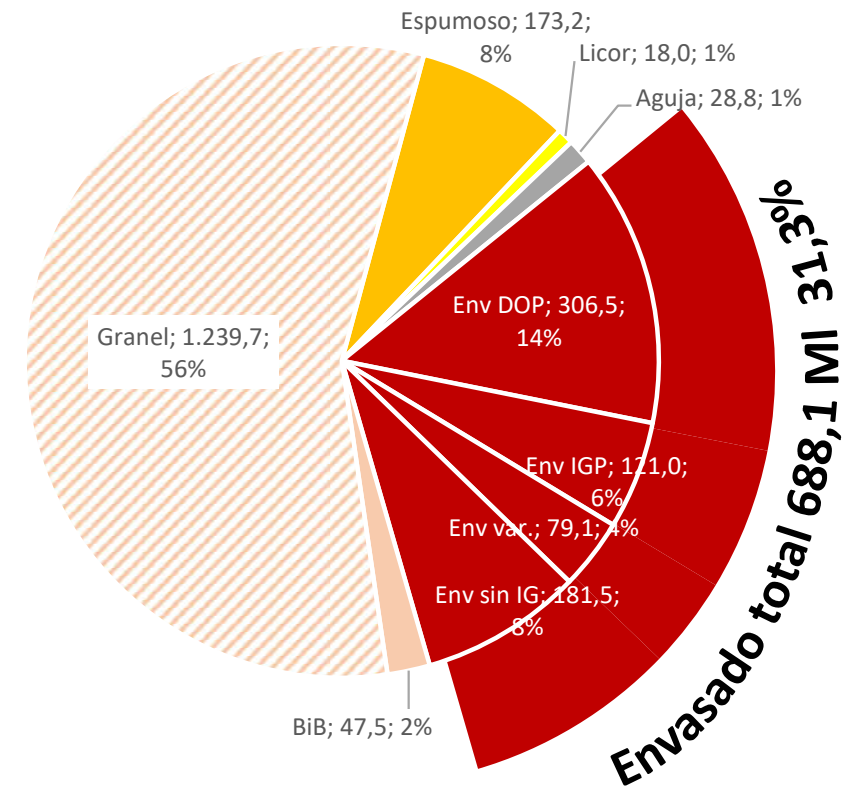
Entre los envasados tranquilos, que suponen el 60,8% del valor y el 31,4% del volumen...

... la evolución también es diversa →

VALOR M € TAM abr '22

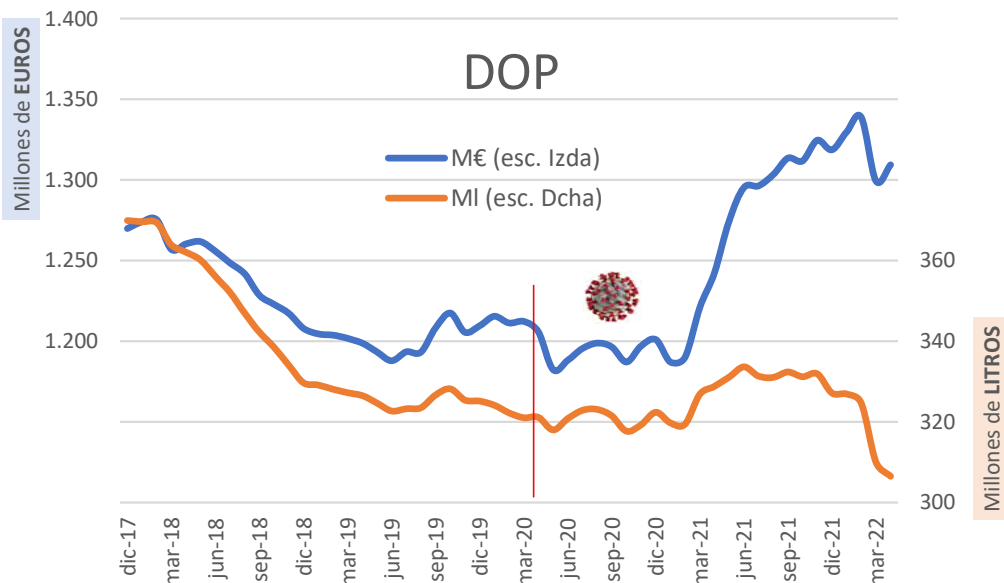


VOLUMEN M € TAM abr '22

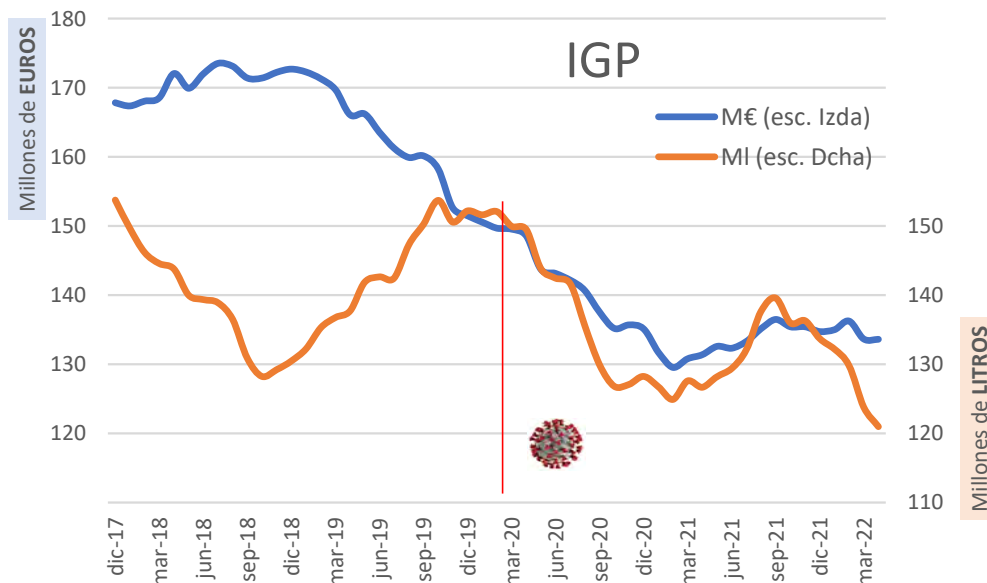


Exportaciones – envasados tranquilos

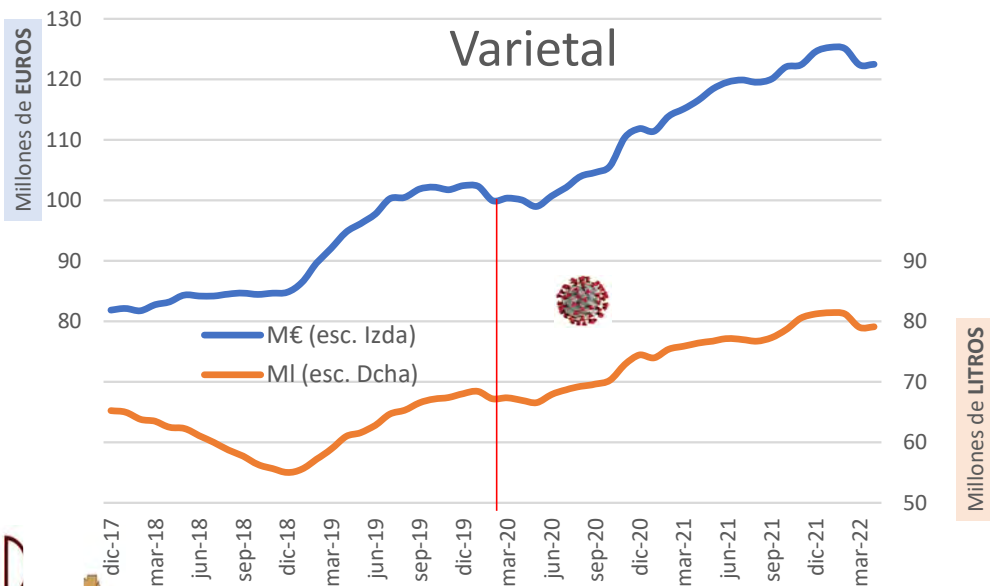
Los vinos tranquilos con DOP suponen la gran mayoría de la facturación española crecieron extraordinariamente en 2021 y sufren ahora una fuerte inflexión



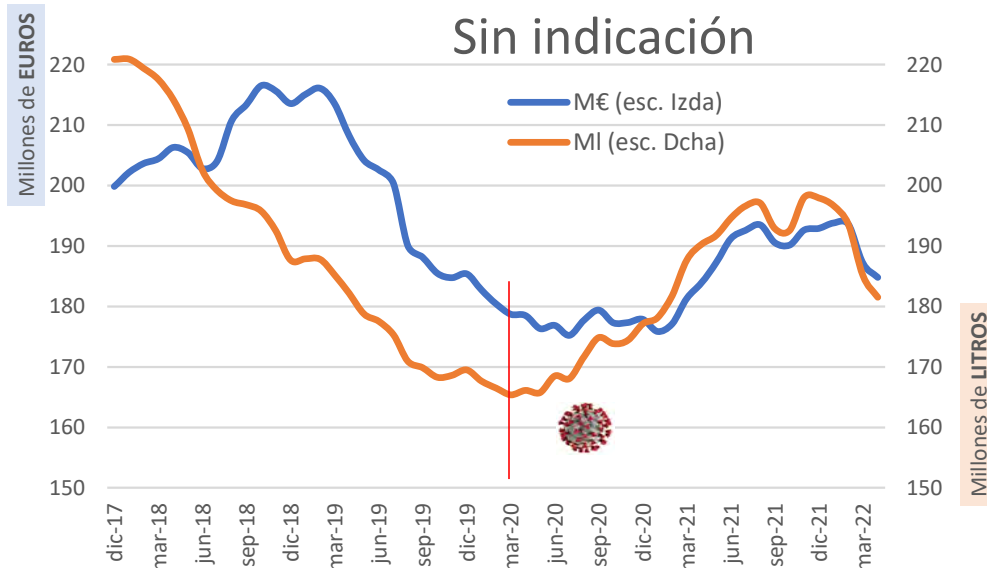
Los vinos “de la tierra” o con IGP vienen cayendo desde 2018 y su leve recuperación del 2021 se truncó ya al final del pasado año.



Frente a todos los demás, el vino tranquilo con indicación de añada y varietal mantiene un crecimiento estable desde finales del 2018, ligeramente menor a principios del '22.



El vino sin IG se vende todavía en cantidades apreciables (volviendo a los 2 M hl) pero perdió mucho volumen y facturación desde 2017 y cae ahora con fuerza.

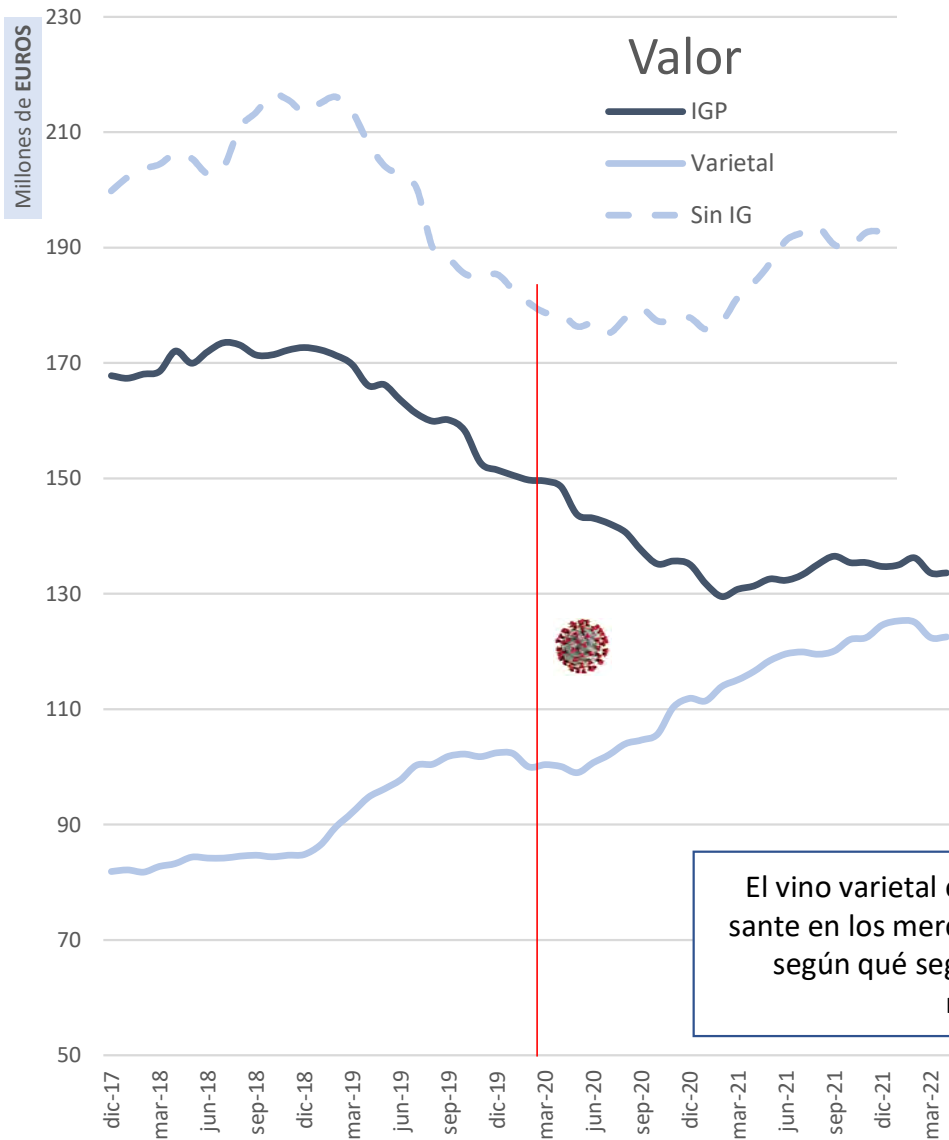


Exportaciones – tranquilos sin DOP

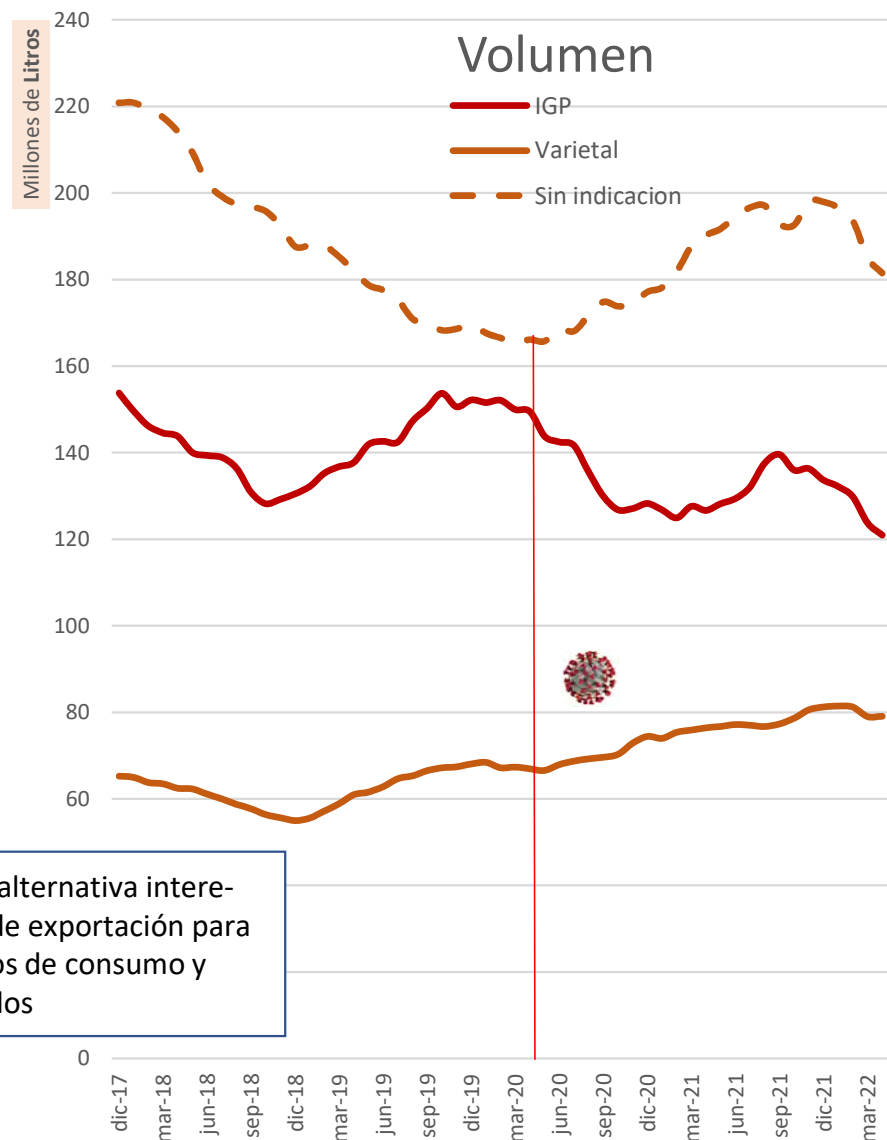
En exportaciones (que no en mercado nacional) se está produciendo un cambio importante entre vinos de la tierra y varietales, por la demanda internacional. Interesante para Requena

En valor, los varietales casi alcanzan ya a los vinos con IGP

En volumen, la distancia es mayor per la tendencia hacia superar los vinos con OGP es la misma.



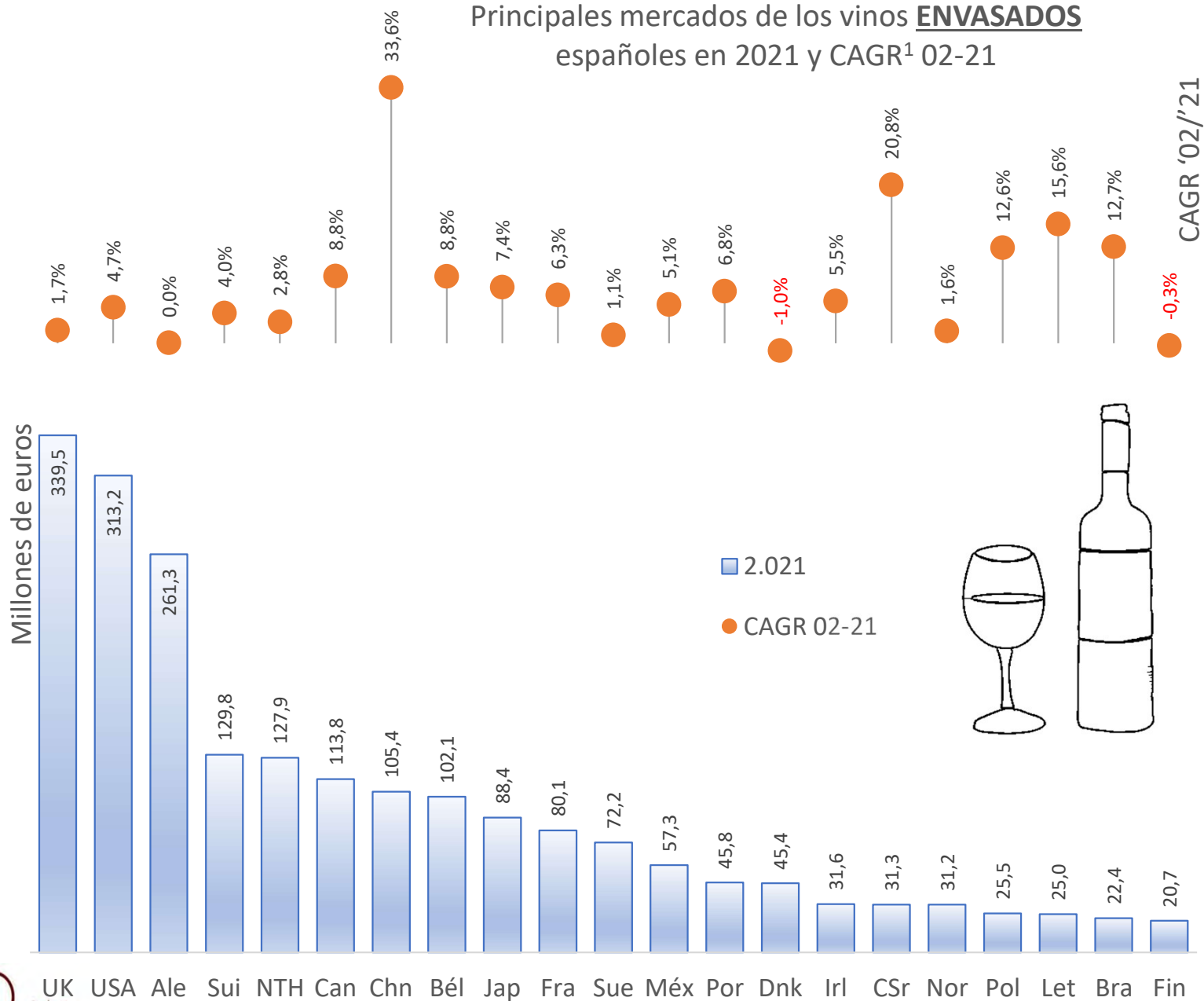
R



2

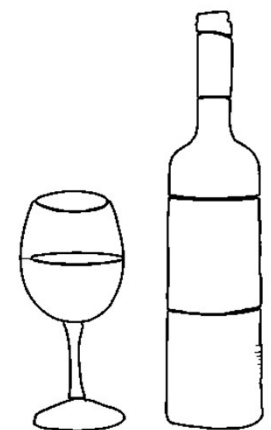
Exportaciones - mercados

Principales mercados de los vinos **ENVASADOS** españoles en 2021 y CAGR¹ 02-21

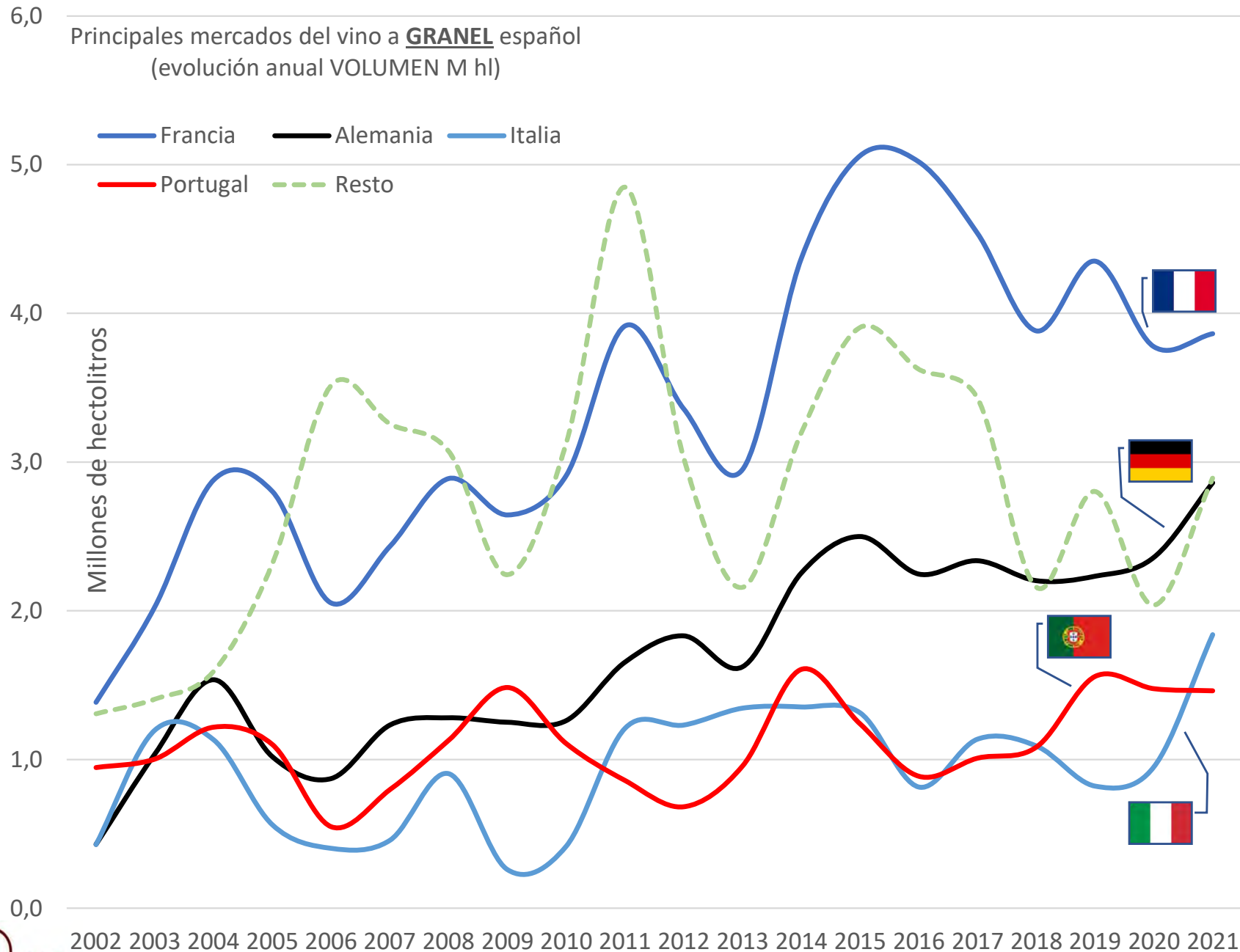


En los últimos 20 años, nuestros principales clientes de vinos ENVASADOS (espumosos, no espumoso y BiB) se mantienen prácticamente los mismos, con mayor protagonismo de EEUU.

Pero los ritmos de crecimiento medio anual en estos 20 años han sido muy diferentes, con China, Corea del Sur, Letonia y Brasil superando el 10% anual, otros en subida mas suave y solo cayendo Dinamarca y Finlandia.



Exportaciones - mercados



Las ventas de granel, por su parte, han crecido con fuerza en los últimos 20 años en Francia y Alemania y, esporádicamente (en función de sus propias cosechas), en Italia.

Los cuatro principales mercados para el granel español acumulan en torno al 80% del total de nuestras ventas. Los cuatro coinciden en ser (i) productores de vinos y (ii) exportadores. Luego, tenemos una gran dependencia de lo que ellos necesiten en función de sus (i) propias cosechas y (ii) de sus propias ventas.

EN Conclusión

- El vino español se ha internacionalizado extraordinariamente
- Somos líderes mundiales
- Forzados por la necesidad
- Sin retorno, por mucho que se recupere el mercado nacional
- Y el camino por delante puede ser extraordinario
- Con mejoras también en el mercado interno



"La adversidad tiene el don de despertar talentos que en la prosperidad hubieran permanecido dormidos".

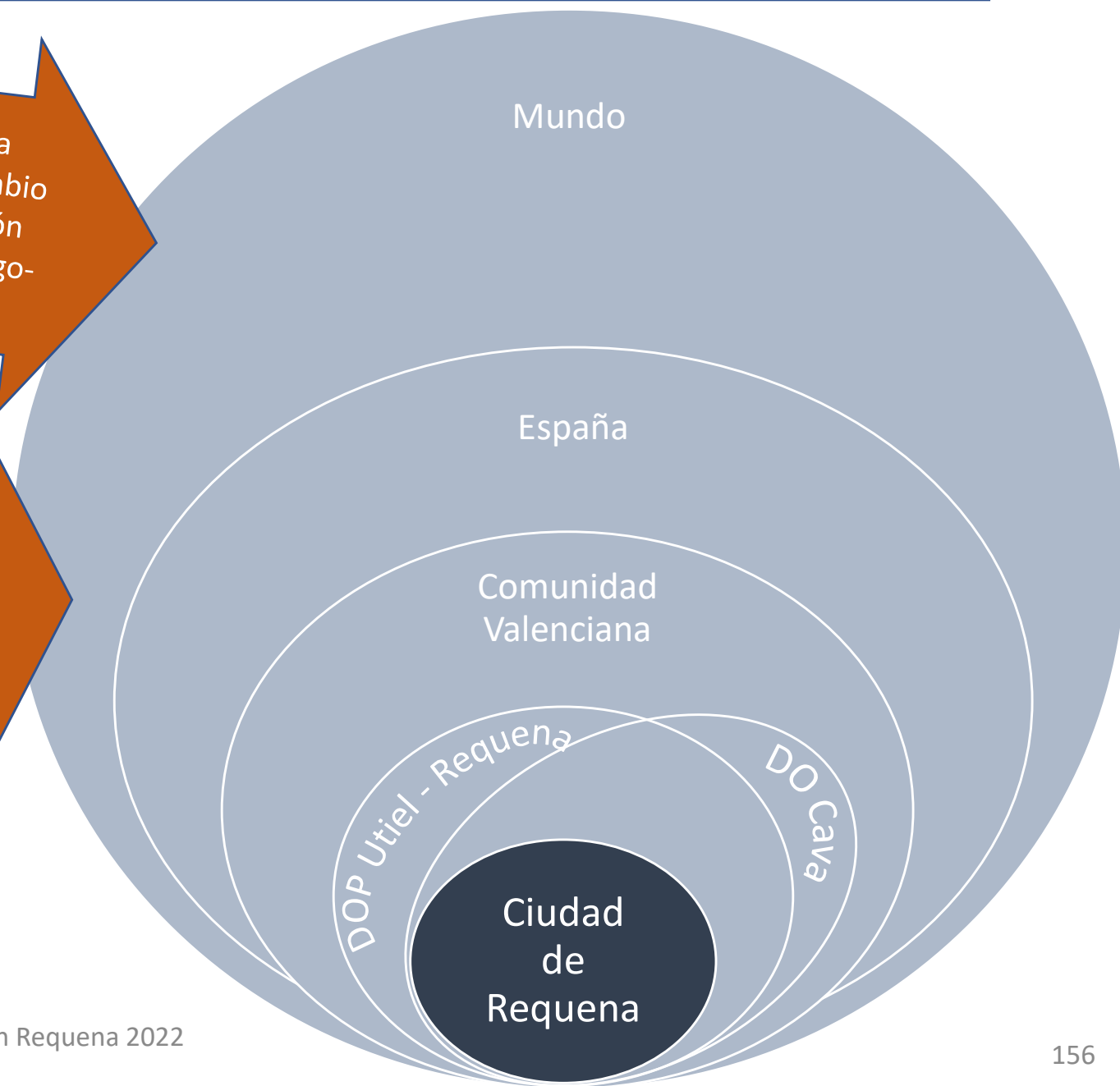
HORACIO

Qué representa Requena en el mundo del vino

En cuanto al contexto y sus principales tendencias, por lo tanto, tenemos:

Un contexto mundial donde el vino va bien, con producciones erráticas, cambio de consumidores, donde la distribución y la rentabilidad son claves y con categorías cada vez más segmentadas.

Un país, España, protagonista de las fluctuaciones en producción, con menores medidas de regulación, un consumo nacional estable y convertido en líder mundial de exportaciones, sobre todo por el granel.

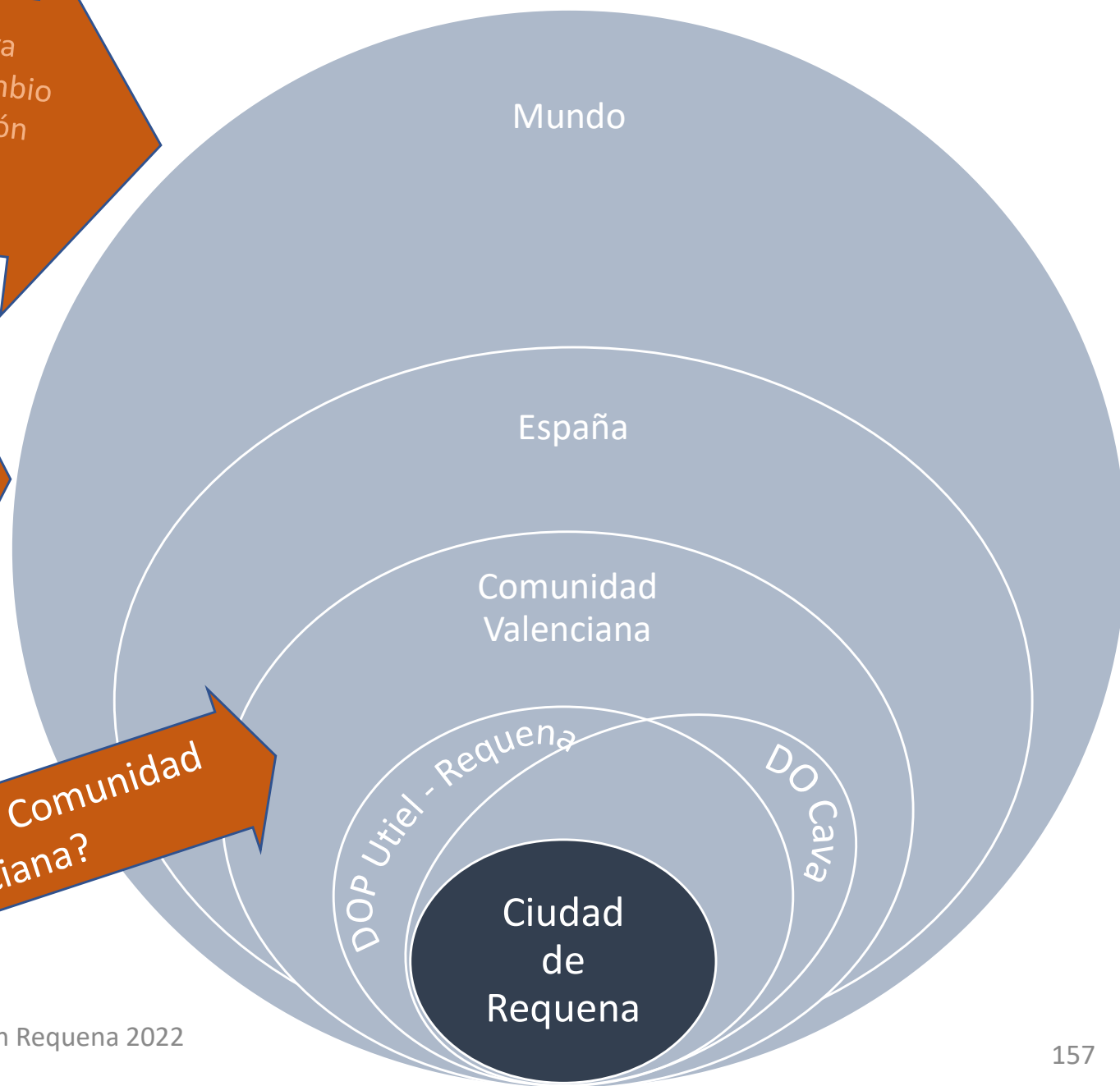


Y en este contexto ¿cómo va la Comunidad Valenciana?

Un contexto mundial donde el vino va bien, con producciones erráticas, cambio de consumidores, donde la distribución y la rentabilidad son claves y con categorías cada vez más segmentadas.

Un país, España, protagonista de las fluctuaciones en producción, con menores medidas de regulación, un consumo nacional estable y convertido en líder mundial de exportaciones, sobre todo por el granel.

¿Y dentro de la Comunidad Valenciana?



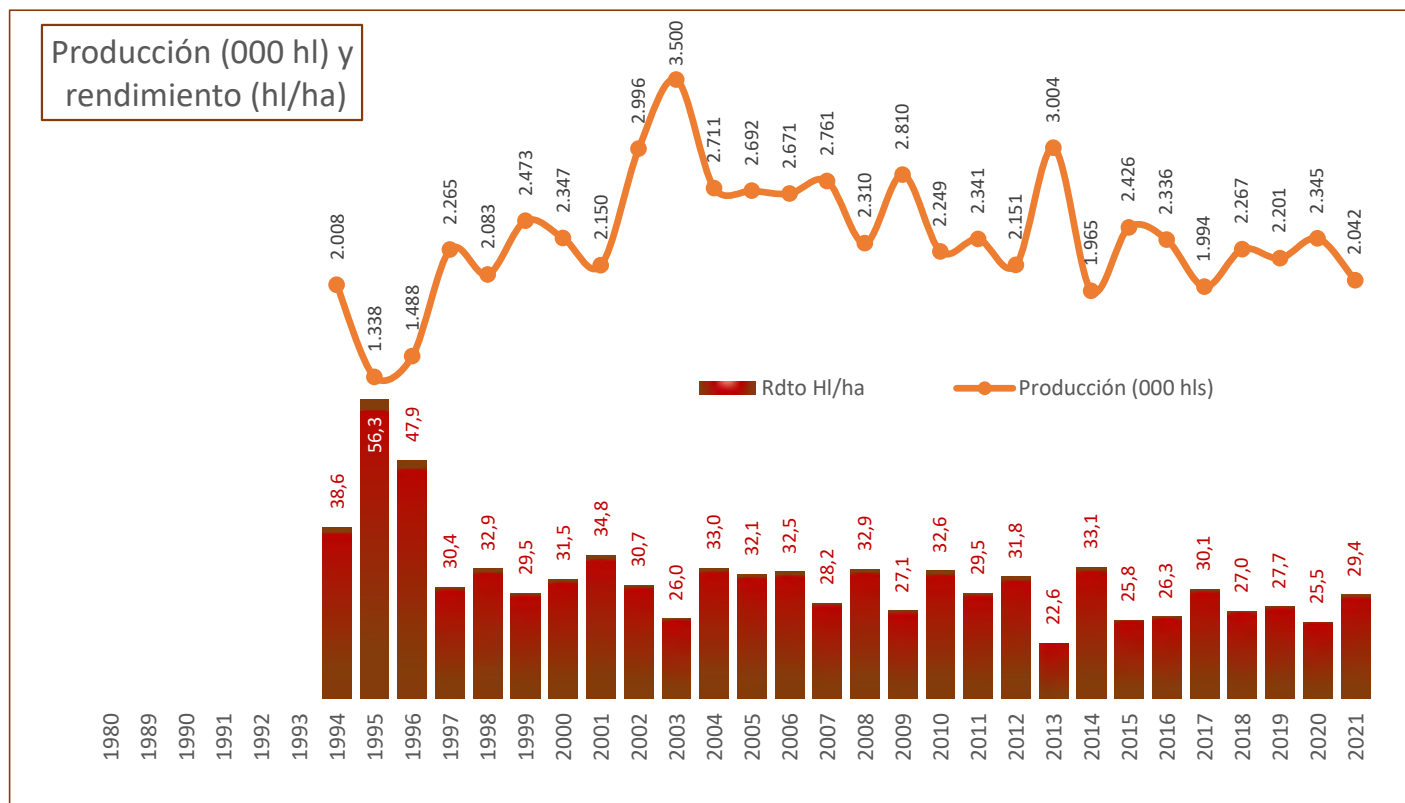
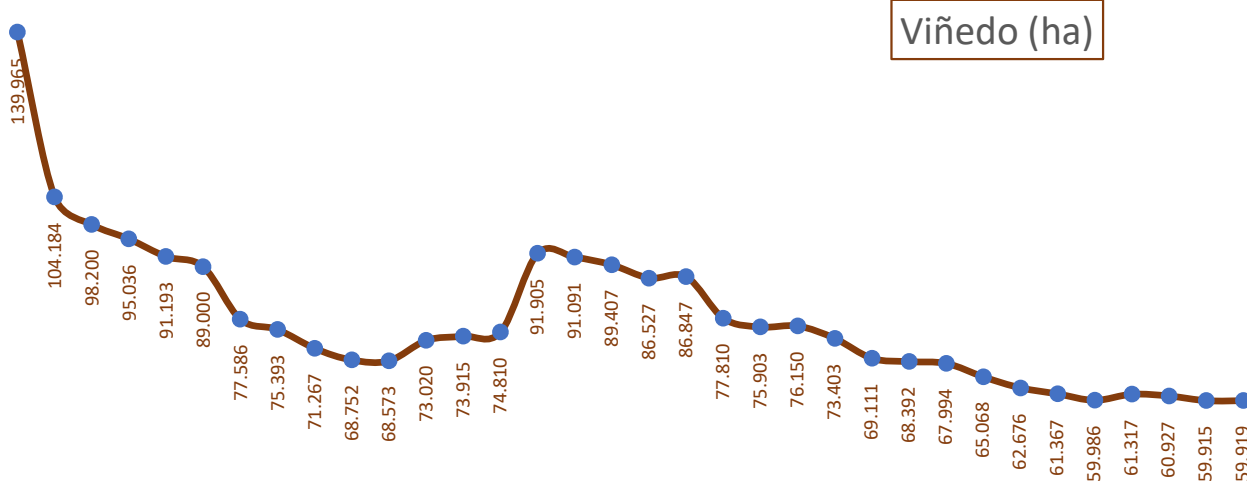
El mundo del vino - Cdad Valenciana

Ya vimos que la Comunidad

Valenciana tiene:

- ❑ Un viñedo en disminución (como en el conjunto de España), pero más estabilizado en los últimos años
- ❑ Una producción errática, pero también algo menor que hace unos años, moviéndose entre los 2 y 3 millones hl
- ❑ Con un rendimiento por ha más estable, sobre los 26/30 hl / ha

*Menos viña;
más productiva*



Cdad Valenciana

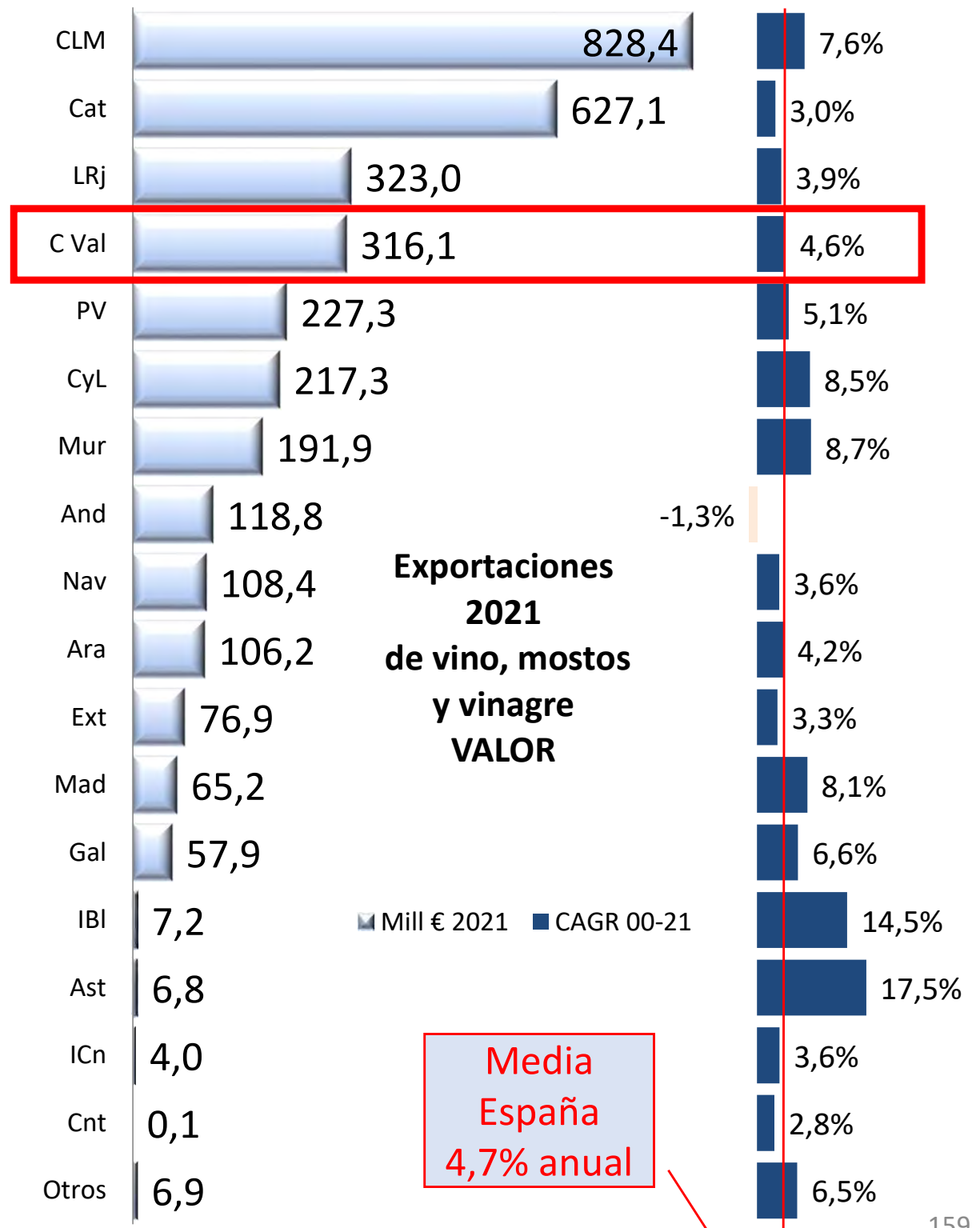
En valor,

CLM y Cataluña lideran en 2021 las ventas españolas, seguidas de La Rioja,

Comunidad Valenciana – que se sitúa en cuarta posición pero está apunto de alcanzar a La Rioja – y el País Vasco (gracias

especialmente a Rioja Alavesa).

En los últimos 21 años la Cdad. Valenciana creció sobre la media nacional (4,6% de media anual frente al 4,7% de media española) a ritmo inferior al de los archipiélagos, CLM, CyL o Murcia, pero por encima de otras grandes regiones vinícolas como La Rioja, Cataluña, Navarra o Aragón.

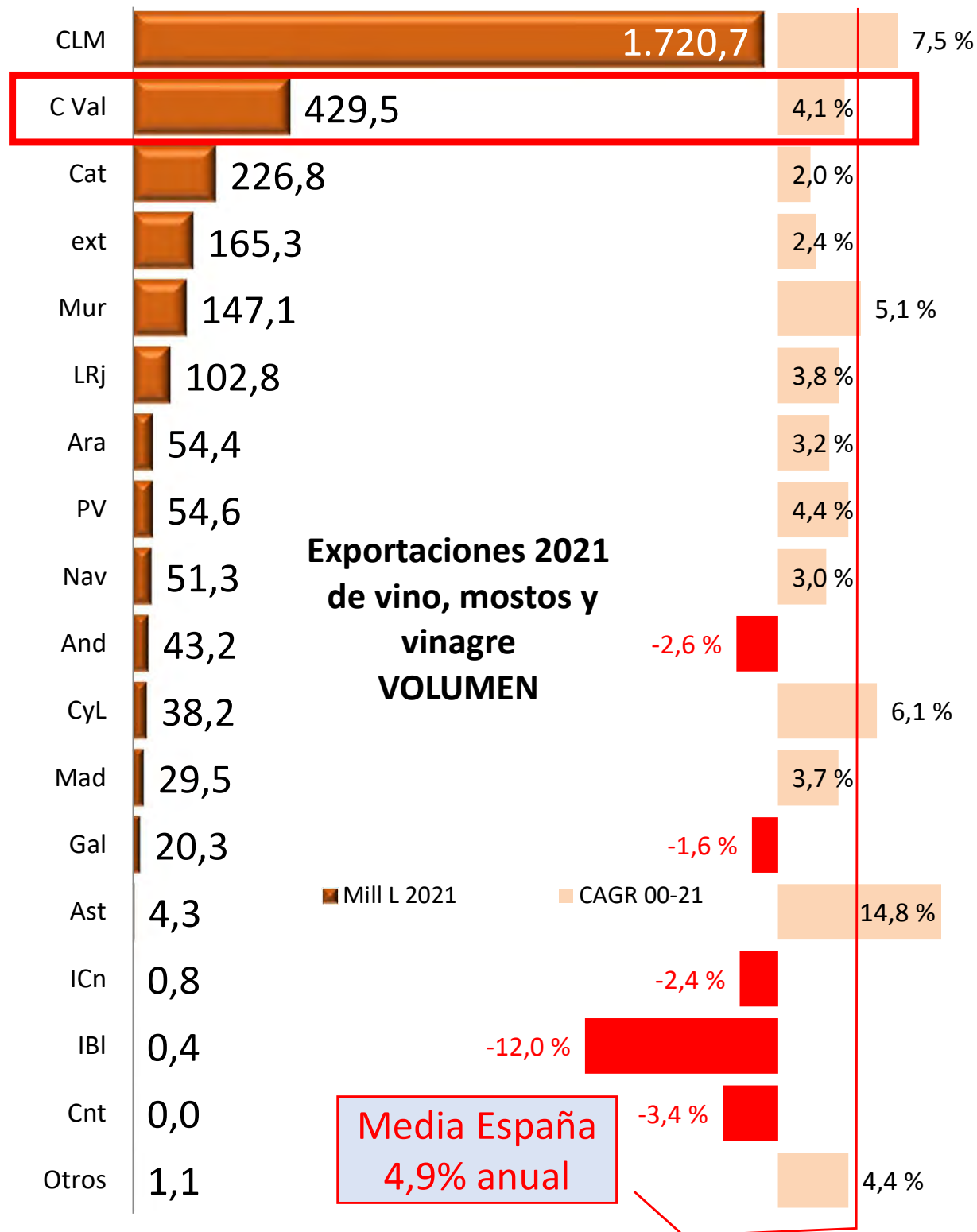


Cdad Valenciana

En volumen,

La diferencia de CLM con el resto es mucho mayor por la evolución reciente, pero la Cdad Valenciana es la segunda mayor exportadora de España y la que más creció en 2021 (salvo el caso de Asturias).

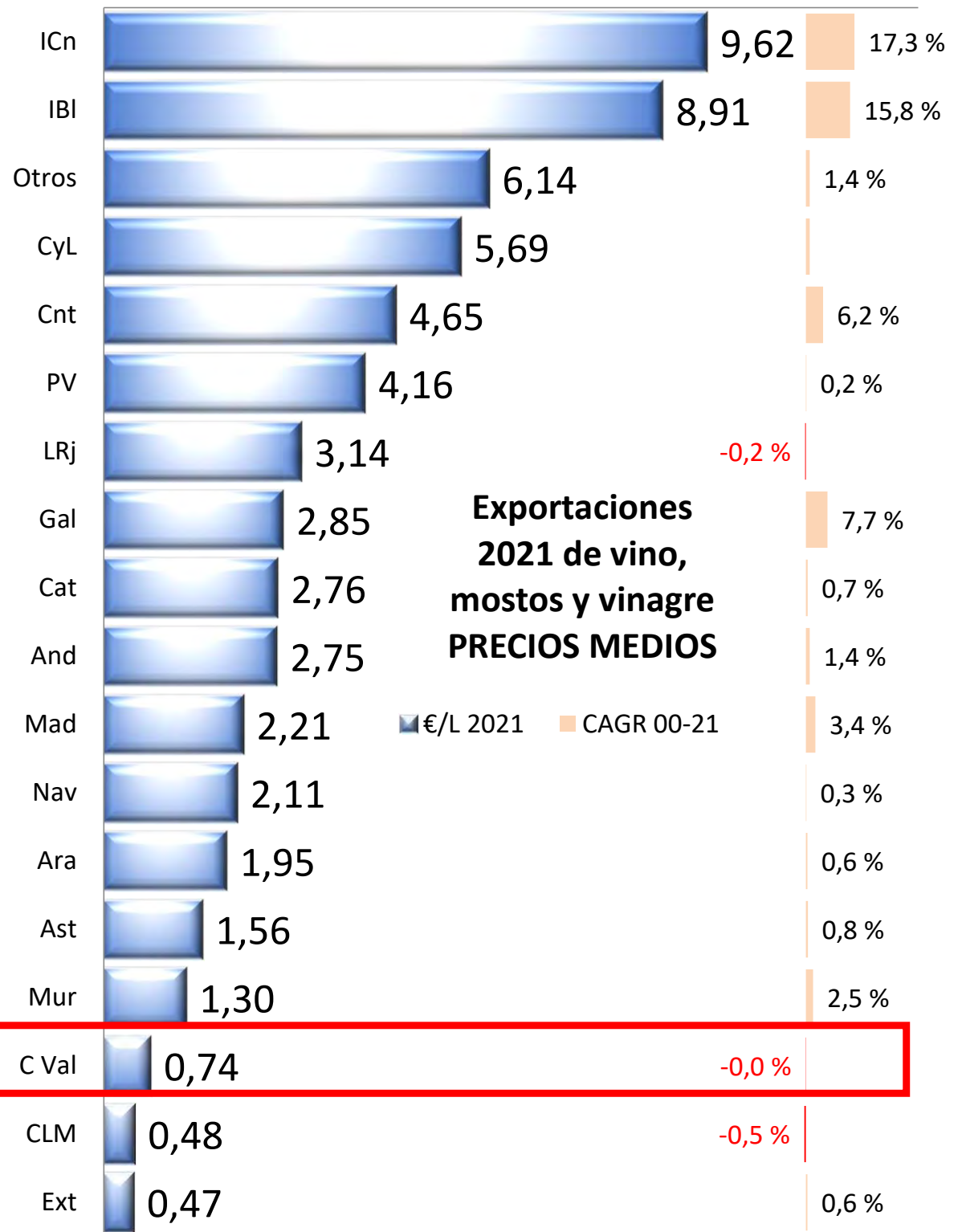
En un periodo más amplio, desde el año 2000, la Cdad Valenciana creció a una media del 4,1% , ligeramente por debajo de la media nacional (4,9%), muy influida por el fuerte crecimiento de ventas de CLM, con solo Murcia y CyL por encima de esa media nacional entre las grandes regiones vitivinícolas españolas.



Cdad Valenciana

Porque los precios medios del conjunto de los vinos también muestran grandes diferencias,

- con las islas en los precios más altos, quizás impulsadas por sus especiales relaciones con quienes les visitan (alemanes en Baleares)
- CyL con escaso volumen, más reciente pero precios medios mayores y subiendo
- La zona riojana bien situada, subiendo el PV pero no La Rioja desde 2000
- Y la zona central (Cdad Valenciana, CLM y Extremadura) cerrando la tabla
- En los últimos 21 años, solo La Rioja y CLM han bajado precios, con CV estable.



Cdad Valenciana - exportaciones

Es decir, la exportación de vino desde la Comunidad Valenciana en los últimos años muestra ser muy poderosa,

sobre todo en volumen, con muy buenos ritmos de crecimiento medio, aunque ligeramente por debajo de la media nacional; pero en la franja más baja de precios medios por el conjunto de las ventas de vinos y mostos.

Precios, por otro lado, que no han conseguido evolucionar al alza en estos 21 años y que, quizás por ello, se convierten en el reto principal de futuro:

la generación de
VALOR.



El mundo del vino – Cdad Valenciana

Los vinos de la Comunidad Valenciana – de los que los procedentes de Requena son parte esencial – muestran esta evolución comparada con los de otras zonas de España quizás por la composición de su cartera de productos. Ahora, más en detalle:

- ¿Qué vinos se exportan desde la Comunidad Valenciana?
- ¿Cómo han evolucionado?
- ¿Cómo se compara su cartera de productos con otras zonas de España?

El mundo del vino – Cdad Valenciana



La Comunidad Valenciana exporta (2021 AEAT)

429,5
MI

por valor de

316,1
M€

@

0,74
€/l



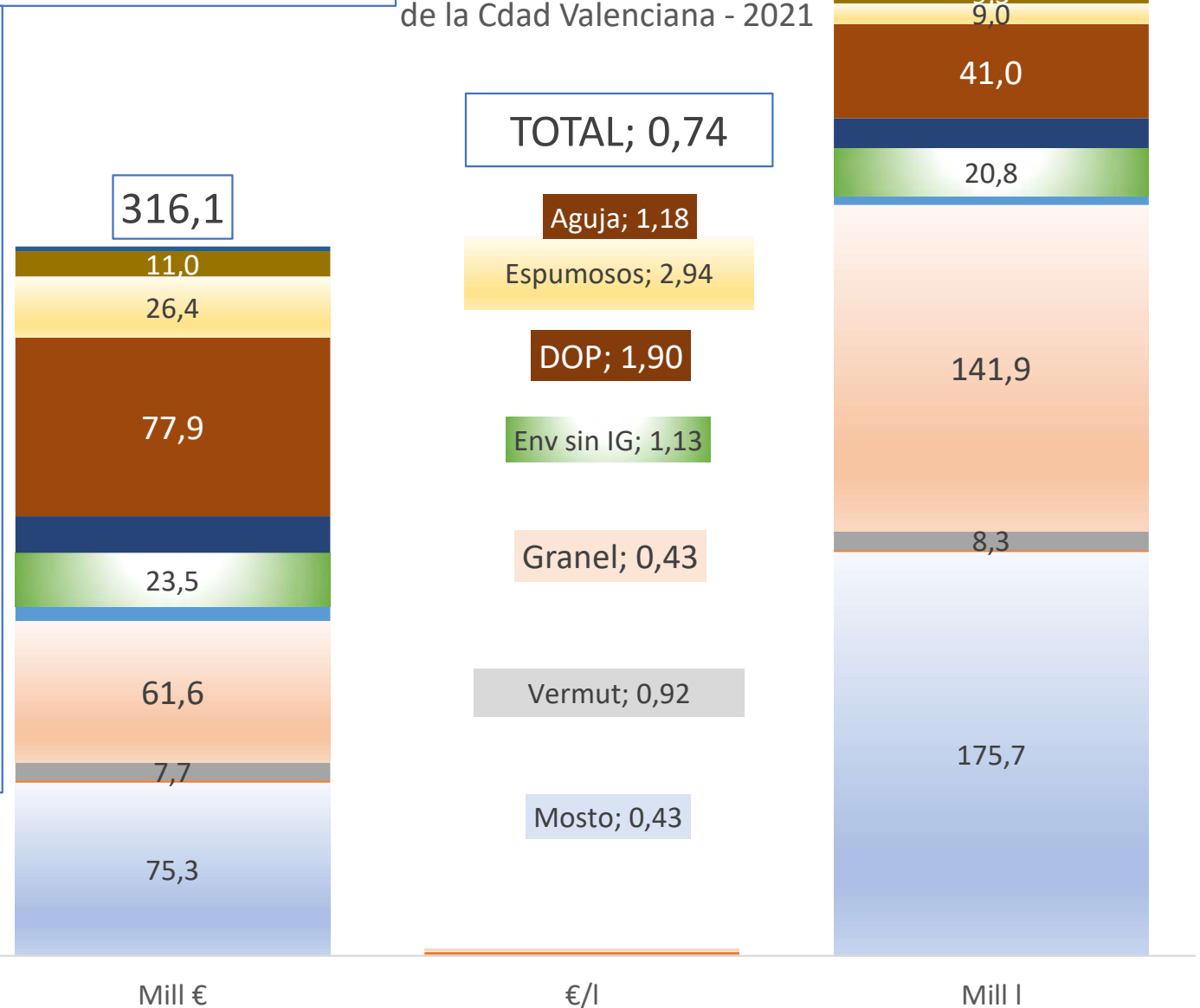
El mundo del vino – Cdad Valenciana

Como en el caso español, el total de exportaciones deben segmentarse por categorías para acertar en el análisis y la estrategia:

- ❑ Considerando tanto los vinos como los productos vitivinícolas, el mosto sigue siendo un elemento esencial de las exportaciones y del sector valenciano, representando en 2021 el 41% del total del volumen exportado, aunque apenas un 28% del valor
- ❑ Vinos a granel, le suman otro 33% de los litros vendidos y 20% de la facturación
- ❑ Mientras que otro tercio del valor (35,3%) se obtiene de vinos enviados con IGP o varietales, espumosos y vinos con DOP.

Es decir, el precio medio de exportación de la CV está muy influido por la gran importancia que tienen mostos graneles.

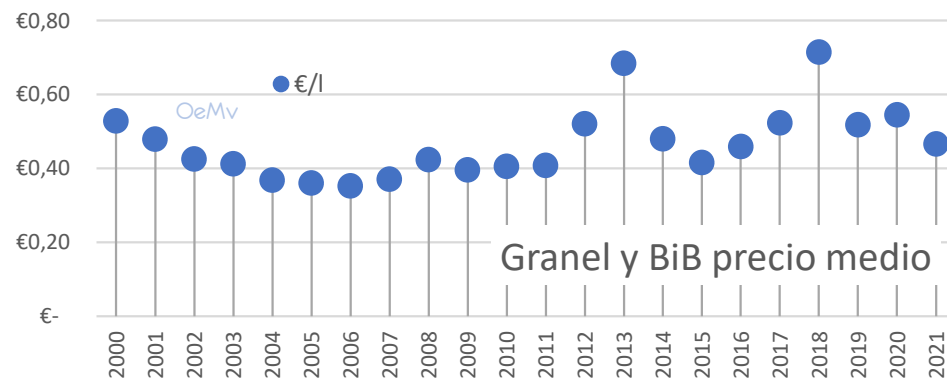
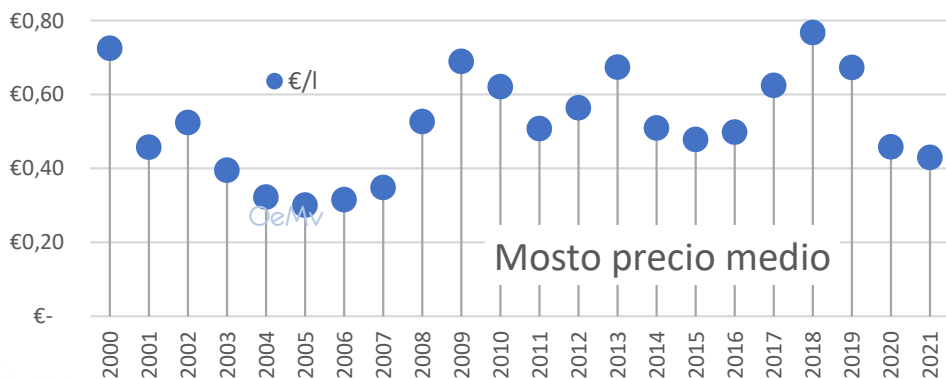
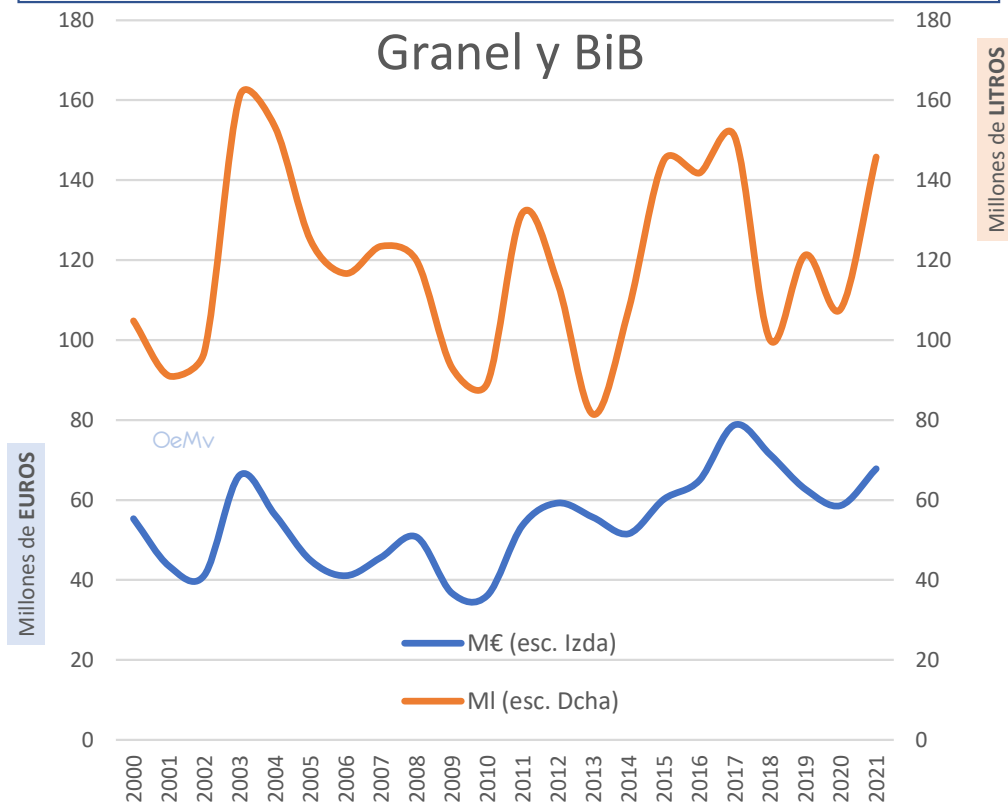
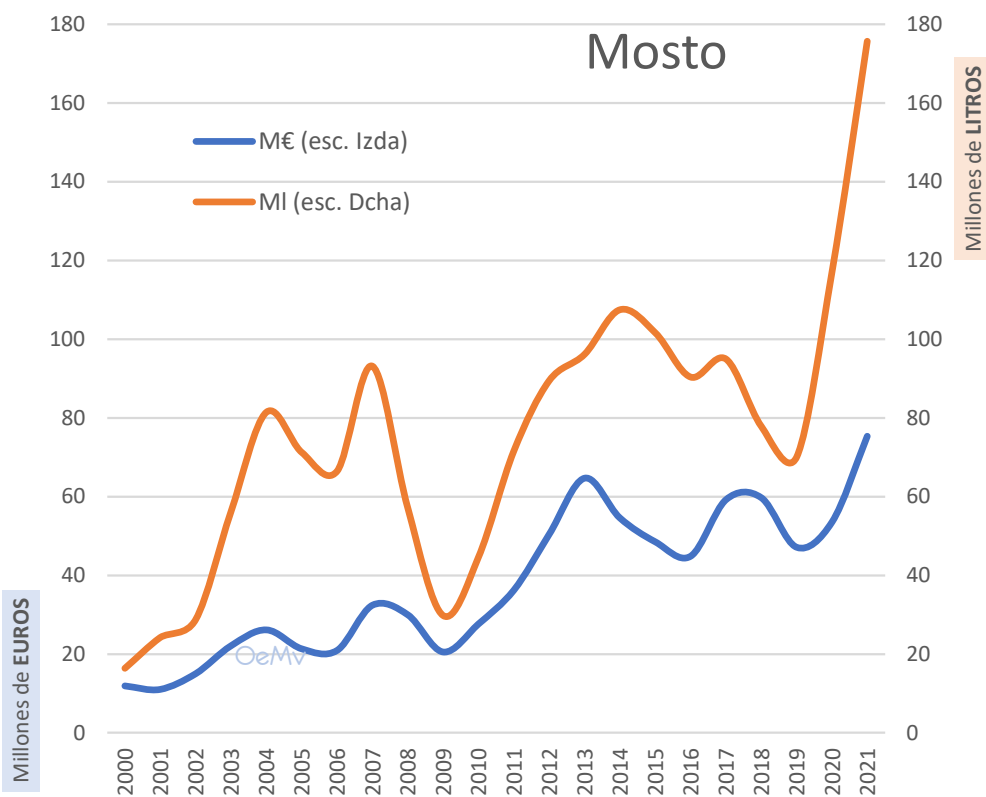
Exportaciones de vino y productos vitivinícolas de la Cdad Valenciana - 2021



Exportaciones C.V. – mosto y granel

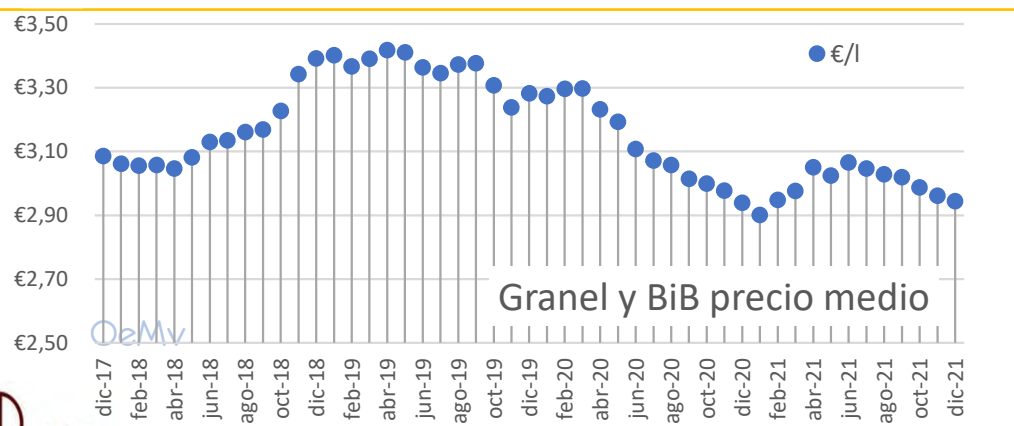
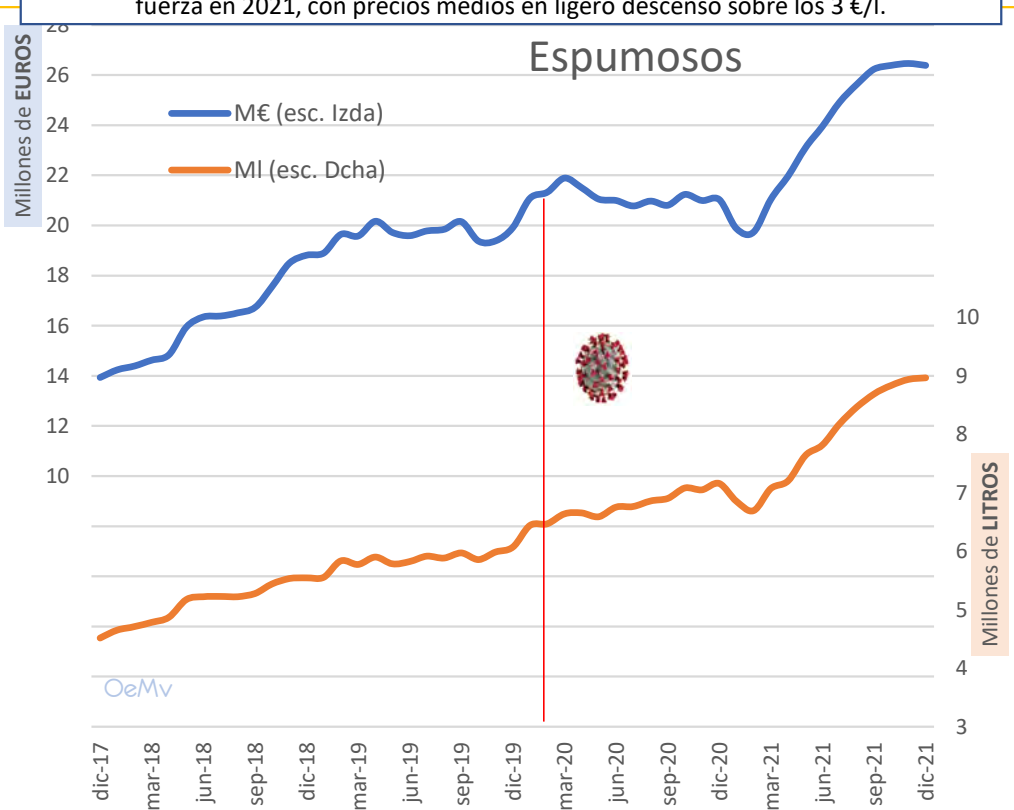
El mosto no sólo es fundamental en las exportaciones valencianas, sino que esta creciendo con fuerza en los últimos años, aunque a precios medios que apenas sobrepasan los 40 céntimos de euro por litro.

Otro millón y medio de hectolitros se exportan de vinos a granel (incluyendo una pequeña parte de BiB), muy variable en función del tamaño de las cosechas y con precios medios similares a los del mosto, también en función de cosechas.

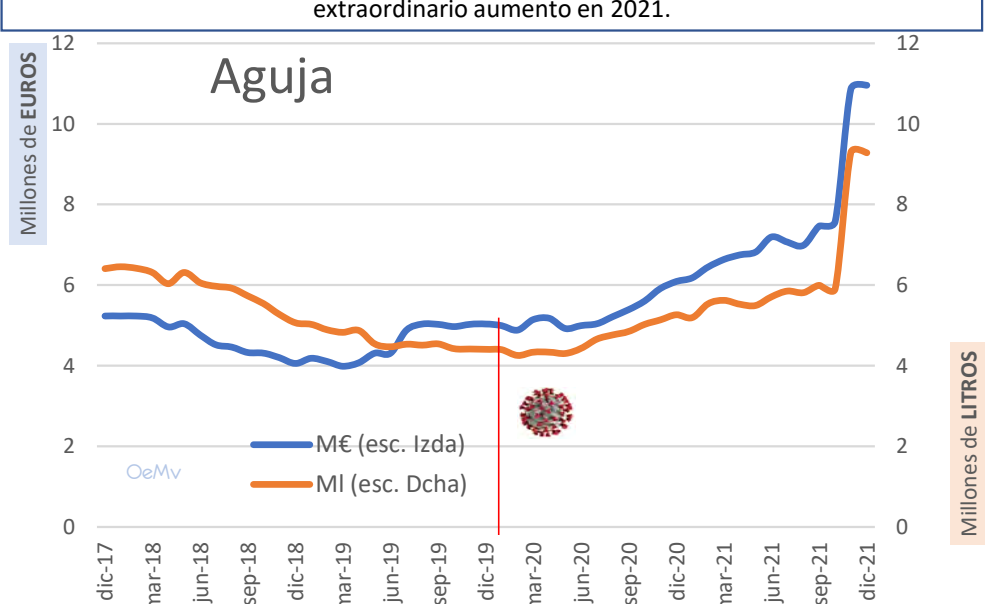


Exportaciones C.V. – categorías envasados

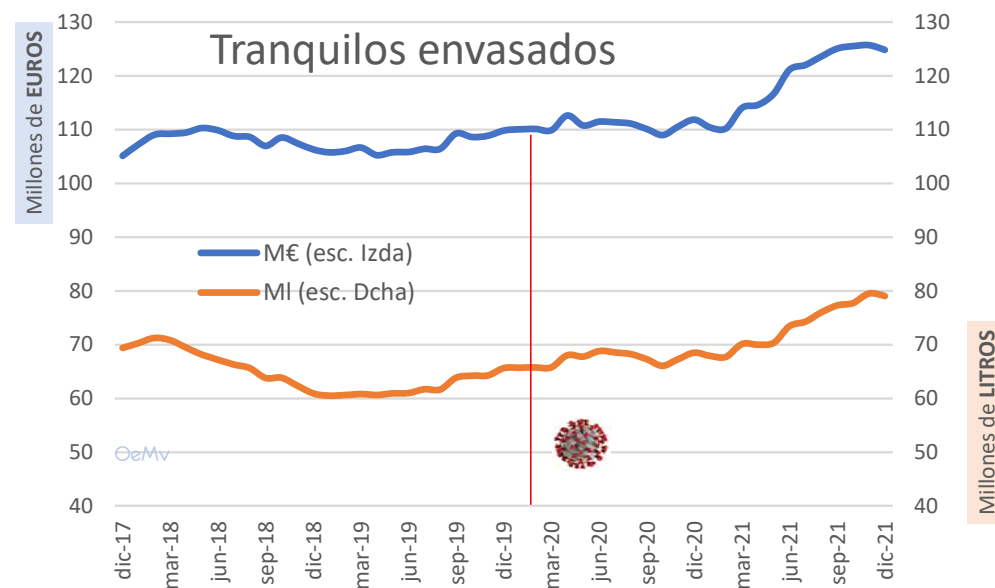
En los últimos 4 años (TAM mes a mes), la pandemia parece haber sentado bien a los espumosos valencianos que aguantaron muy bien el 2020 y crecieron con mucha fuerza en 2021, con precios medios en ligero descenso sobre los 3 €/l.



En cantidades similares a las del espumoso, sobre los 10/11 millones de litros, pero con menos de la mitad de la facturación, los vinos de aguja están disfrutando un extraordinario aumento en 2021.



El conjunto de los vinos tranquilos no espumosos también ha superado con éxito la pandemia del 2020 y crecen con fuerza en 2021... en paralelo valor y volumen.

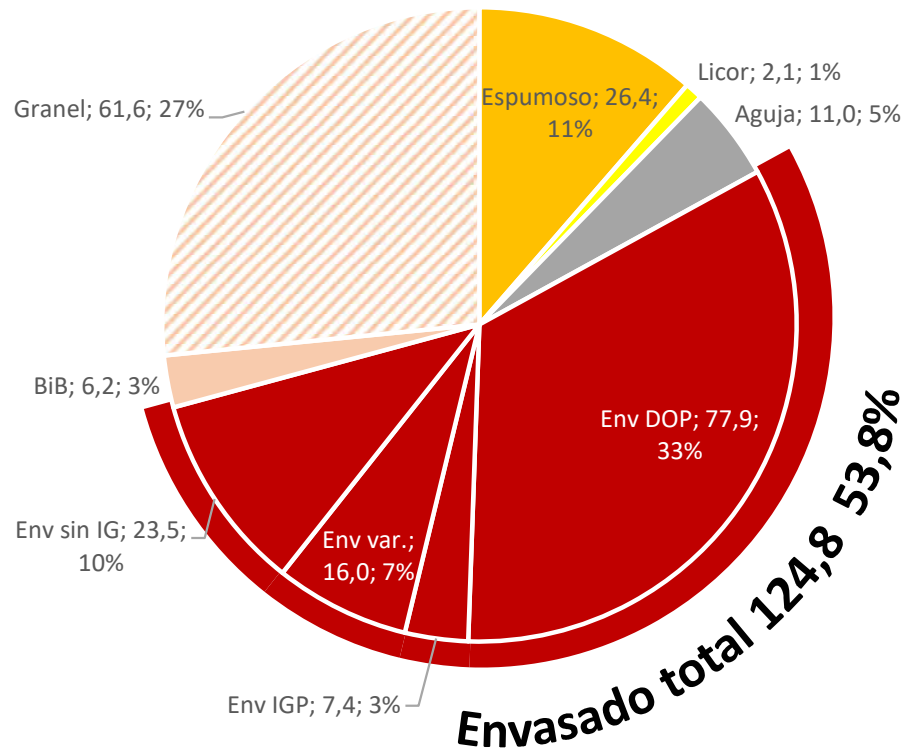


Exportaciones – composición

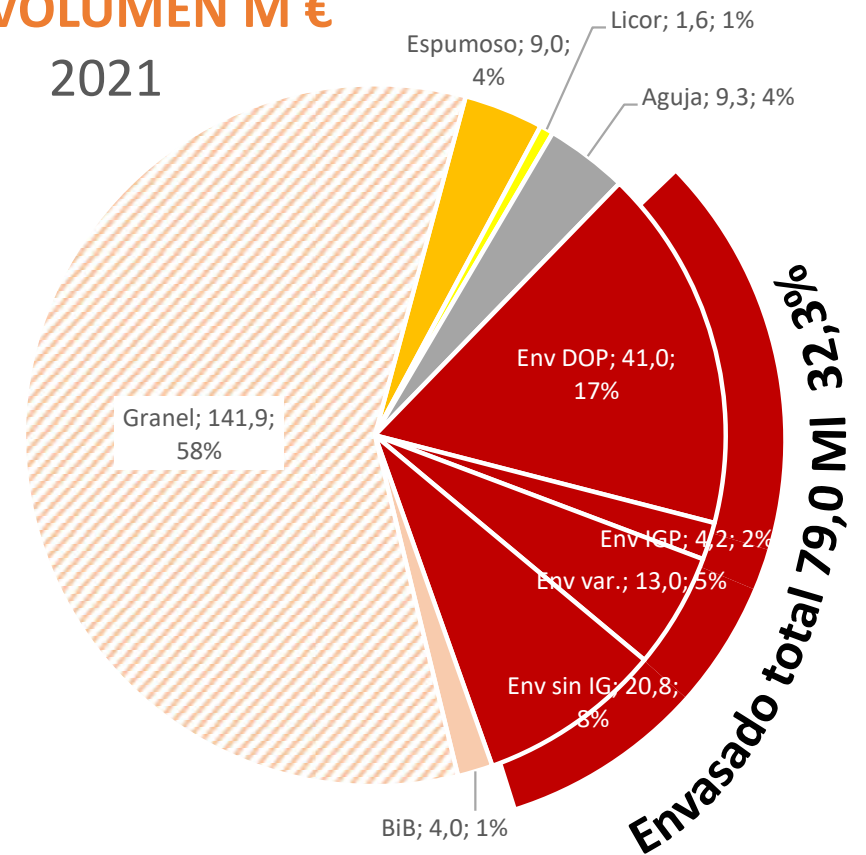
En el caso de la Cdad Valenciana, los envasados tranquilos, suponen el 53,8% del valor y el 32,3% del volumen y, a su vez, se dividen entre las siguientes subcategorías:

C.V. - VALOR M € 2021

... la evolución también es diversa →

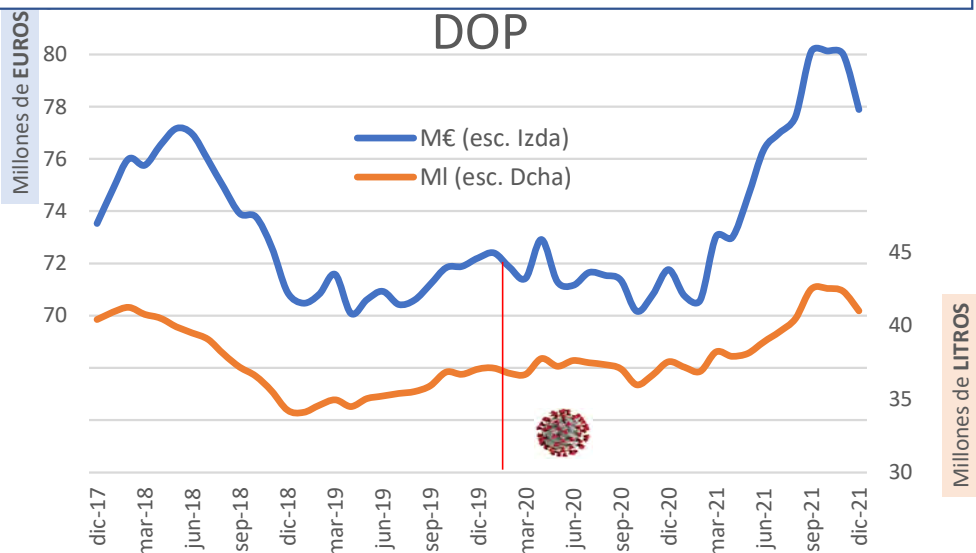


C.V. VOLUMEN M € 2021

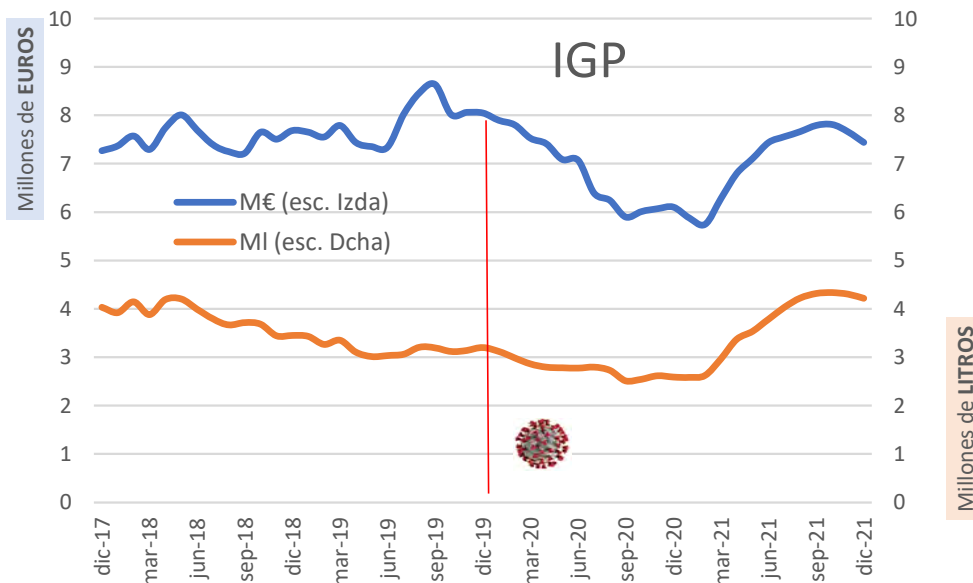


Exportaciones C.V. – envasados tranquilos

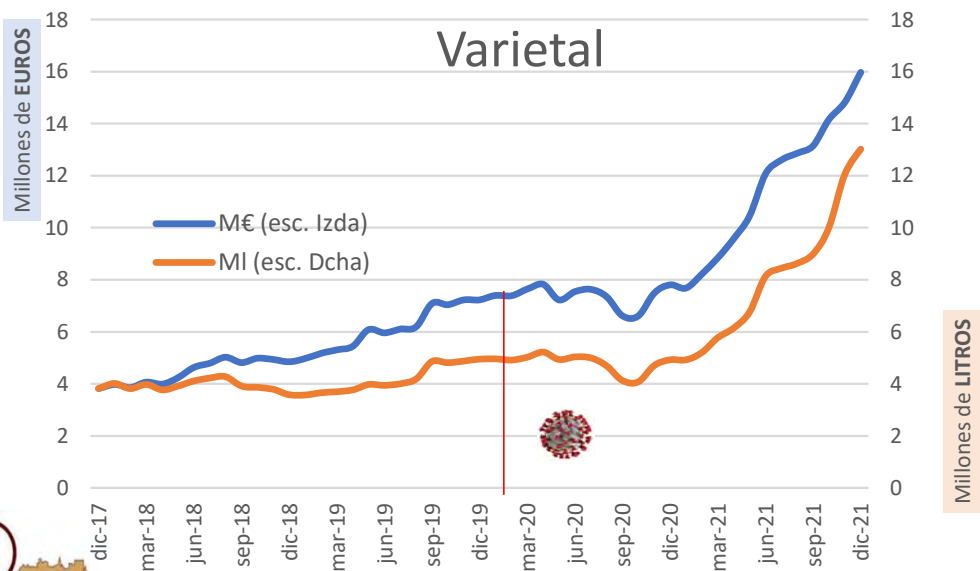
Los vinos tranquilos con DOP suponen la gran mayoría de la facturación también de la Cdad Valenciana con picos de mas de 80 M €, en fortísima recuperación en 2021 pero afectados por los problemas del final de ese año.



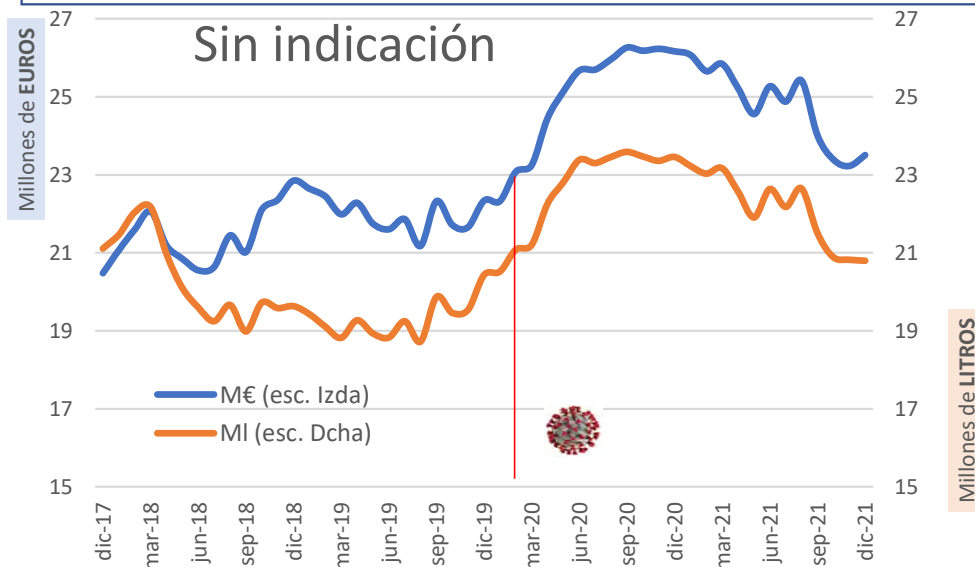
Los vinos “de la tierra” o con IGP no son relevantes en la C.V. con apenas 4 millones de litros por valor de 7 millones de euros.



Mucho mayor crecimiento que los vinos de la tierra están teniendo los varietales, a los que no parece afectar ni la pandemia ni los problemas posteriores.

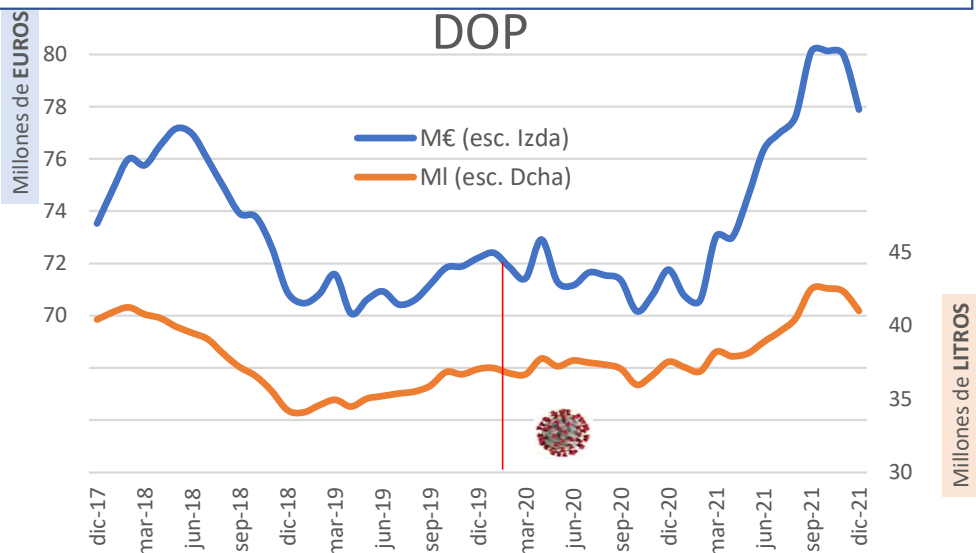


Los vinos sin indicación de calidad (IC) suponen unos 23/25 millones de euros para la C.V. y entre 20/23 millones de litros, en crecimiento durante la pandemia y posterior caída.

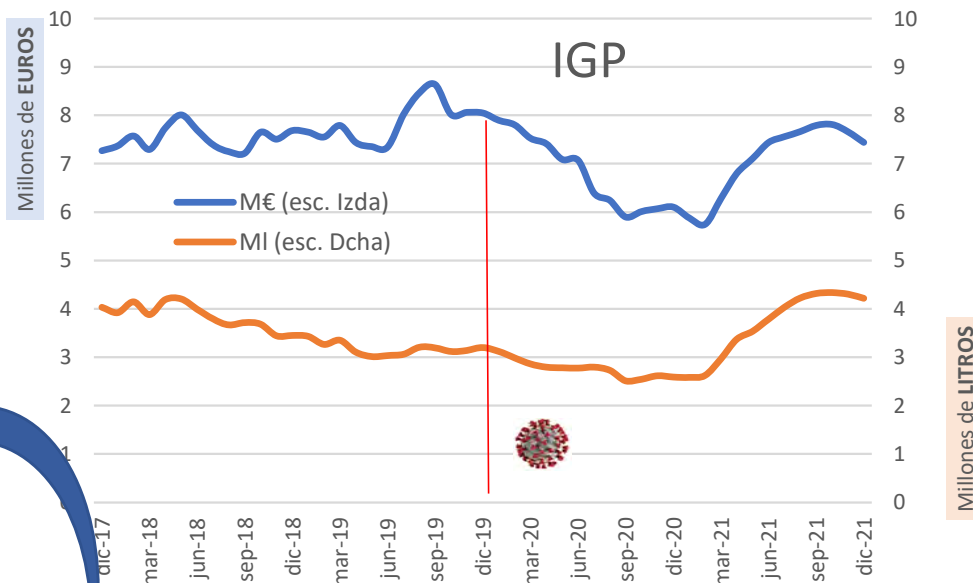


Exportaciones C.V. – envasados tranquilos

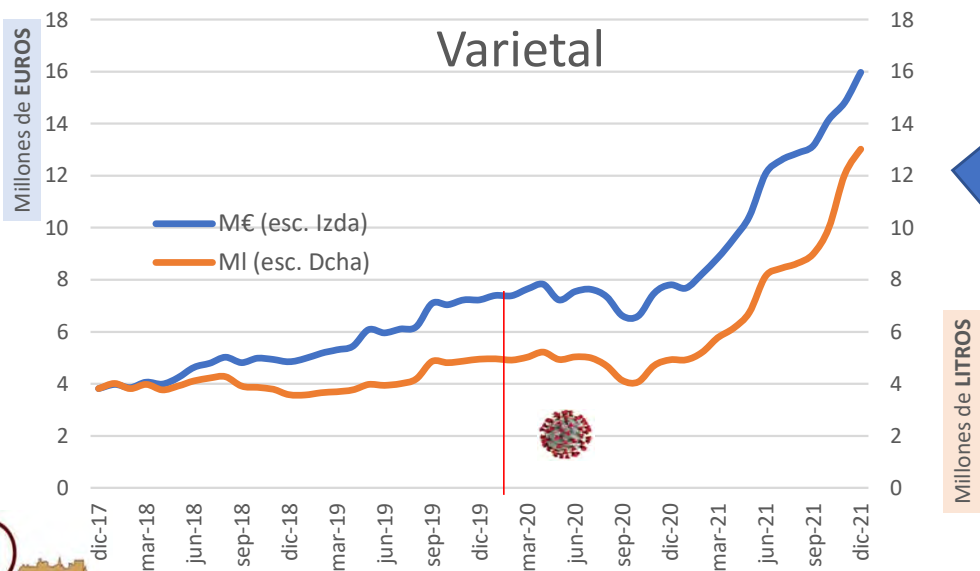
Los vinos tranquilos con DOP suponen la gran mayoría de la facturación también de la Cdad Valenciana con picos de mas de 80 M €, en fortísima recuperación en 2021 pero afectados por los problemas del final de ese año.



Los vinos “de la tierra” o con IGP no son relevantes en la C.V. con apenas 4 millones de litros por valor de 7 millones de euros.



Mucho mayor crecimiento que los vinos de la tierra están teniendo los varietales, a los que no parece afectar ni la pandemia ni los problemas posteriores.



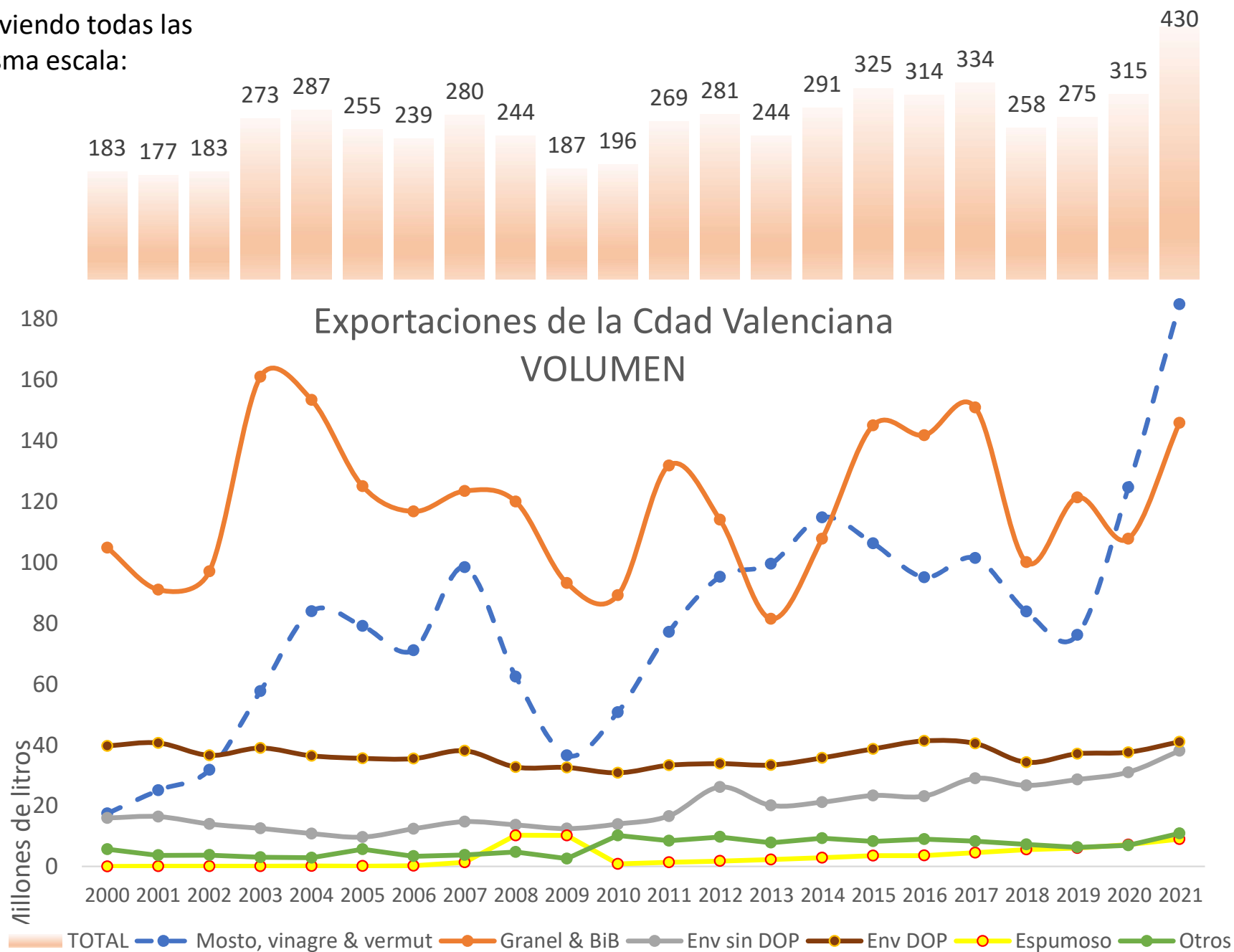
... en la C.V. puede empezar a darse y con cierta intensidad un trasvase de exportaciones de vinos con DOP hacia vinos varietales, en función de qué estrategia adopten las bodegas al dejar de vender vino de terrenos de Utiel Requena con DOP Valencia.

Si a nivel nacional se observa un progresivo trasvase de vinos con IGP hacia vinos varietales, más versátiles y con posible mejor mercado entre los clientes internacionales...

El mundo del vino – Cdad Valenciana

En los últimos años y viendo todas las categorías en una misma escala:

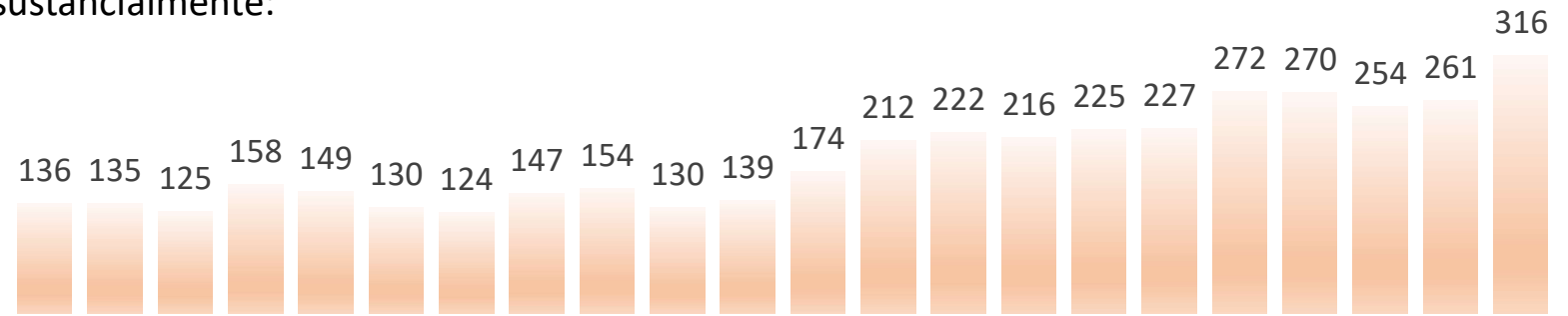
- ❑ El vino a granel (y BiB) junto con el mosto, ambos erráticos y ambos creciendo en 2021 son los principales productos vendidos en volumen por la Comunidad Valenciana
- ❑ En comparación, vinos con DOP – relativamente estables – y otros envasados tranquilos sin DOP – creciendo – suponen una cuota inferior del total.
- ❑ Con espumosos, aguja y licor creciendo pero desde cantidades pequeñas.



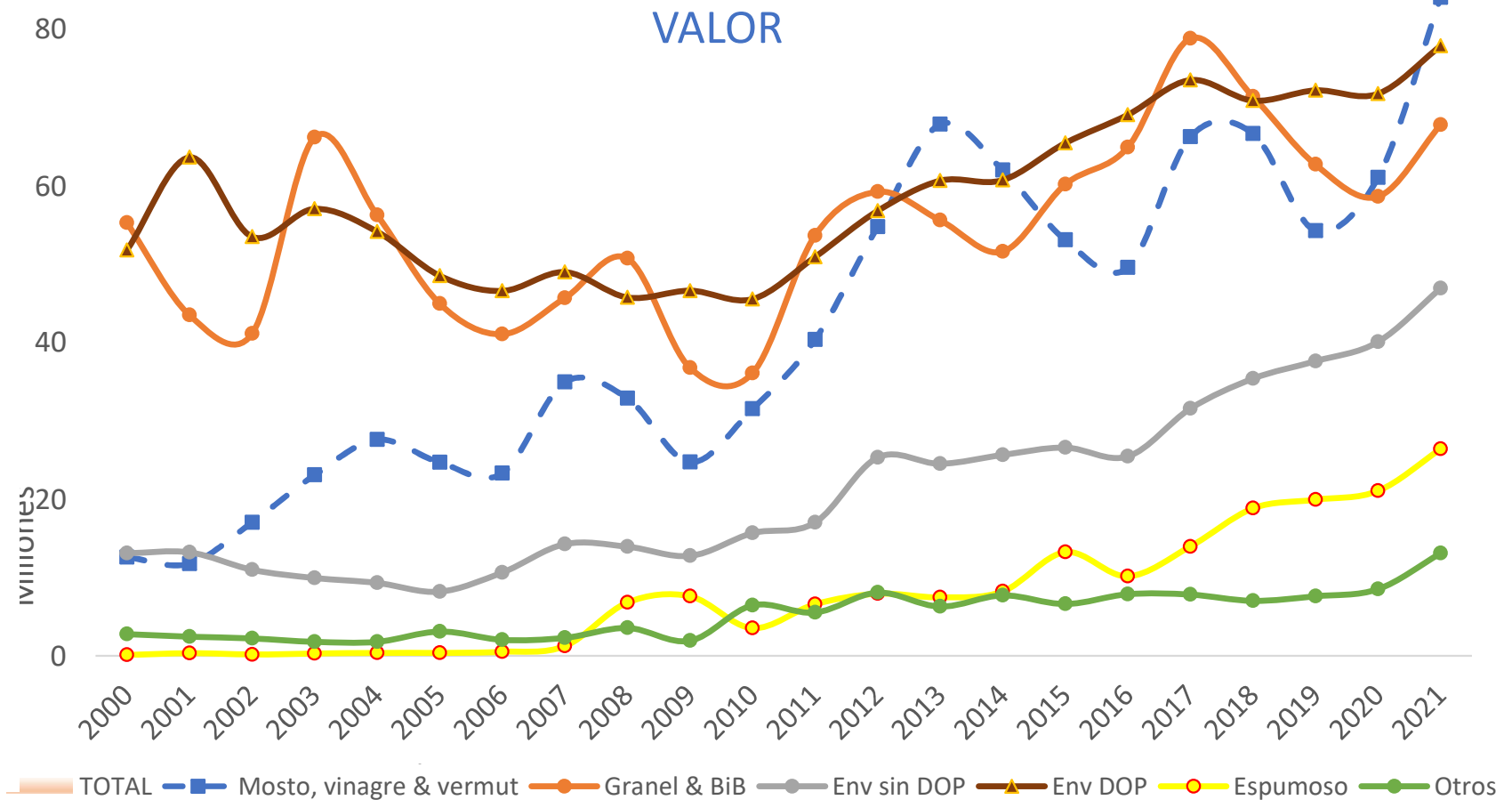
El mundo del vino – Cdad Valenciana

En valor, el panorama cambia sustancialmente:

- El crecimiento de las exportaciones de vinos y mostos de la C.V. es fuerte desde 2009.
- Mosto vuelve a ser la principal partida por facturación tras un magnifico 2021...
- ... pero son los vinos envasados tranquilos con DOP los más estables y principales desde 2014
- Con el granel muy errático
- Envasados sin DOP y Espumosos en fuerte progresión
- Y licor y aguja también creciendo



Exportaciones de la Cdad Valenciana



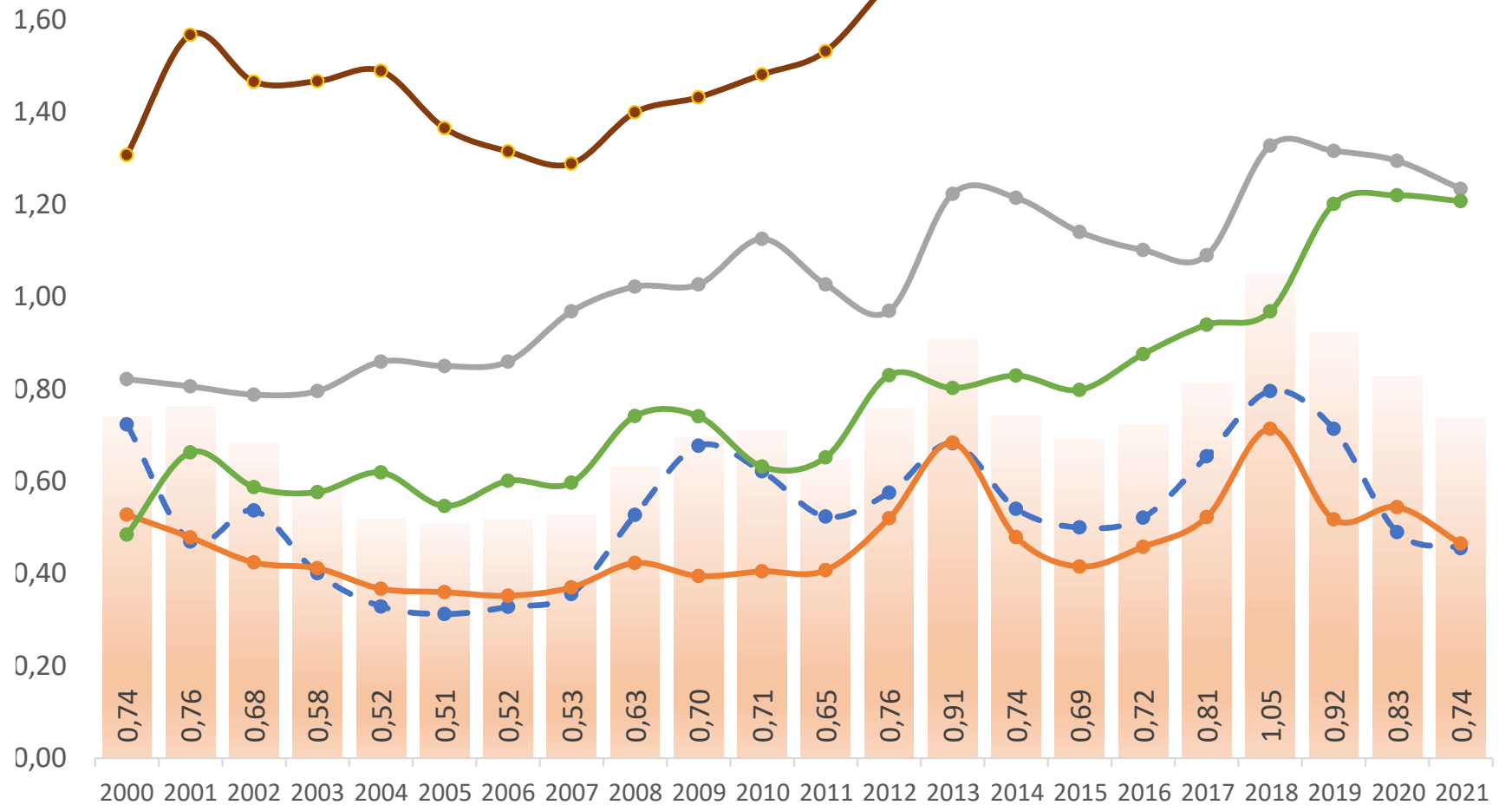
El mundo del vino – Cdad Valenciana

En cuanto a los precios medios:

- ❑ Los vinos tranquilos con DOP se mantienen cerca de los 2 €/l
- ❑ A los que siguen (dejando en este grafico momentáneamente excluido el espumoso por su especial evolución) los vinos envasados sin DOP, que incluyen tanto varietales como IGP y sin in indicación de calidad.
- ❑ Otros vinos, donde se incluyen tanto los vinos de licor como los de aguja, muy importantes ambos en la C.V., han subido sustancialmente su precio medio en los últimos años hacia 1,20 €/l
- ❑ Cierran la tabla los vinos a granel y mostos, por debajo de 50 céntimos por ltr

Exportaciones de la Cdad Valenciana

PRECIOS MEDIOS

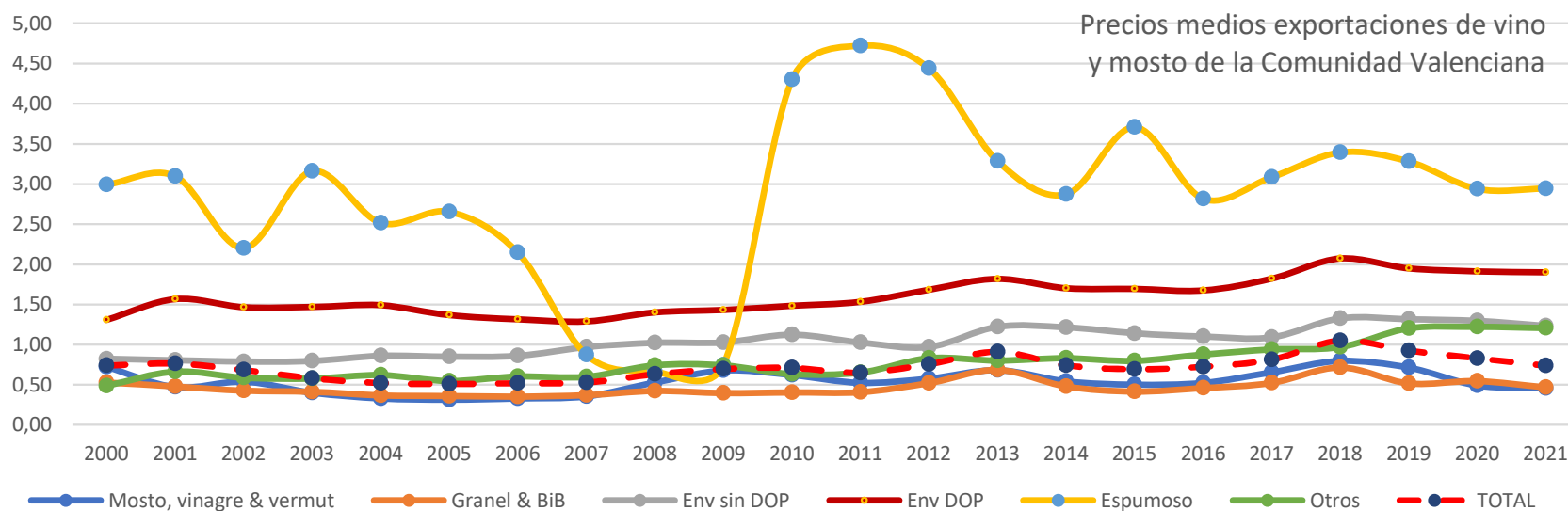
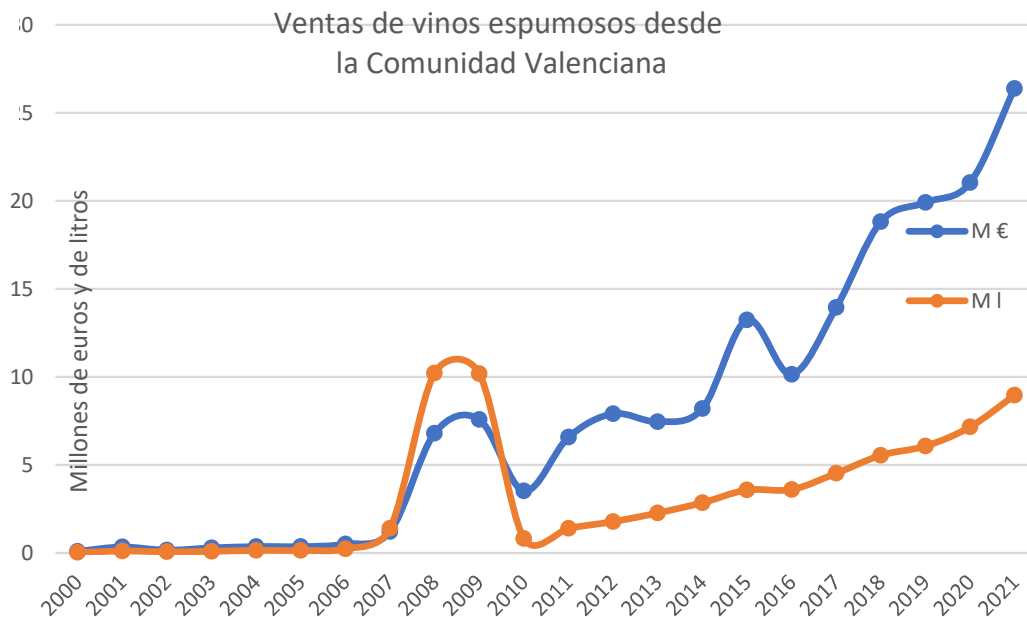


El mundo del vino – Cdad Valenciana

En relación con los precios medios del vino espumoso, las estadísticas oficiales de la AEAT muestran unos datos extraños, que no parecen un error.

La relación entre volúmenes exportados de vinos espumosos y los valores declarados arroja unas cifras extrañas durante muchos meses seguidos (no algo puntual) entre 2007 y 2011: primero con una fuerte caída del precio medio por gran subida de las botellas vendidas (especialmente a Eslovaquia en septiembre del 2008 y a Grecia en noviembre del 2009), y luego, justo al contrario, una gran subida de esos precios, por encima de los 4,50 €/l, por sensible aumento del valor.

Pero precios del espumoso que, en todo caso, llevan ya años sobre el nivel de los 3 €/l, muy estables y bien por encima de la media de otros vinos valencianos.



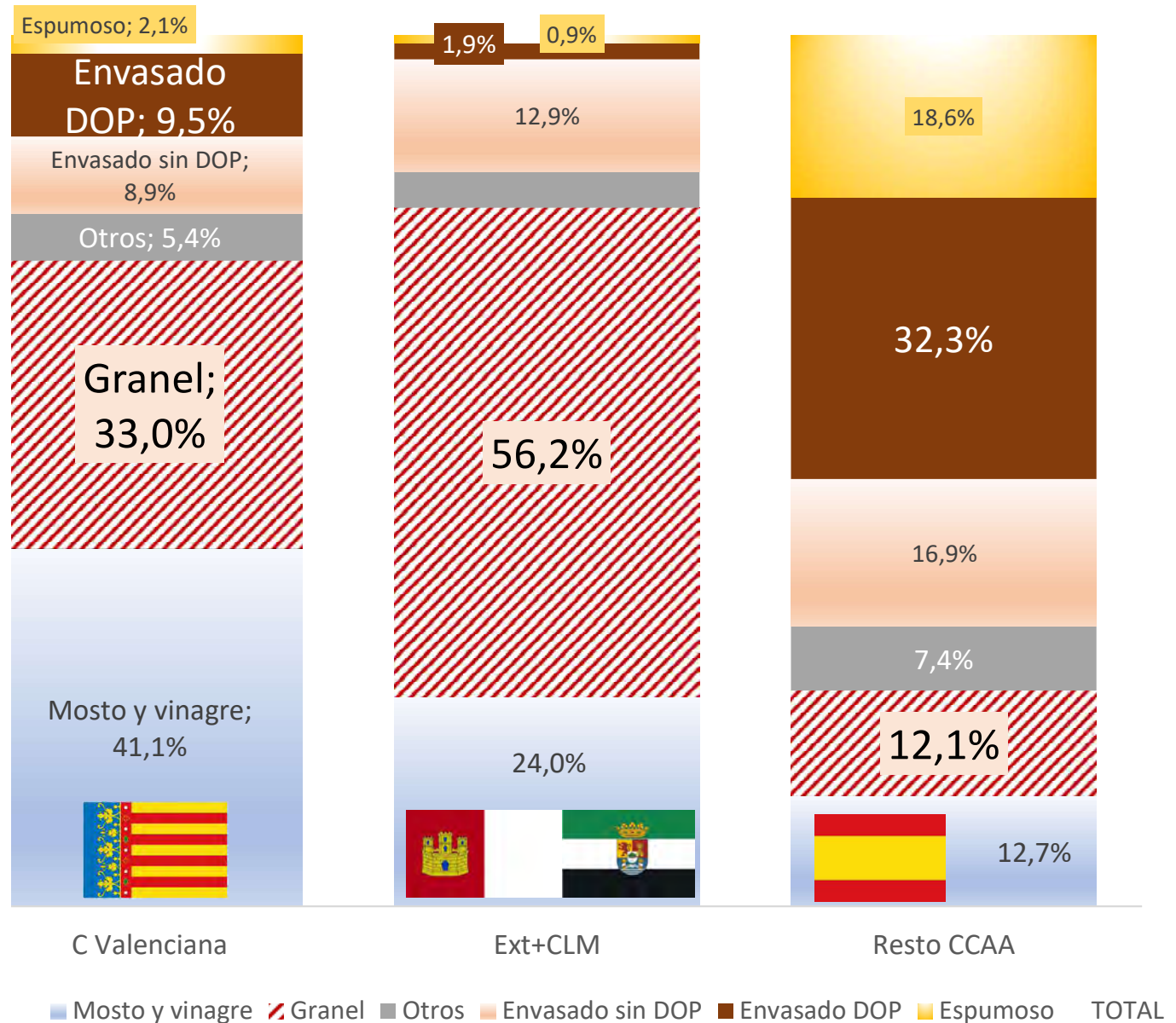
El mundo del vino – Cdad Valenciana

Es decir, una cartera de exportaciones vitivinícolas todavía muy concentrada en productos de escaso valor como el granel y el mosto.

Simplificando y comparando con otras regiones españolas:

- ❑ Vendemos más mosto (en proporción) que las otras dos grandes CCAA exportadoras de volumen, CLM y Extremadura
- ❑ Algo menos de granel que Extremadura y CLM pero en mucha mayor proporción que el resto
- ❑ Una cantidad relativamente menor de envasados sin DOP y espumosos
- ❑ Y una cantidad importante de vinos con DOP, mucho mayor que la de otras CCAA de volumen pero muy inferior al resto de CCAA.

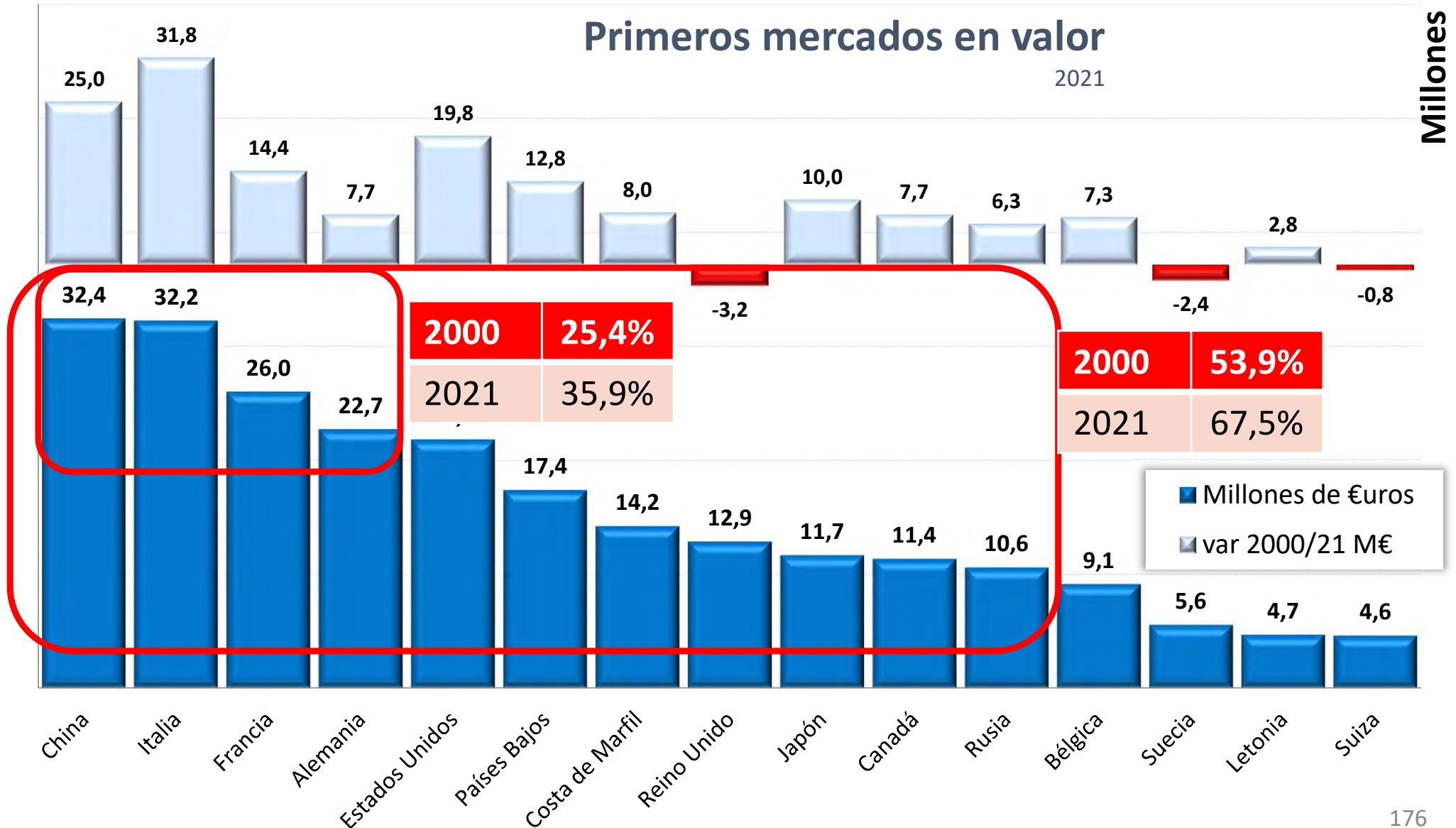
Exportaciones españolas de vino 2021 - VOLUMEN



¿Dónde vende la C Valenciana? VALOR

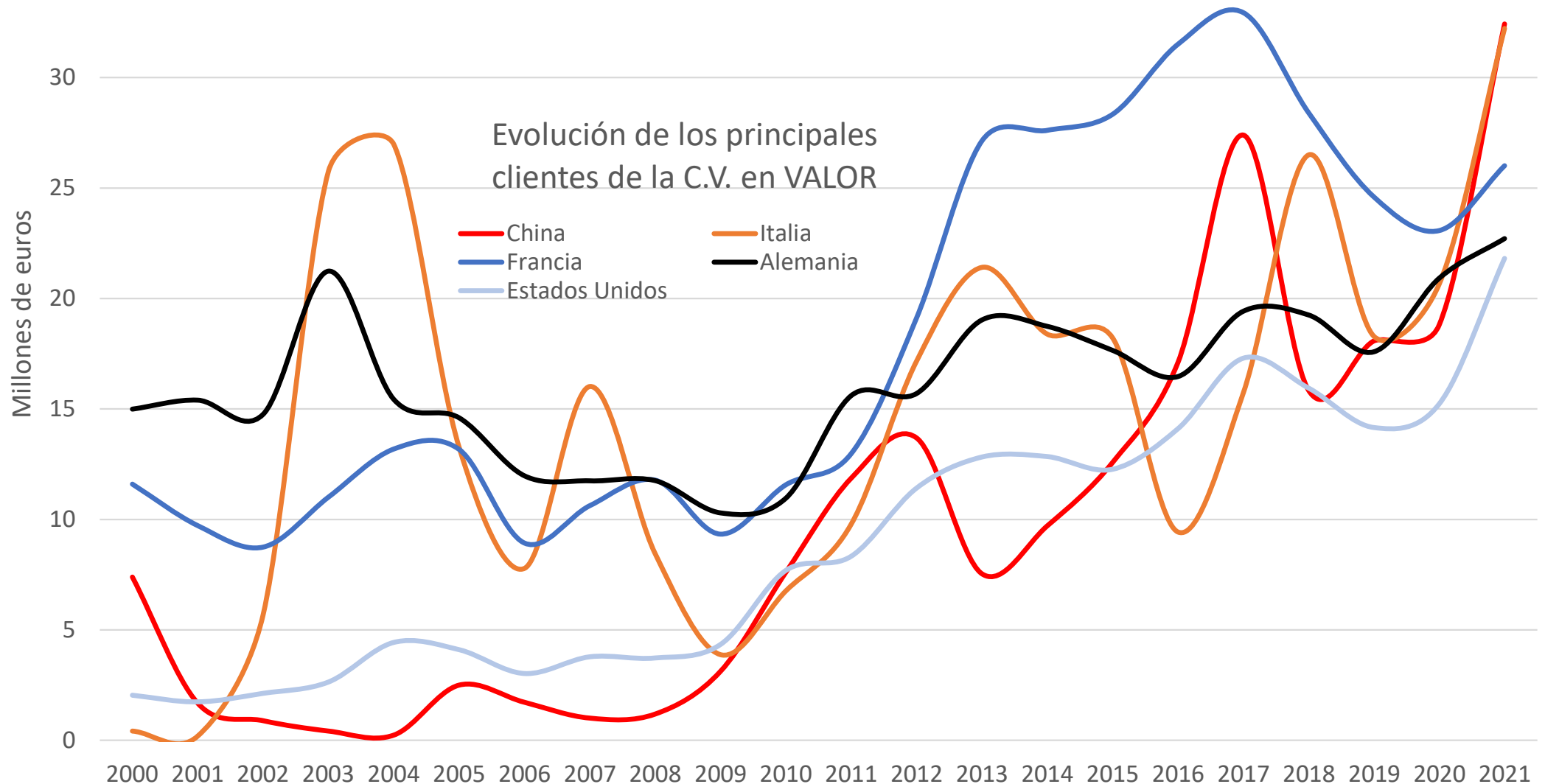
En el caso de las exportaciones desde la Cdad Valenciana, China se ha convertido en el principal cliente de sus vinos, con Italia en fuerte crecimiento en 2021, seguidos de Francia, Alemania y EE.UU.

En 21 años, las principales subidas en términos absolutos se han dado en Italia, China y EE.UU., donde se han aumentado las ventas en 76,6 millones de euros entre los tres, del total de 180 millones aumentados en este periodo.



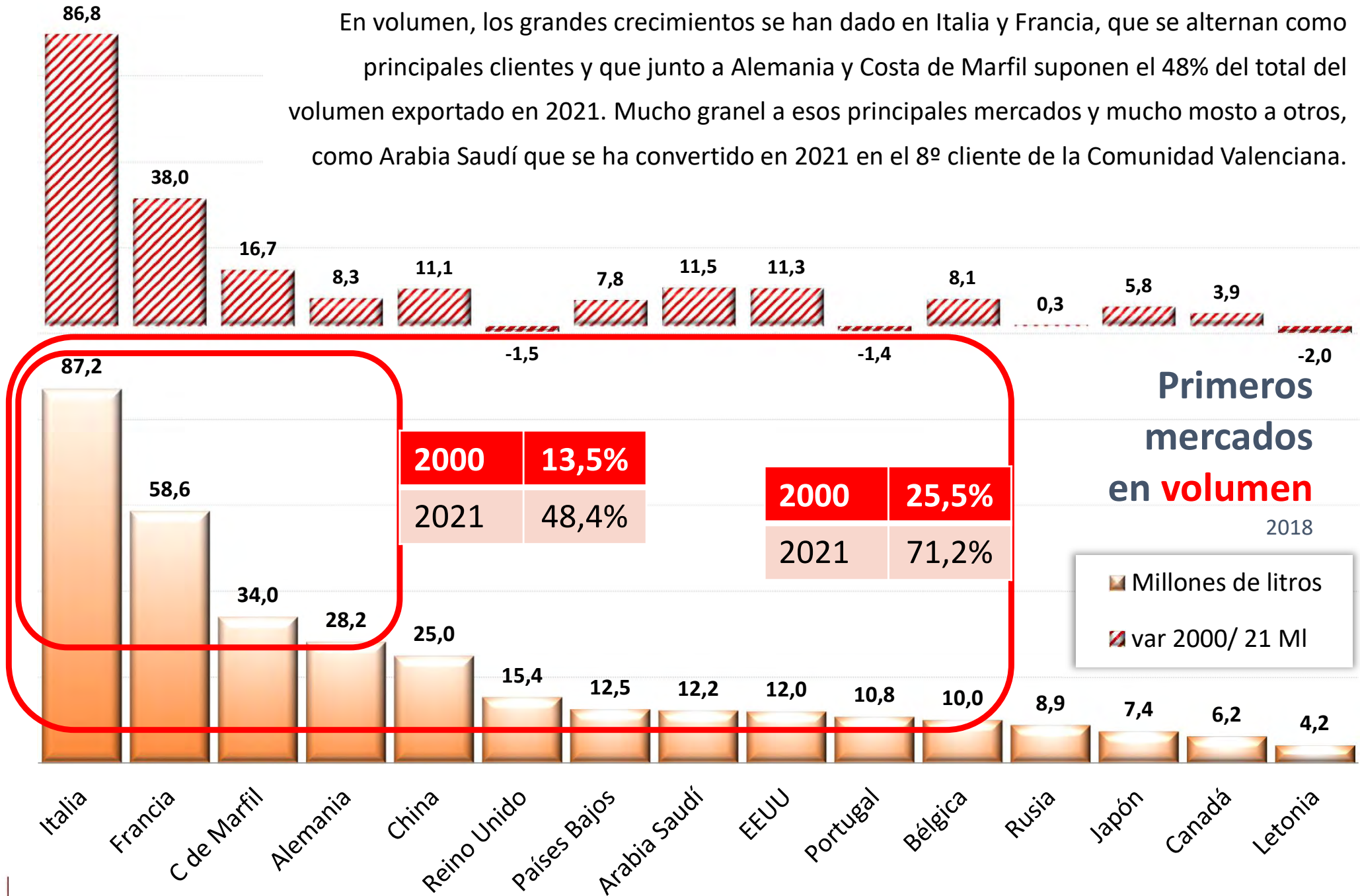
¿Dónde vende la C Valenciana? VALOR

Entre los primeros 5 clientes de los vinos mostos valencianos, la evolución es desigual. China e Italia se muestran extraordinariamente erráticos y ambos alcanza los 32 M € en 2021. Francia, primer cliente entre 2012 y 2020 compra menos vino valenciano en 2021. Alemania se muestra más estable y en buen crecimiento, mientras EE.UU. crece también de forma muy continuada.



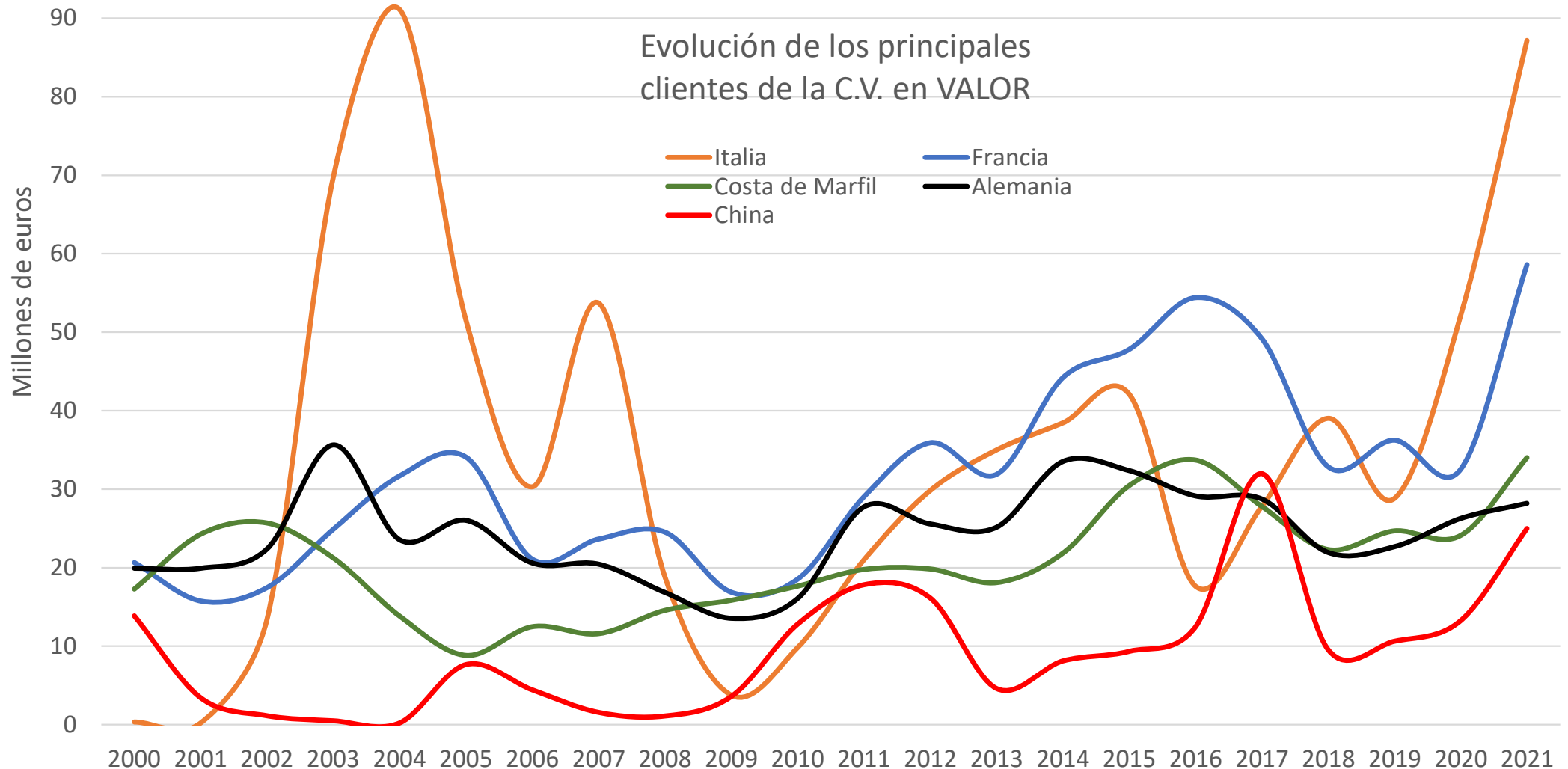
¿Dónde vende la C Valenciana? VOLUMEN

En volumen, los grandes crecimientos se han dado en Italia y Francia, que se alternan como principales clientes y que junto a Alemania y Costa de Marfil suponen el 48% del total del volumen exportado en 2021. Mucho granel a esos principales mercados y mucho mosto a otros, como Arabia Saudí que se ha convertido en 2021 en el 8º cliente de la Comunidad Valenciana.



¿Dónde vende la C Valenciana? VOLUMEN

En volumen, la evolución de los principales 5 mercados del 2021 también fluctúa mucho a lo largo de estos años, siendo la primera causante de estas variaciones Italia y en menor medida Francia. Costa de Marfil se consolida como uno de los principales mercados para el vino valenciano (granel) y China parece retomar en los últimos años la buena marcha del periodo anterior.

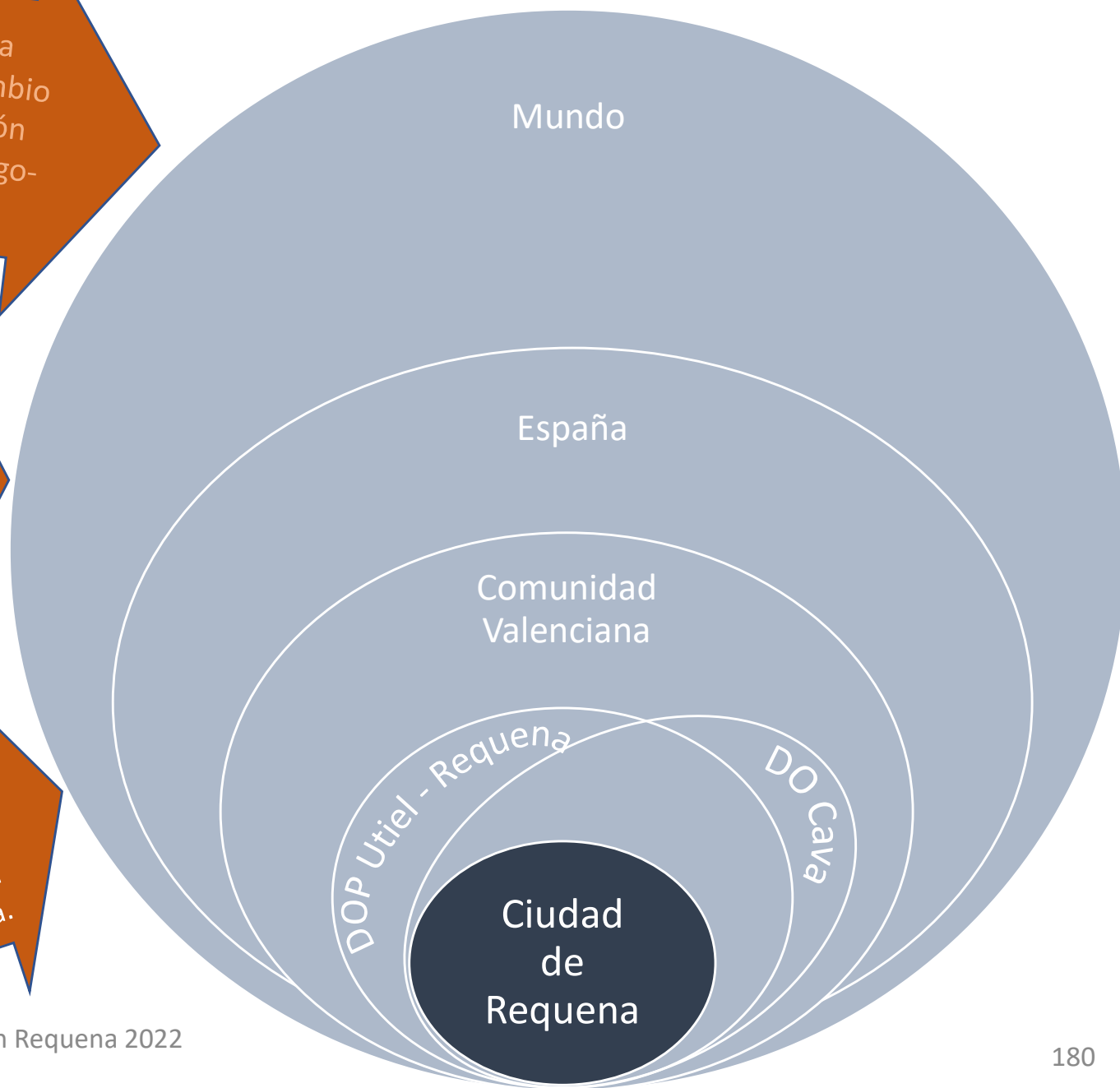


Y en este contexto ¿cómo va la Comunidad Valenciana?

Un contexto mundial donde el vino va bien, con producciones erráticas, cambio de consumidores, donde la distribución y la rentabilidad son claves y con categorías cada vez más segmentadas.

Un país, España, protagonista de las fluctuaciones en producción, con menores medidas de regulación, un consumo nacional estable y convertido en líder mundial de exportaciones, sobre todo por el granel.

Una CA con menos viñedo, sometida a una fuerte competencia en precios y volumen, pero todavía muy dependiente de las exportaciones de granel y mosto, principalmente a Italia y Francia.



Finalmente, el vino en Requena se ve muy directamente influido por la marcha de la DOP Utiel-Requena, bajo la que se amparan parte importante de los vinos de la ciudad de Requena (no todos) y de la que – ya vimos – Requena es parte esencial.

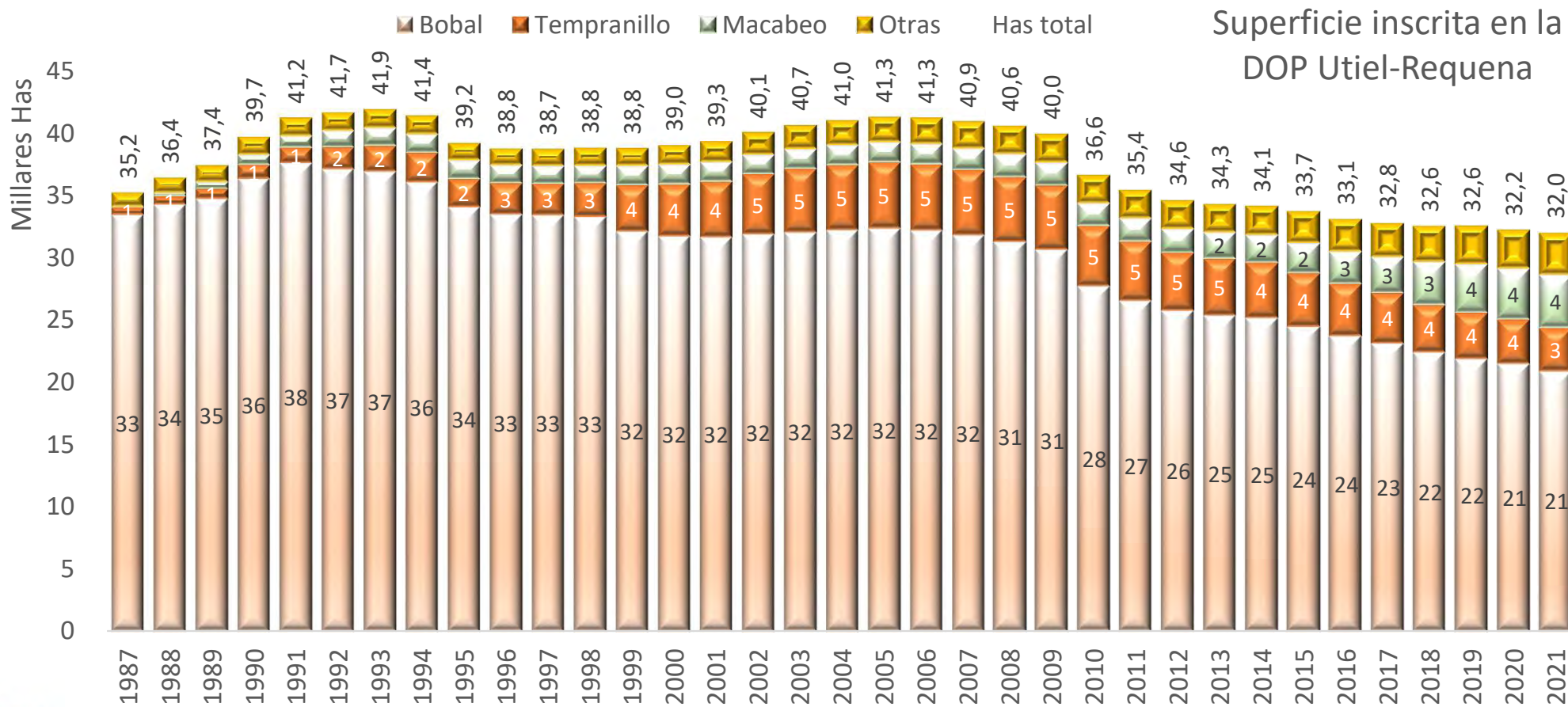
Por lo que interesa analizar las TENDENCIAS del vino en esta DOP.



Requena en el mundo del vino –

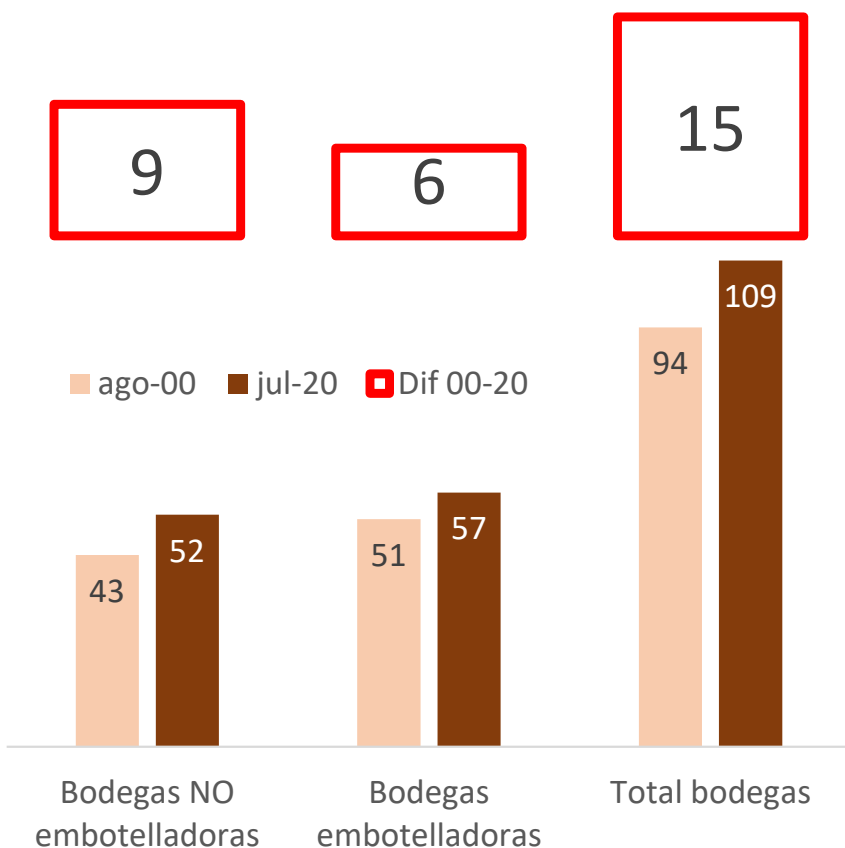
DOP Utiel-Requena

Un viñedo en lenta disminución, hacia las 32.013 has - tras la más fuerte pérdida de los arranques de 2009 -, y donde la Bobal sigue siendo muy mayoritaria pero en disminución desde el 95% que representaba en los años '80 al 65% en 2021; con Tempranillo y Macabeo creciendo hacia las 3.363 y las 4.265 has respectivamente. Ahora, si la Tempranillo se mantiene sobre el 11% del total, la Macabeo sube con fuerza hasta representar ya mas del 13% del viñedo de la DOP.

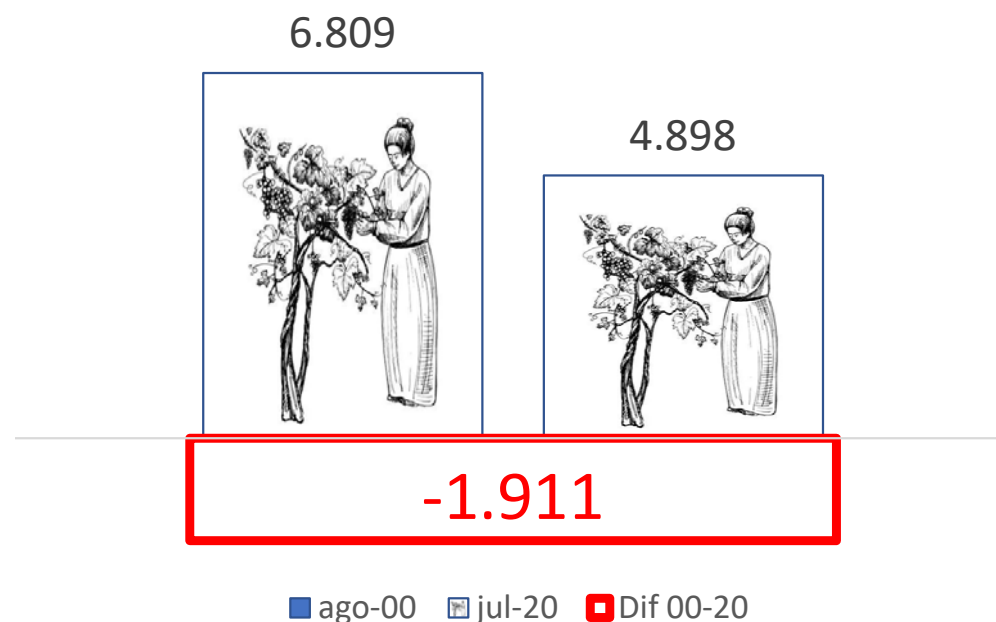


Con menos viticultores que hace 20 años

Bodegas inscritas en la DOP Utiel-Requena¹

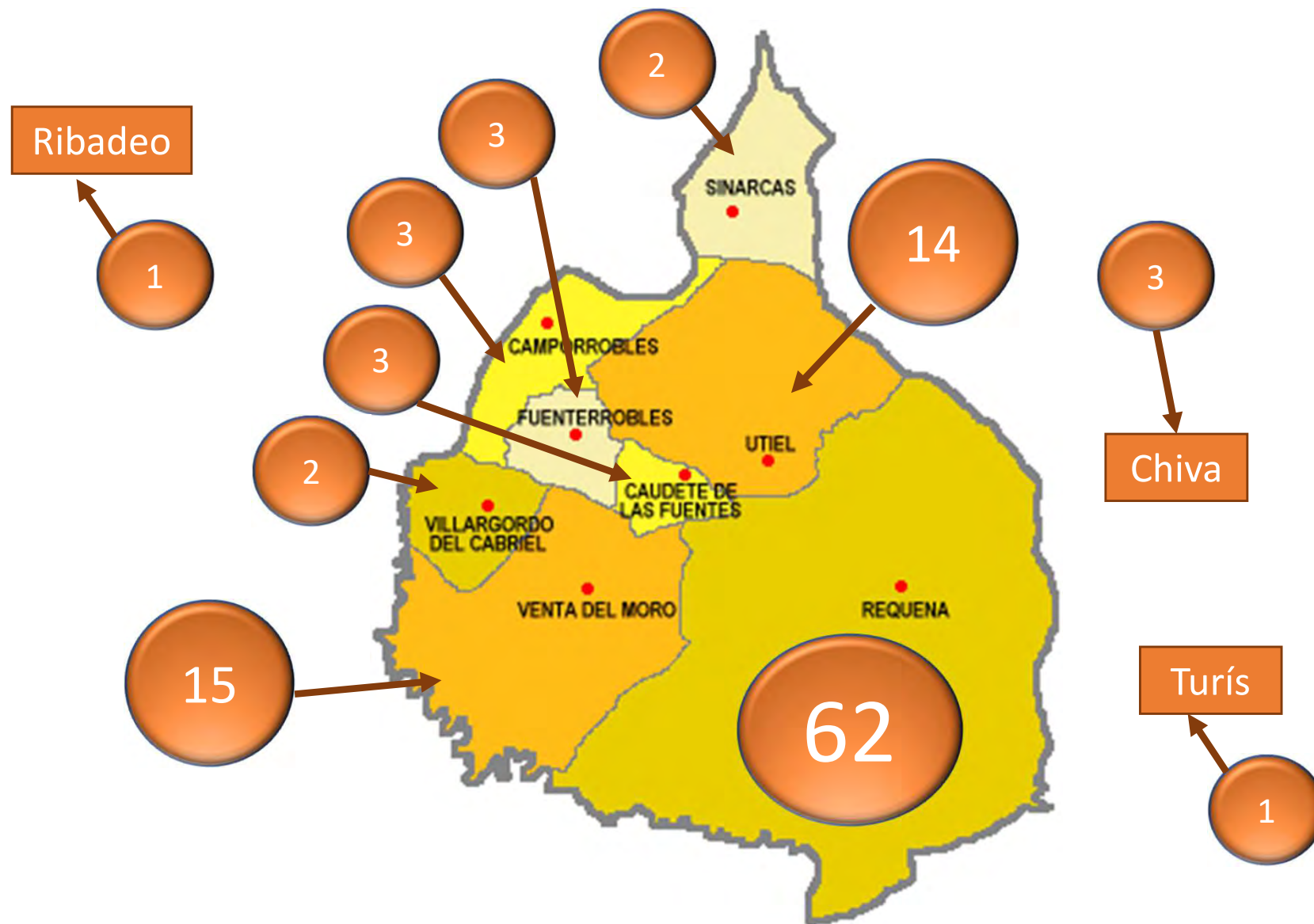


Nº viticultores inscritos en la DOP Utiel-Requena¹

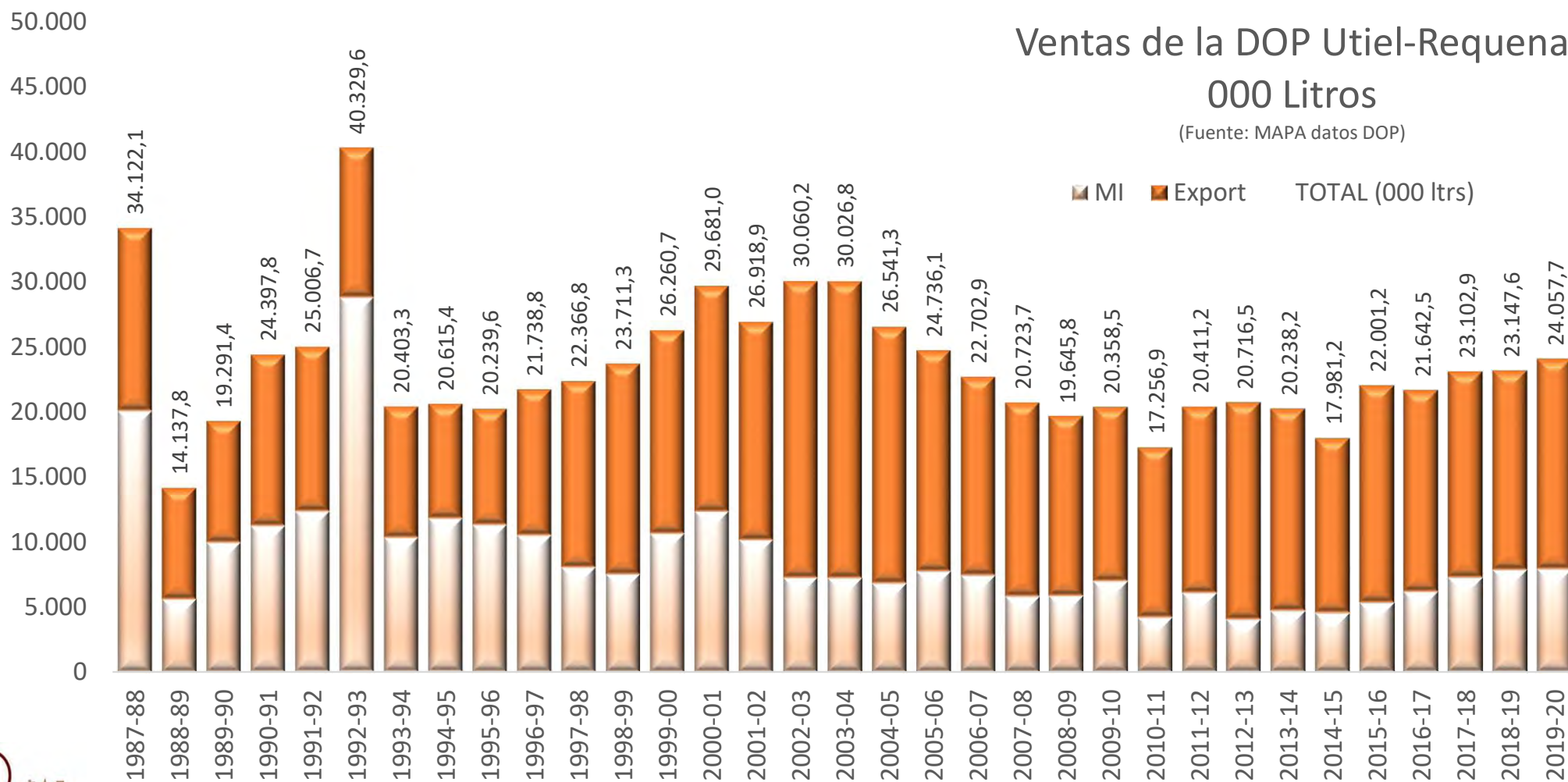


Pero 15 bodegas más.

Bodegas, de las que más de la mitad (56,9%) están situadas en el municipio de Requena.



Y una comercialización creciendo en los últimos años por encima ya de los 24 millones de litros, aunque fue superior a principios de siglo, y donde la exportación es, de media en los últimos años, casi 2/3 del total, muy mayoritariamente ya (98%) embotellada, de la que un 31% a Reino Unido, un 10% a Holanda y cantidades también importantes facturadas en Rusia (hasta la guerra) y Brasil.

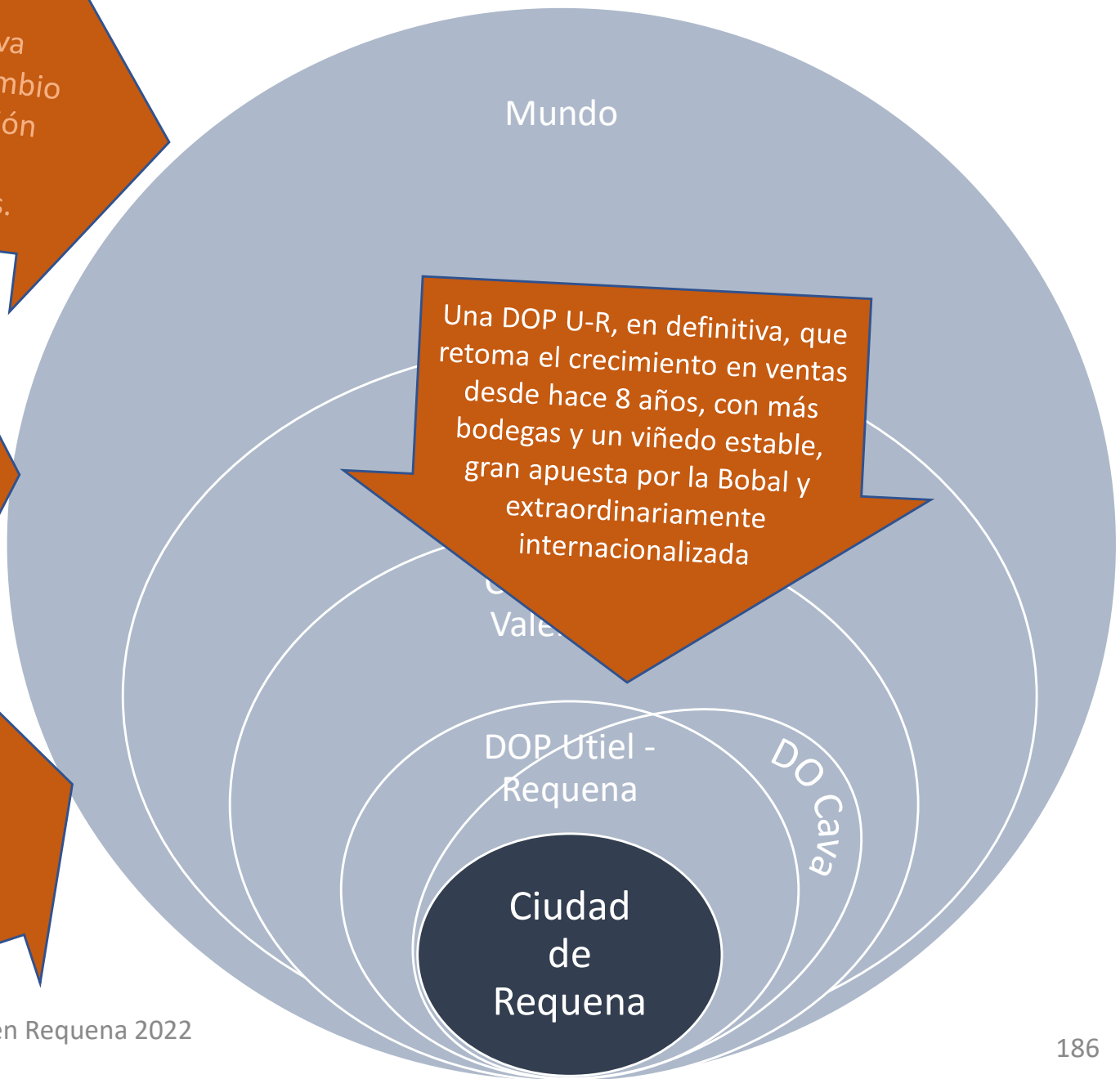


Luego, ¿cómo va el contexto del vino de Requena?

Un contexto mundial donde el vino va bien, con producciones erráticas, cambio de consumidores, donde la distribución y la rentabilidad son claves y con categorías cada vez más segmentadas.

Un país, España, protagonista de las fluctuaciones en producción, con menores medidas de regulación, un consumo nacional estable y convertido en líder mundial de exportaciones, sobre todo por el granel.

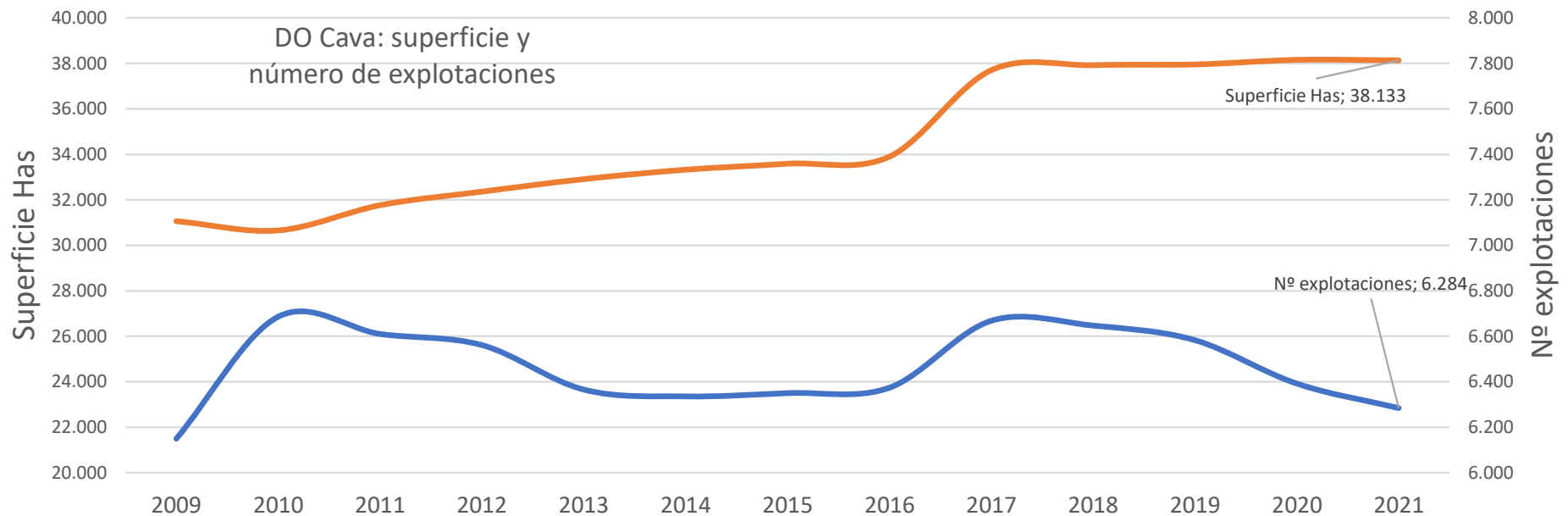
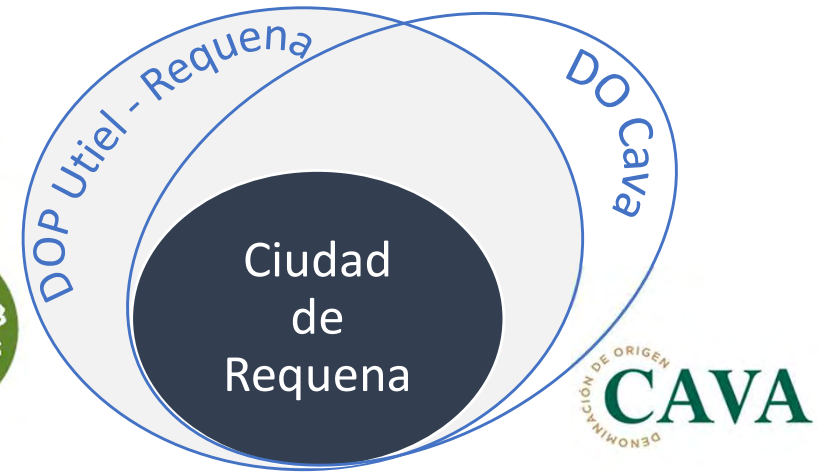
Una CA con menos viñedo, sometida a una fuerte competencia en precios y volumen, pero todavía muy dependiente de las exportaciones de granel y mosto, principalmente a Italia y Francia.



Una DOP U-R, en definitiva, que retoma el crecimiento en ventas desde hace 8 años, con más bodegas y un viñedo estable, gran apuesta por la Bobal y extraordinariamente internacionalizada

Pero los vinos de Requena, especialmente durante los últimos años, también son muy importantes dentro de la DOP Cava.

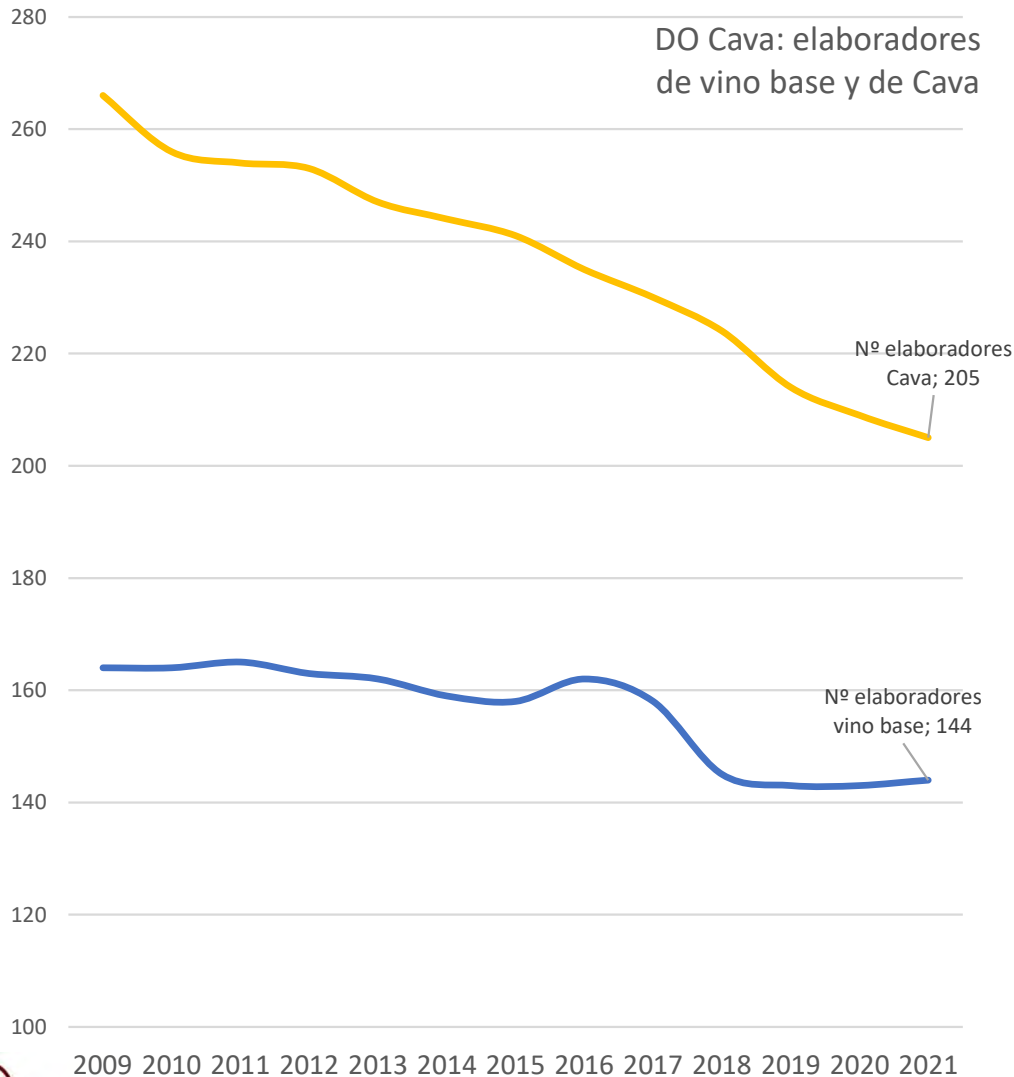
Una DOP, Cava, con 6.284 explotaciones vitícolas registradas y más de 38.000 hectáreas¹, cuya superficie ha venido aumentando en los últimos años, mientras disminuía el número de explotaciones, para dar lugar a explotaciones con una superficie media de más de 6 hectáreas en 2021.



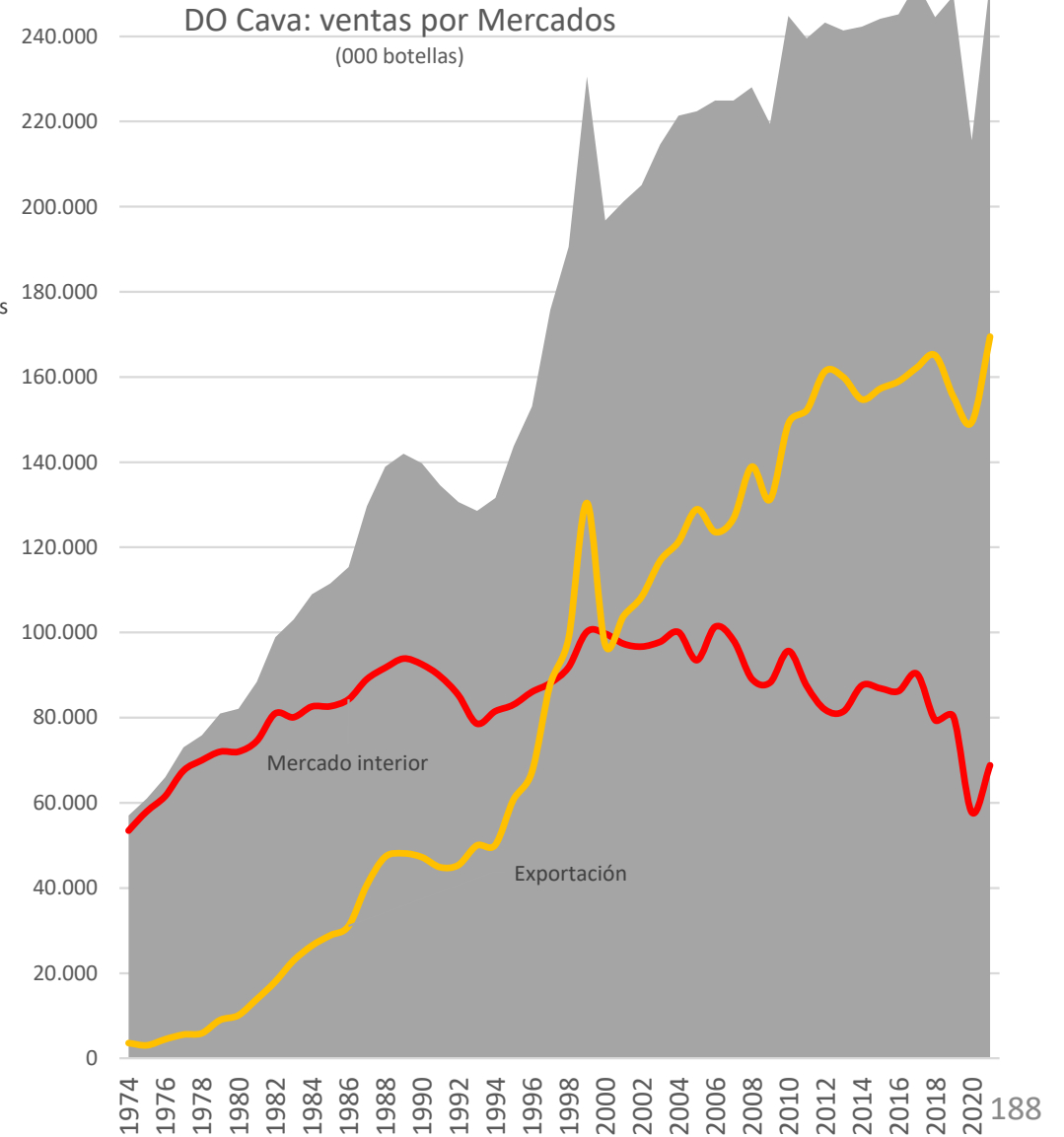
Requena en el mundo del vino –

DOP Cava

Con cada vez menos bodegas inscritas, tanto de elaboración de vino base como de Cava...



... que, sin embargo venden cada vez más botellas

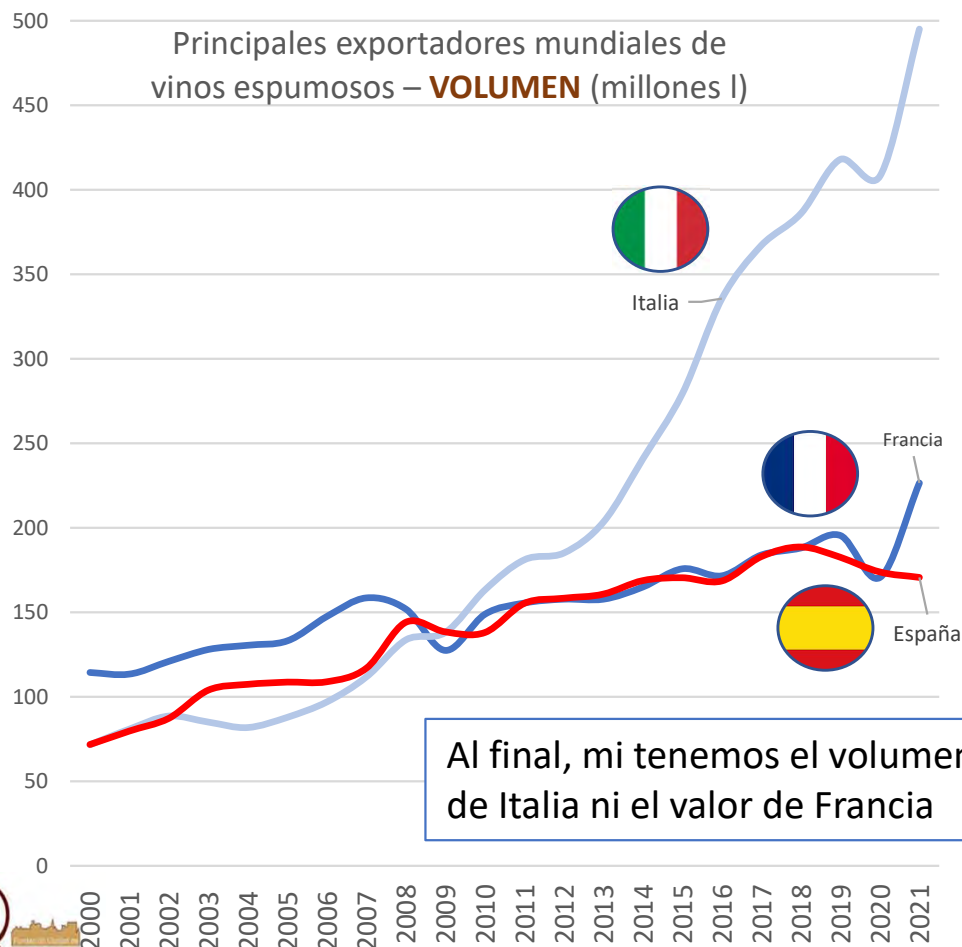


Requena en el mundo del vino –

DOP Cava

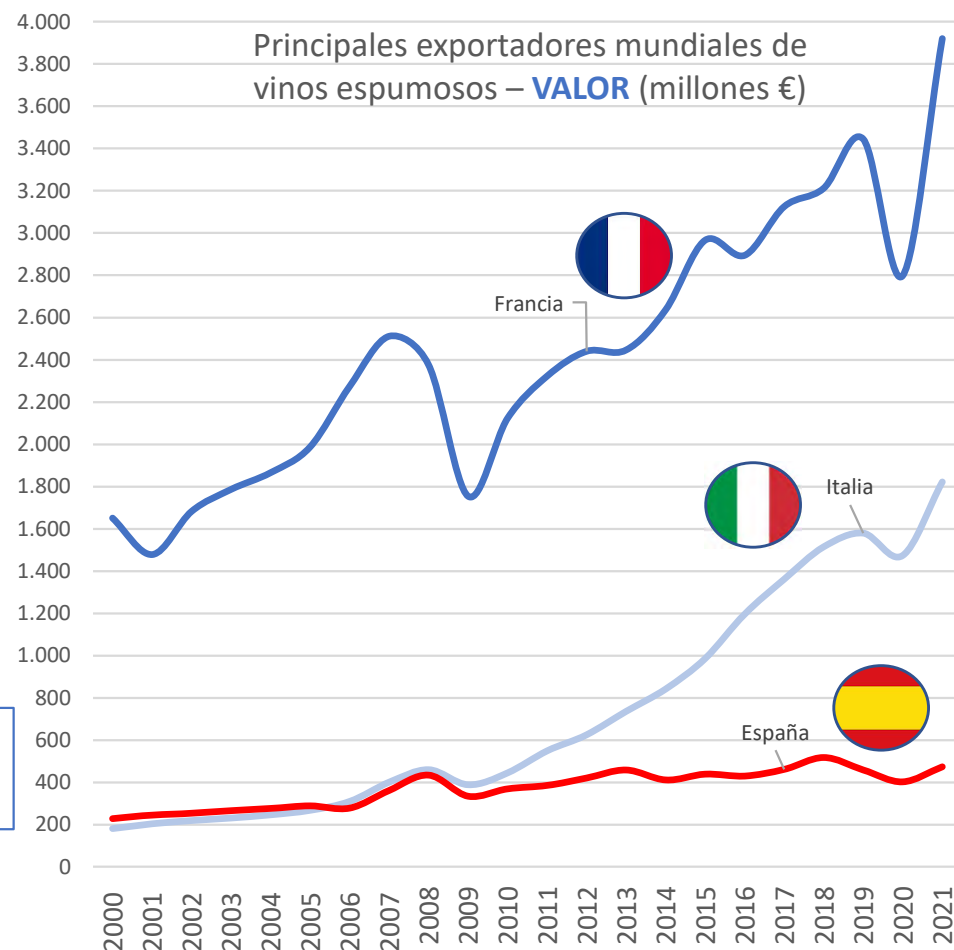
Una evolución extraordinaria del Cava en los últimos años que se incluye en una magnífica evolución de los vinos espumosos a nivel mundial en la que, sin embargo, si nos comparamos, vemos que todavía existe mucho potencial de crecimiento

Tanto en volumen, donde la impresionante marcha de Italia no ha sido seguida ni por Francia ni por España



Al final, ni tenemos el volumen de Italia ni el valor de Francia

Como en valor, donde la referencia es Francia, en niveles de facturación muy superiores a los italianos y españoles



Y una evolución comercial que ha generado algunos cambios importantes en la estrategia de la DO Cava, con una nueva segmentación para adaptarse a distintos mercados y segmentos de mercado.

CAVA,
sinónimo de
excelencia y
versatilidad

CAVA DE GUARDA

Cava

CAVA DE GUARDA SUPERIOR

Cava Reserva

Cava Gran Reserva

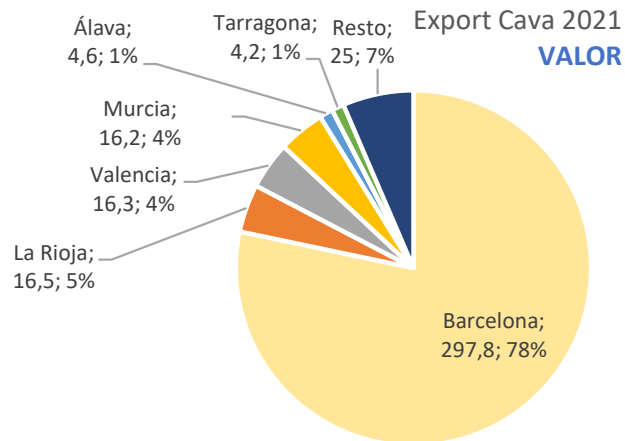
Cava de Paraie Calificado

11. Cifras clave 2021



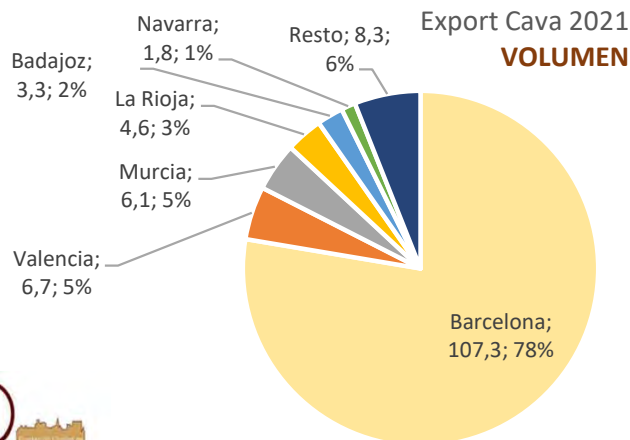
Una Ventas de Cava, muy enfocadas a la exportación y que podemos saber a qué precio medio salen de la provincia de Valencia, por comparación a los Cavas exportados desde otros lugares.

Si en 2021 el 78% de las exportaciones de Cava en valor salieron principalmente de Barcelona, con Valencia exportando un 4%...



... es porque el precio medio del Cava exportado desde Valencia (2,43 €/l) todavía está un poco por debajo del de otras provincias y algo por debajo de la media española de 2,75€/l

... y un 5% del volumen (2ª)...



Precio medio Exportaciones Cava 2021



Luego, ¿cómo va el contexto del vino de Requena?

Un contexto mundial donde el vino va bien, con producciones erráticas, cambio de consumidores, donde la distribución y la rentabilidad son claves y con categorías cada vez más segmentadas.

Un país, España, protagonista de las fluctuaciones en producción, con menores medidas de regulación, un consumo nacional estable y convertido en líder mundial de exportaciones, sobre todo por el granel.

Una CA con menos viñedo, sometida a una fuerte competencia en precios y volumen, pero todavía muy dependiente de las exportaciones de granel y mosto, principalmente a Italia y Francia.

Una DOP U-R, en definitiva, que retoma el crecimiento en ventas desde hace 8 años, con más bodegas y un viñedo estable, gran apuesta por la Bobal y extraordinariamente internacionalizada

Una DOP Cava muy importante para los vinos de Requena, en una categoría que va muy bien internacionalmente con un precio medio todavía inferior a otras provincias.

En definitiva,

Conclusiones

- ❑ La viña y el vino son productos con futuro
- ❑ Un producto, el vino, cada vez más internacionalizado
- ❑ Y, por lo tanto, con cambios en los clientes, sus gustos, su aproximación al vino y su distancia
- ❑ La distribución, el conocimiento de los distintos mercados, segmentos y consumidores es esencial
- ❑ El éxito reciente de los espumosos muestra que una de las tendencias es hacia vinos FRESCOS y agradables de beber
- ❑ Otra tendencia muy marcada es hacia los vinos “golosos” o con unos gramos de azúcar residual algo más elevados que los del gusto tradicional español
- ❑ Sin menoscabo de los vinos tradicionales de alta calidad – según **SU** apreciación - para un público selecto, pero con gran tirón de imagen
- ❑ Respecto de los segmentos de mercado
 - ❑ Aumenta el consumo mundial de vinos premium... en una población minoritaria
 - ❑ Aumenta el consumo de vino de entrada de gama, fácil de beber y a buen precio, con gran competencia y cada vez más transportado a granel
- ❑ Dos estrategias viables y legítimas:
 - ❑ Localizar el nicho de consumo de los vinos propios
 - ❑ Adaptar los vinos propios a diferentes tipos de consumo.
- ❑ Unos vinos refuerzan a los otros
- ❑ Lo fundamental es gestionar carteras diversificadas
- ❑ La batalla de la calidad / calidades no está en absoluto ganada

No es lo que YO
piense, si no lo
que opinen los
consumidores y/o
prescriptores

catar

consultar

- ❑ En el caso de **España**, también el vino parece gozar de un buen momento:
 - ❑ La superficie se ha estabilizado e incluso crece (buena señal de que interesa invertir)
 - ❑ Como se ha estabilizado el consumo interior sobre los 10 M hl con grandes vaivenes por la pandemia y claros segmentos en crecimiento (vinos blancos, frescos, bebidas con vino, nuevas regiones, garnacha, etc.)
 - ❑ El mercado del mosto se ha mostrado muy sólido en los últimos años
 - ❑ Y las destilaciones parecen haber tocado suelo, dependientes de las cosechas y los precios del vino para destilar, al tiempo que se perfilan producciones especializadas
 - ❑ Lográndose un equilibrio – inimaginable en 2008 – por vía de las exportaciones...
 - ❑ ... donde predomina el granel – pese a la marcha más estable de las marcas, cuyo volumen – envasados- no logra superar los 10 M hl
 - ❑ Lo que nos hace tremendamente dependientes de
 - ❑ Sus cosechas
 - ❑ Y los desequilibrios en España, en cantidad y calidades, la producción y las ventas
 - ❑ Y afecta de forma importante a la imagen de España como productor de vinos premium
 - ❑ Aunque esa imagen está cambiando por el re-descubrimiento de gran cantidad de proyectos interesantes (MW Logroño 2018), la pérdida de complejos, la mejora de la comercialización internacional, el refuerzo de los equipos y redes comerciales y calidades de los vinos más acordes con las tendencias mundiales

- ❑ España es líder mundial del sector del vino, con grandes posibilidades de futuro según vaya resolviendo sus dos principales retos:
 - ❑ Mejora del consumo de vino en España y sus territorios
 - ❑ Mejora del valor y la imagen – y la capacidad de comercialización – del vino español en el mundo
- ❑ Dentro de España
 - ❑ La Comunidad Valenciana es una de las principales zonas vitivinícolas nacionales
 - ❑ Utiel-Requena una de las principales denominaciones de origen españolas
 - ❑ La DO Cava una denominación con gran proyección de futuro en un contexto muy favorable
 - ❑ Requena el epicentro del sector vitivinícola de la región
- ❑ Los principales problemas, compartidos son:
 - ❑ La imagen de España como productora de vinos de calidad por los desequilibrios y bajos precios
 - ❑ La generación de más VALOR en el sector vitivinícola en su conjunto
 - ❑ La recuperación del consumo interior

Objetivos que requieren de:

- ❑ Estrategia de mejora del mix de cartera
- ❑ Mejora de la comercialización
- ❑ Mejora de la formación
- ❑ Calidades adaptadas a los mercados y segmentos de mercado objetivo

En definitiva,

DOP Utiel- Requena

- ❑ En el caso de la **DOP Utiel-Requena** (Requena-Utiel) sigue algunas de las tendencias generales:
 - ❑ Menor cantidad de viñedo, más productivo
 - ❑ Aumento del número de bodegas aunque no de viticultores
 - ❑ Fuerte internacionalización, muy centrada en la UE pero diversificándose
 - ❑ Especializada en Bobal... pero no solo

- ❑ Y con otras tendencias de gran interés:
 - ❑ Re-elaboración de los bobales → “calidades”
 - ❑ Fuerte apuesta por el embotellado (98,2% en 2019-20) – aunque muchos vinos quedan fuera de la DOP -
 - ❑ Nuevos proyectos de comercialización enfocados a mercados premium y alta gama
 - ❑ Gran esfuerzo comercializador
 - ❑ Mejora sustancial del conocimiento de los mercados internacionales

- ❑ Y en el caso de la **DOP Cava**, de gran importancia para los vinos de Requena:
 - ❑ En un mundo, el de los espumosos, que va muy bien a nivel internacional, aunque liderado por Italia en volumen y por Francia en valor, tras una fuerte crisis por la COVID19, a la que ha seguido una extraordinaria recuperación,
 - ❑ Con superficies en aumento aunque cada vez menos explotaciones – más grandes – y cada vez menos elaboradores.
 - ❑ En un fuerte proceso de reestructuración y adaptación a los mercados, con nueva segmentación por calidades, aunque también alguna contestación interna
 - ❑ Y grandes cambios en las principales empresas.



Planteamiento

1. Qué supone el vino para Requena
2. Qué representa Requena en el mundo del vino

Tendencias generales

El futuro del vino en Requena

Propuestas y recomendaciones

Vistas:

- Las características del sector a nivel mundial, nacional, autonómico de la DOP
- Las tendencias generales y particulares del sector

De acuerdo con:

- el análisis de los datos y
- Las opiniones de los muchos expertos y operadores consultados

El futuro de los vinos en el municipio de Requena muestra

Dos objetivos principales y ligados entre sí

- ✓ Generación de valor
- ✓ Mejora de la imagen

Y cuatro claves fundamentales:

- ✓ La optimización en la gestión de la cartera de productos vitivinícolas
- ✓ Mejora de la comercialización
- ✓ La mejora en la formación de:
 - ✓ los profesionales del sector
 - ✓ el “trade”
- ✓ La mejora de las calidades de los productos adaptadas a cada uno de los mercados y segmentos

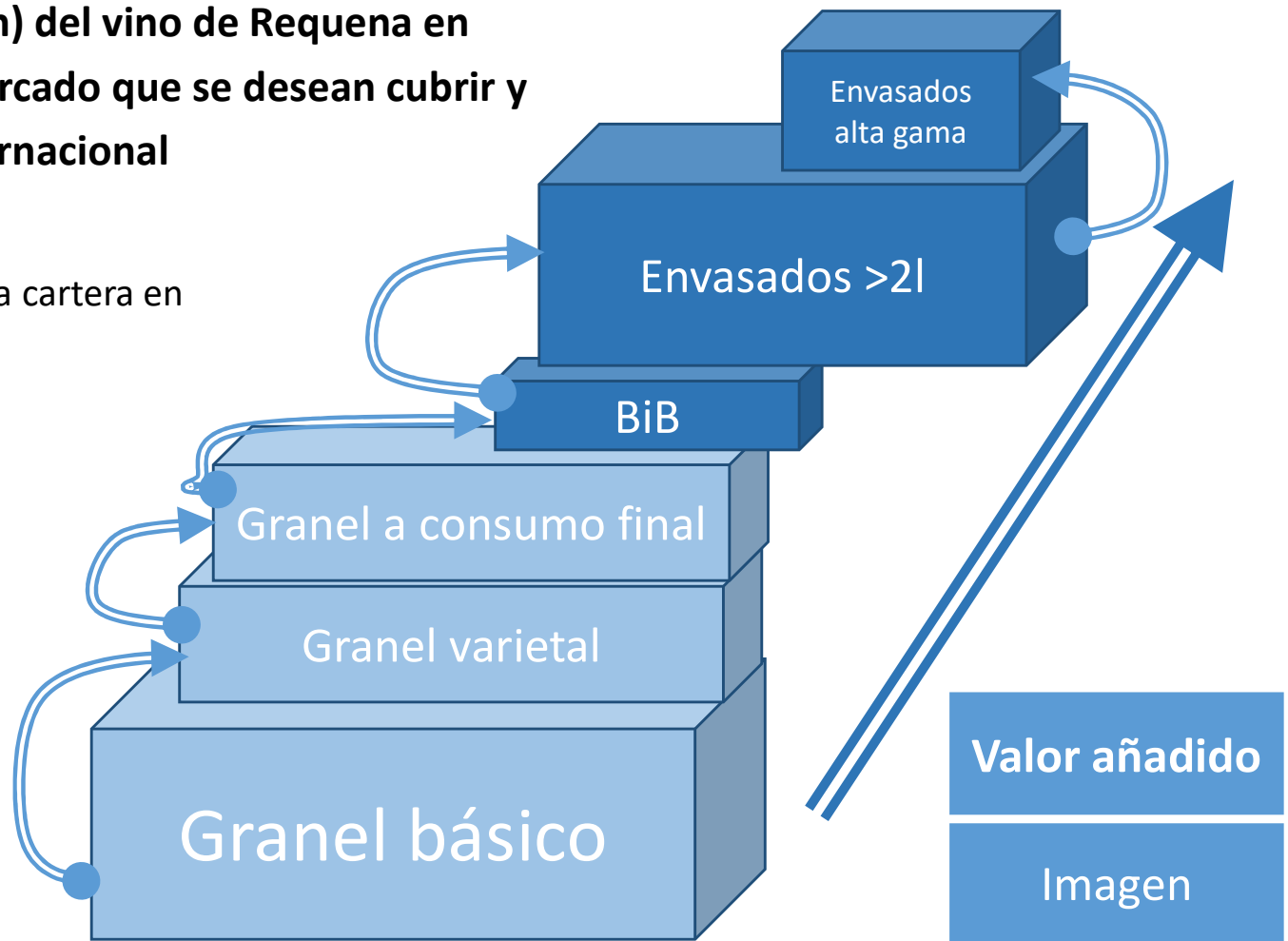
Reto: conseguir un equilibrio entre oferta y demanda que mejore la rentabilidad (valor e imagen) del vino de Requena en cada uno de los segmentos del mercado que se desean cubrir y sin pérdida de competitividad internacional

¿Cuál debe ser la composición de nuestra cartera en esta gama?

¿Cómo se sube en esta escalera?

Tamaño de cada cubo y participación de España

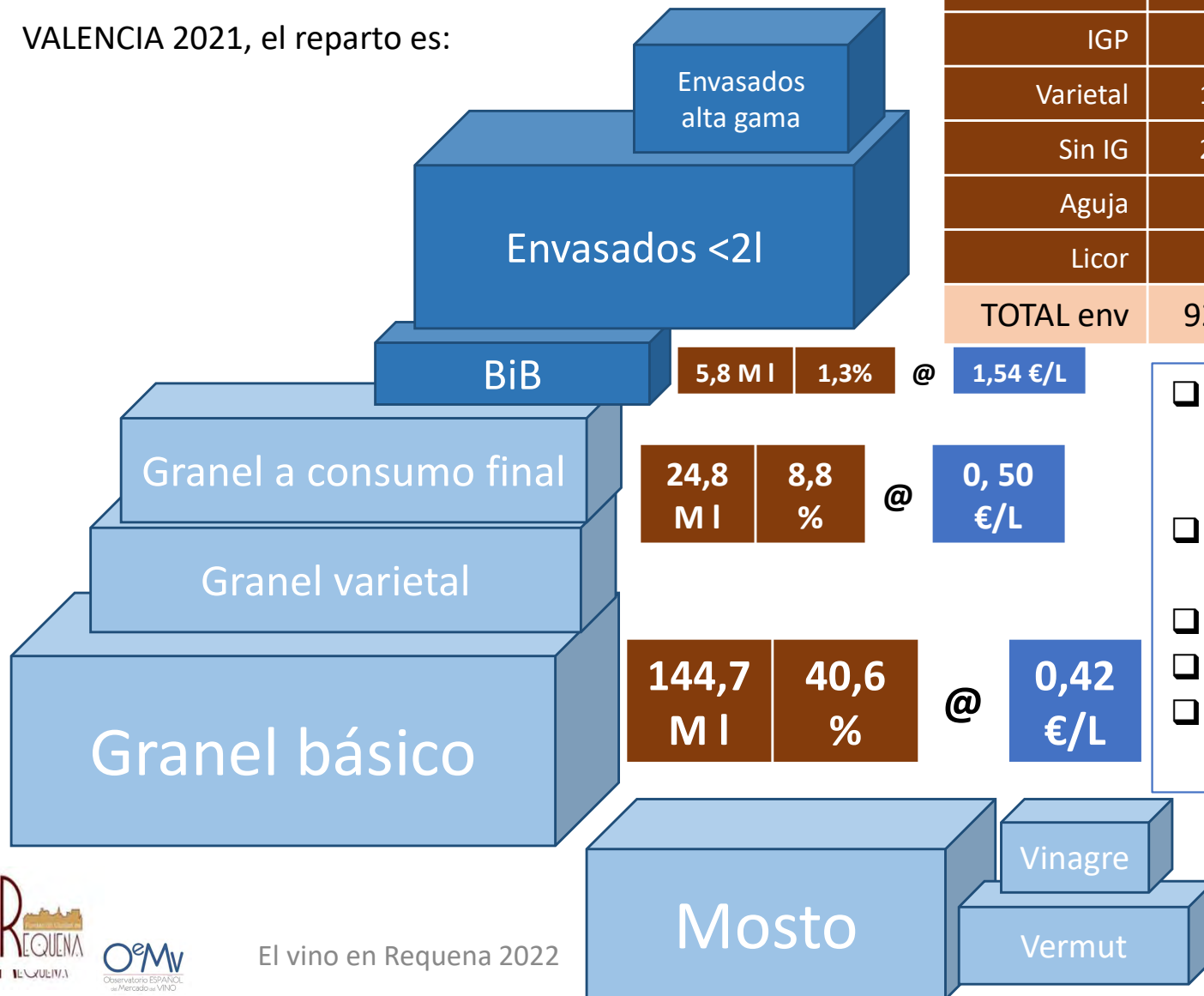
Decíamos: “Lo fundamental es gestionar **carteras** diversificadas”



El futuro del vino en Requena

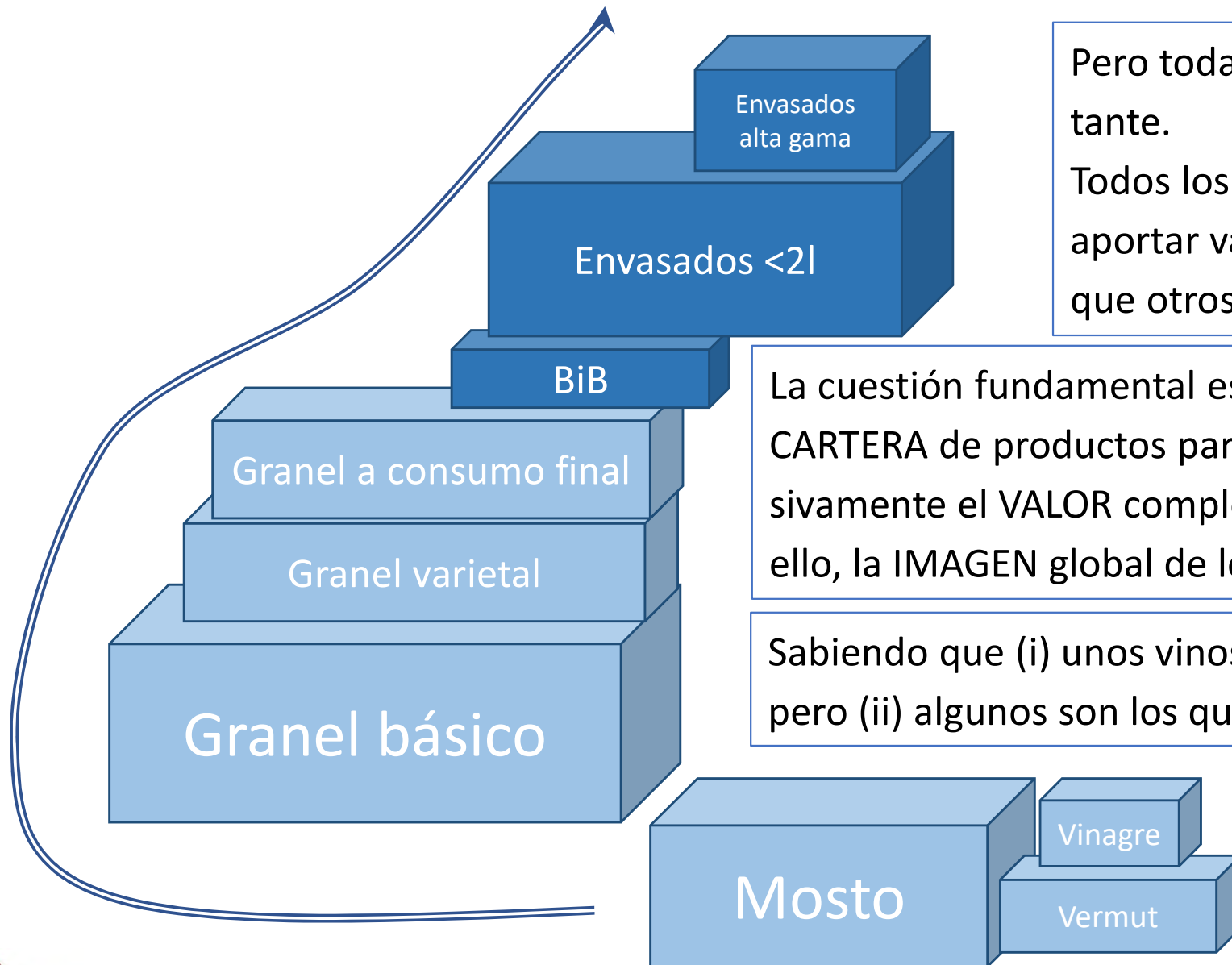
Carteras

Por hacernos una idea de la composición actual, tomando como referencia las EXPORTACIONES de la PROVINCIA DE VALENCIA 2021, el reparto es:



| VOLUMEN | | % vol | €/l |
|------------------|----------------|--------------|-----------------|
| Espumoso | 8,6 MI | 3,0% | 2,96 €/l |
| DOP | 38,0 MI | 13,5% | 1,80 €/l |
| IGP | 2,8 MI | 1,0% | 1,45 €/l |
| Varietal | 12,9 MI | 4,6% | 1,22 €/l |
| Sin IG | 20,5 MI | 7,2% | 1,12 €/l |
| Aguja | 8,1 MI | 2,9% | 0,98 €/l |
| Licor | 1,5 MI | 0,5% | 1,10 €/l |
| TOTAL env | 92,4 MI | 32,7% | 1,58 €/l |

- Un tercio de vinos de valor, con pequeña parte de espumosos de alto nivel y grueso de DOP no muy caro
- Muy poco BiB y mucho (7,2%) vino sin IG envasado a 1,12 €/l
- Menos del 9% en graneles con IG
- 40% de granel básico
- Y más de un 16% de mosto, con algo de vermut (1,8%)



Pero toda la cadena es importante.
Todos los productos pueden aportar valor; aunque unos más que otros.

La cuestión fundamental es cómo gestionar la CARTERA de productos para ir mejorando progresivamente el VALOR completo de la misma y, con ello, la IMAGEN global de los vinos de Requena

Sabiendo que (i) unos vinos pueden tirar de otros, pero (ii) algunos son los que “dan de comer”.

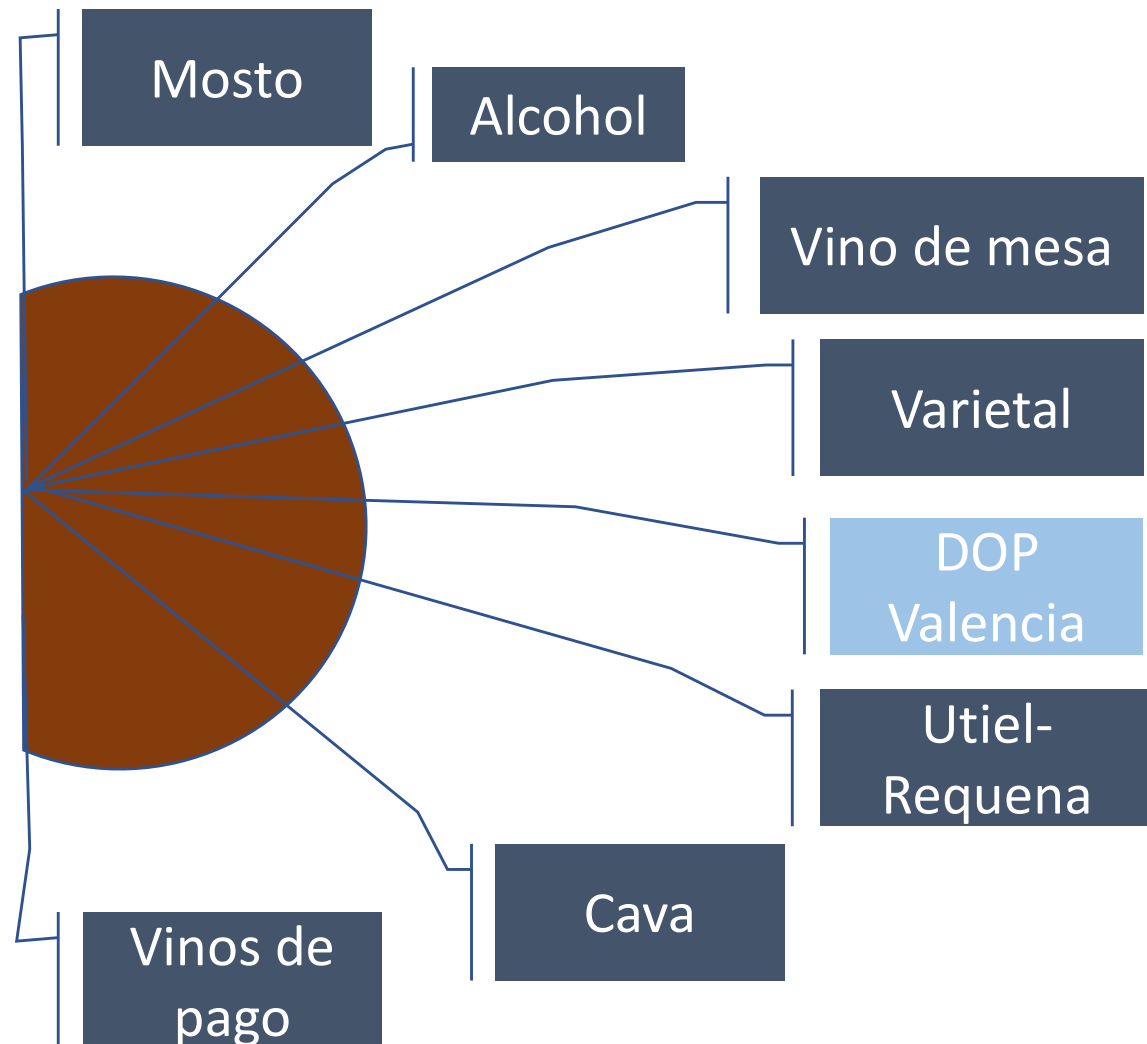
Ahora, ¿Cuál es la cartera de productos que pueden gestionar los operadores en la comarca de Requena?

Porque, de la gestión eficaz de esa cartera en el tiempo, es de donde puede proceder la mejora del valor global del sector vitivinícola requenense.

Los productores en el municipio de Requena

- se enfrentan a;
- tienen la ventaja de tener distintas opciones de uso de sus uvas de vinificación

Y, además, tienen la opción de transformar su plantación y dedicarla a otros cultivos como el olivar o – más en auge – el almendro.



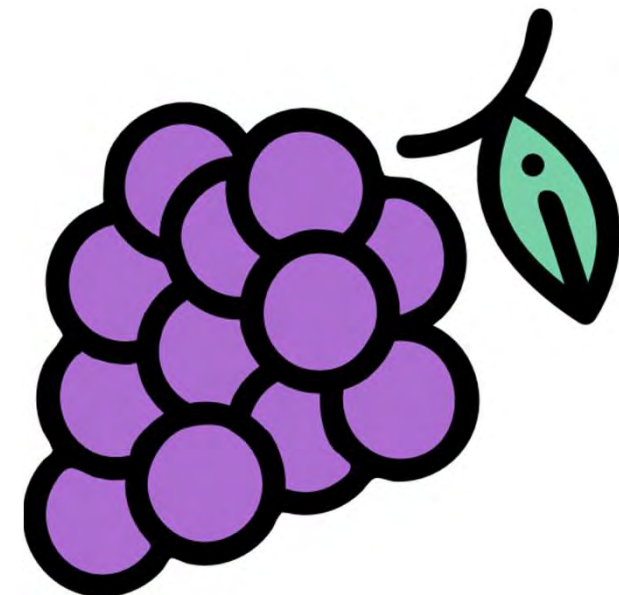
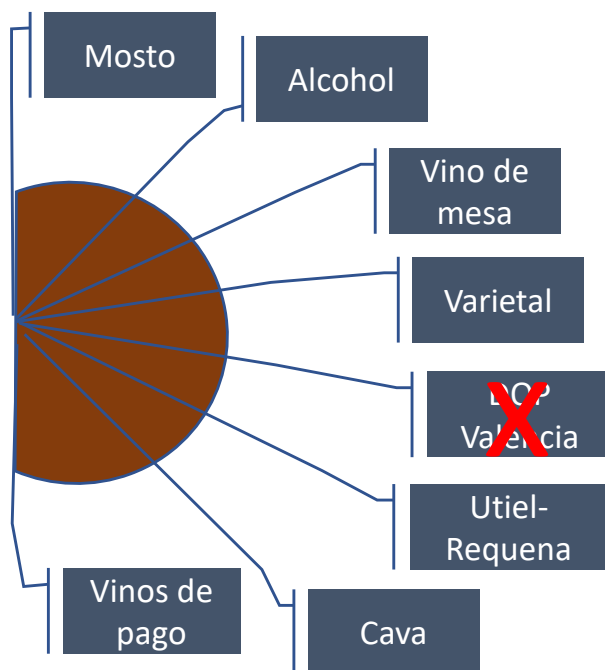
?

El futuro del vino en Requena

Carteras

231,9 millones
de kg de uva¹
memoria CR DOP U-R 2021)

En la zona geográfica de Utiel-Requena puede estimarse que se recogieron en 2021, 231,9 millones de kilos de uva, procedentes de 34.208 Has², obteniendo, por lo tanto, un rendimiento medio de 6.779 kg/ha.



¹ La Memoria de la DO Utiel- Requena 2021 recoge como producción de uva amparada por la DOP en 2021 la cantidad de 217 M kgs

² de las que 32.013 inscritas en la DOP Utiel-Requena según la Memoria 2021.

El futuro del vino en Requena

Carteras

Tomando como referencia los datos de la Cdad Valenciana (de la que U-R es parte muy importante) de 2021,

DATOS PARA ESTIMACIÓN DEL RENDIMIENTO UVA-VINO

C. Valenciana 2021

| | | | |
|------------------------------|------------------------|----------|---|
| Superficie | 57.436 has | c.v. | has viñedo para vinificación |
| Producción uva | 311.720.902 kgs | | Rdto uva /ha 5.427 kgs/ha |
| T&R | 218.153.714 kgs | INFOVI | |
| B | 93.567.188 kgs | | |
| Producción vino | 2.041.533 hl | | |
| T&R | 1.498.937 hl | INFOVI | |
| B | 542.596 hl | | |
| Producción mosto S.C. | 373.409 hl | | |
| T&R | 301.059 hl | INFOVI | |
| B | 72.350 hl | ext. Nov | |
| Total vino + mosto | 2.414.942 hl | | Rdto uva/vino 77,5% |
| T&R | 1.799.996 hl | | T&R 82,5% |
| B | 614.946 hl | | B 65,7% |

- del total de producción de 311,7 M kgs de uva se obtuvieron 2,4 M hl de vino y mosto,
- con un rendimiento medio de uva-vino del 77,5%,
- de los que
 - un 84,5% de vinos (2 M hl)
 - y un 15,5% de mostos (0,37 M hl)

311,7 millones de kg de uva
(Generalitat 2021)

@77,5% de rdto uva / vino + mosto (rdto C. Valenciana 2021)

204,16 millones de ltrs de vino

84,5 %

37,3 millones de ltrs mosto

15,5 %

Con 34.208 ha inscritas en la Plana de Utiel Requena

Pueden producirse (al rdto. de la DOP) 231,9 M kgs de uva

... de los que saldrían

151,8 millones de ltrs de vino

84,5 %

27,9 millones de ltrs mosto

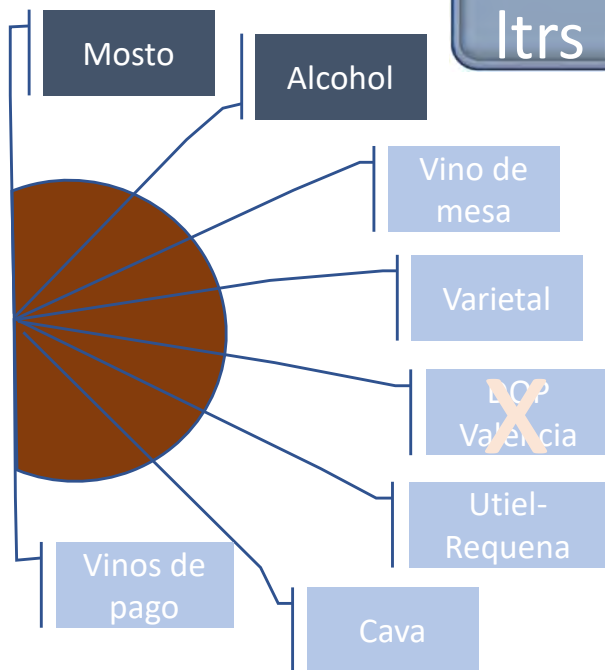
15,5 %

Total 179,7 millones de ltrs

231,9 millones
de kg de uva¹

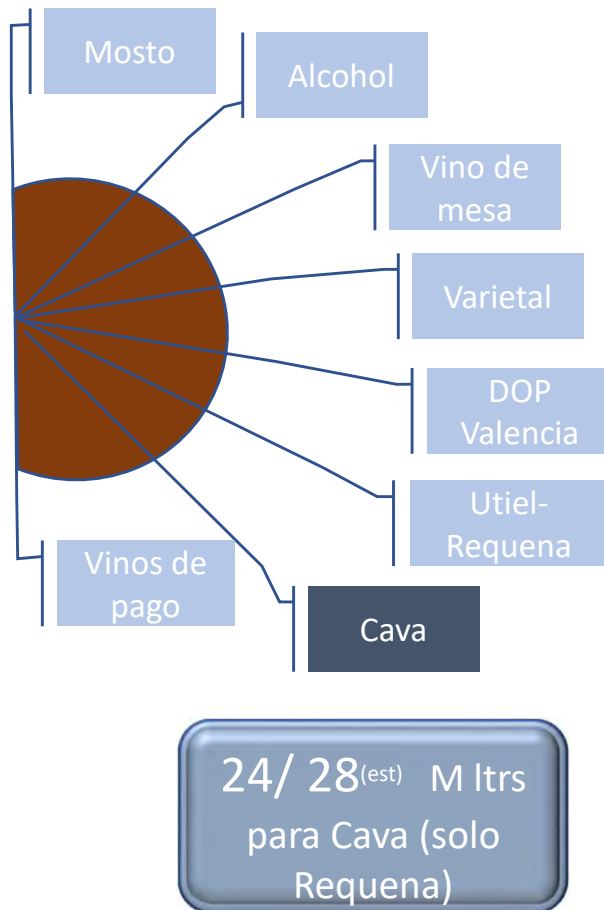
28^(est) M
ltrs mosto

0,9^(est) M ltrs
alcohol



☐ ...unos 27 / 30 millones de litros de mostos según los años

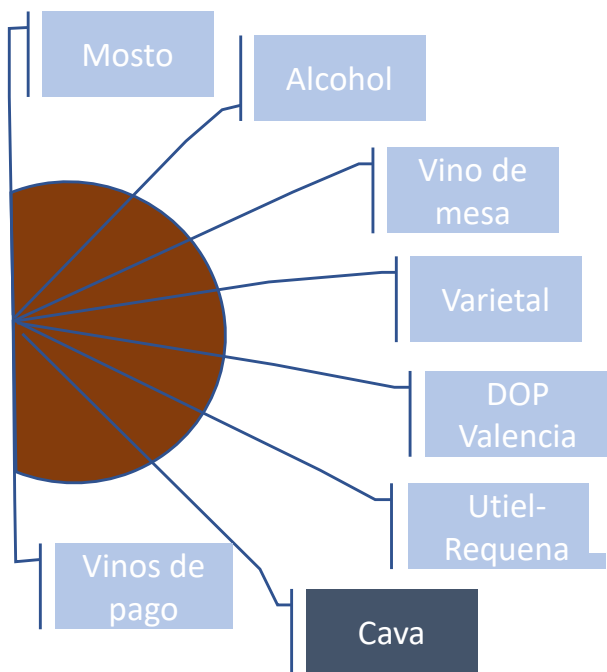
De este vino, una parte relativamente pequeña, de unos 0,9 millones de litros (INFOVI) irían a destilación (prácticamente nada a vinagrería)



Una parte importante, estimada en unos 44 millones de kilos de uva que pueden dar lugar a unos 27/30 millones de litros de vino según los años se destina a Cava (vino base o Cava elaborado), para el que Requena es el único municipio valenciano con viñedo inscrito, muy dependiente de la evolución de las grandes empresas catalanas (El Correo del Vino 19 ago 19),

La situación es alarmante y preocupante. La industria alegando que existen excedentes en los almacenes del año pasado está hablando de pagar entre 30 y 35 céntimos el kilogramo de uva para esta campaña. Esto supone una bajada de un tercio con respecto al año pasado que osciló entre los 45 y 50 céntimos. La realidad es que el año pasado hubo una muy buena cosecha, de las 37.858 hectáreas inscritas y en producción 37.858 hectáreas de viñedo de la DOP Cava, se recolectaron 325,7 millones de Kg, de estos quedan en stock 65 millones de botellas. De esta producción un 10% corresponde al municipio de Requena. La agroindustria se aferra a estos datos para bajar los precios de una forma bárbara y brutal, con ello buscan única y exclusivamente acabar no solo con nosotros, campesinos trabajadores de la tierra sino con una economía e industria local que vive en gran medida del Cava. Las rentas agrarias si se consuman las amenazas, se van a ver menguadas y con ello el consumo en alimentación, bienes de equipo, maquinaria, servicios y consumo local en general. Ello no solo va a afectar al municipio de Requena con 36.881 hectáreas en producción este 2019, sino a toda la comarca. Una comarca que vive eminentemente de la agricultura y la industria vitivinícola. con una población de 38.000 habitantes.

y con una pequeña comercialización desde Requena de alto valor y cada vez mejor imagen.



Estimaciones: Elaboradores

CAVA
Requena



Superficie estimada dedicada a la elaboración de Cava:

4.000 ha

@ 11.000 Kgs/ha

Estimación producción total de uva:



44 M kg

Estimación producción vino para Cava

28,6 M L

65 %

Rendimiento máximo admitido

16,6 M L

12 M L



Estimación vino base

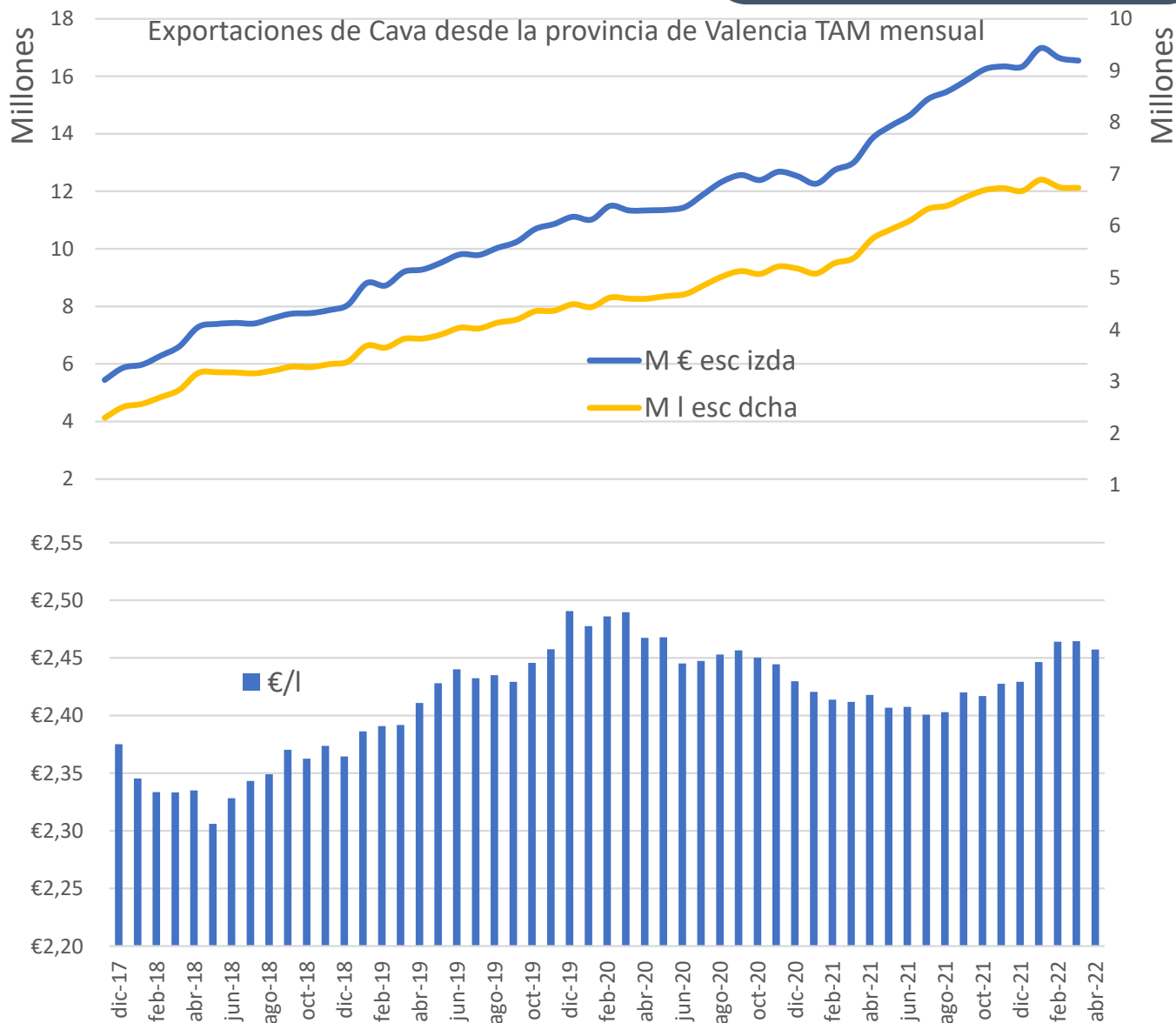
Estimación producción de Cava

¿Cuántas uvas y vinos de Requena (único municipio valenciano inscrito en la DO Cava) se destinan a la elaboración de Cava?

El futuro del vino en Requena

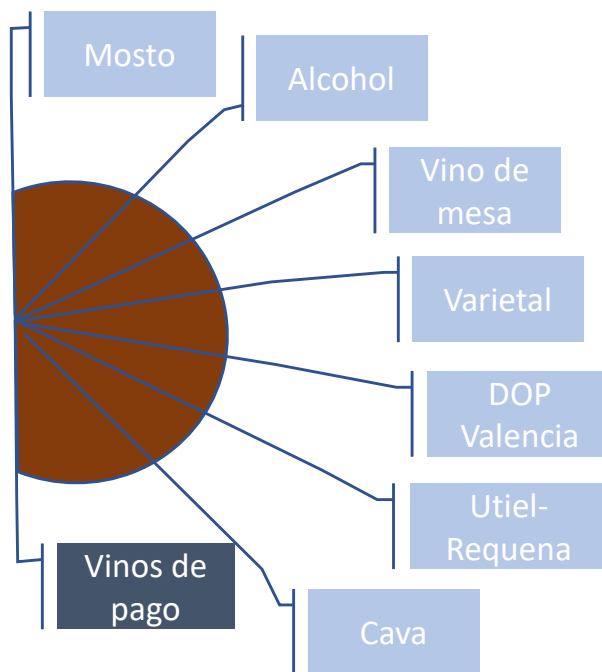
Carteras

Cava de Requena, que si tomamos como referencia las exportaciones desde la provincia de Valencia, supuso, solo en exportación, 6,7 millones de litros (alrededor de 9 millones de botellas), del total de 8,7 millones de litros de espumosos de exportación desde la provincia. Y con un fuerte crecimiento desde hace años, mantenido durante la pandemia y acelerado en 2021. A unos precios medios que luchan por llegar a 2,50 €/l



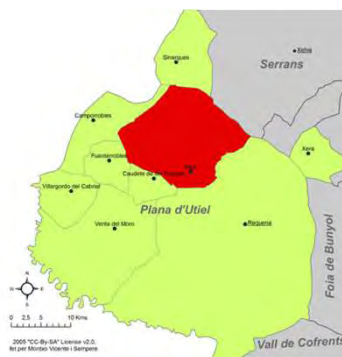
El futuro del vino en Requena

Carteras

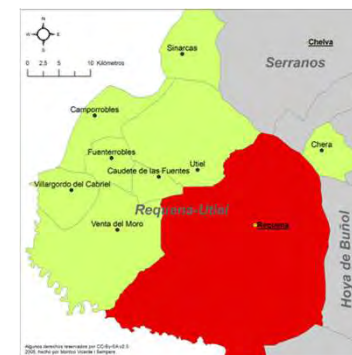


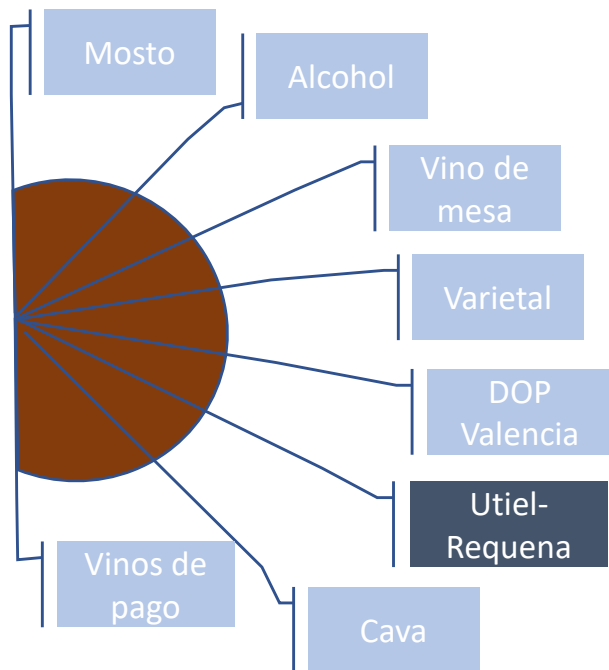
Y una parte extraordinariamente pequeña pero de mucha imagen y que puede resultar de grandísima utilidad para el conjunto de la comarca, de vinos de alto prestigio, se comercializa como vino de pago, de los que en el municipio de Requena solo figura Los Balagüeses (18 ha y apenas 20.000 litros comercializados) y en Utiel, con fuerte vinculación con el conjunto de la comarca, el del Terrerazo (63 ha y unos 134.000 litros de ventas) y Vera de Estenas.

0,02 M
ltrs pagos



VERA DE ESTENAS
Denominación de Origen Protegida





Gracias al gran trabajo de la DOP Utiel-Requena, sabemos bien lo que se elabora y se comercializa desde esta DOP en la que se realiza desde hace años un gran esfuerzo de promoción y de mejora de las ventas de vinos envasados.

De todo el vino que se produce en la comarca (unos 180 millones de litros), se amparan, de media¹ unos 39,9 millones de litros y se venden...

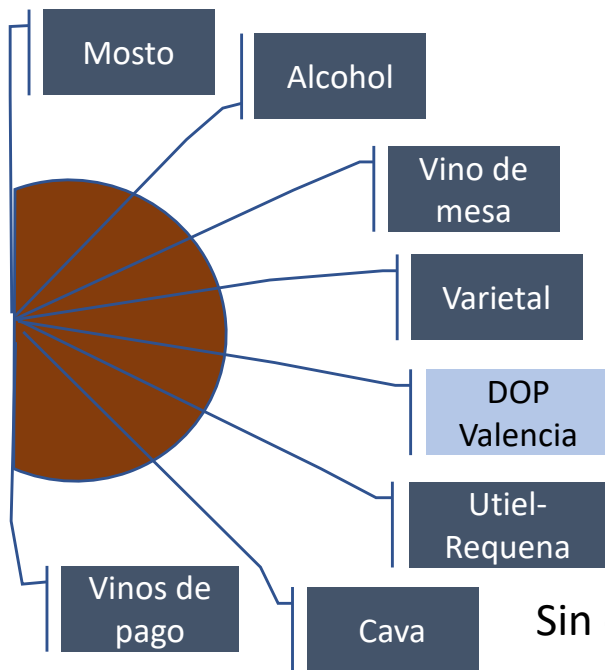
20,2 millones de ltrs de vino comercializados por la DOP²

6.882.033 ltrs
mercado nacional

13.341.853 ltrs
exportación

20,2 millones de litros bajo el amparo de la DOP Utiel-Requena, de los que:

- Alrededor de una tercera parte en el mercado nacional
- y 2/3 se exportan



DO Valencia:

Con gran discusión y fuerte oposición en la comarca por parte de importantes operadores, el pliego de condiciones de la DOP Valencia recoge aun el siguiente texto:

ANEXO II. Demarcación de la zona geográfica

Asimismo, dada la continuidad edáfica, proximidad geográfica y analogías climáticas y enológicas y atendiendo a los derechos históricos existentes se considera también zona de producción la ocupada por los terrenos situados en los términos municipales: Alcalalí, Alfara, Algueña, Beneixama, Benissa, Biar, Camporrobles, Castalla, Caudete de las Fuentes, Elda, Fuenterrobles, Gata de Gorgos, Hondón de las Nieves, Hondón de los Frailes, Ibi, La Romana, Líber, Monóvar y su partida Mañán, Onil, Petrer, Pinoso, Requena, Salinas, Sax, Siete Aguas, Sinarcas, Teulada, Tibi, Utiel, Venta del Moro, Villargordo del Cabriel, Villena y Xaló.

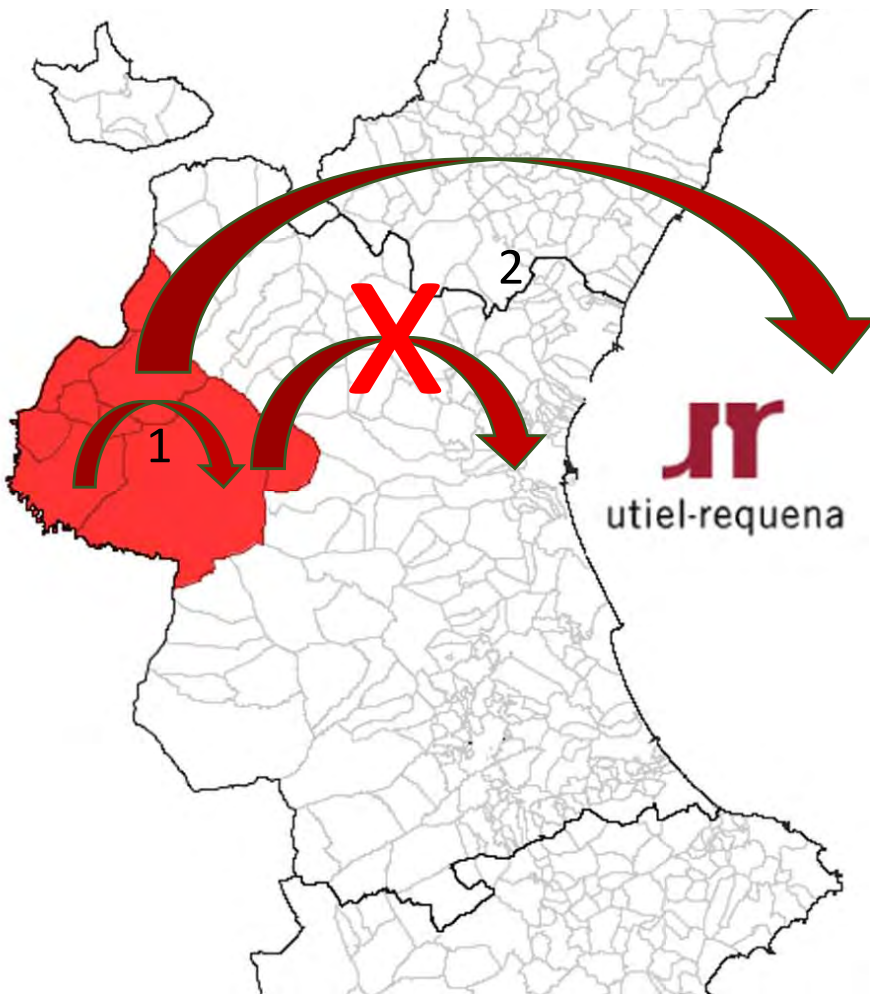
Sin embargo, a mediados de 2022, la situación sobre este controvertido asunto, es que:

Por sentencia del Tribunal Supremo 958/2021 del 2 de julio de 2021 se establece que la inclusión de estos territorio de ambas DOPs en el pliego de la DO Valencia **no se ajustó a Derecho** *“al no incluirse en el Pliego de Condiciones con el detalle requerido el “vínculo” de la DO Valencia con los terrenos situados en los términos municipales incluidos en las Denominaciones de Origen Protegidas de Utiel-Requena y Alicante que fueron considerados también como zona de producción de la DO Valencia”*.

Sentencia, por otro lado, que a mediados de 2022 sigue sin haber sido trasladada de manera oficial al pliego de condiciones de la DO Valencia.

DO Valencia:

En la práctica y en los pocos meses transcurridos desde la sentencia, se detectan dos tendencias principales:



Eliminada – aunque se mantienen algunos intentos de evitarlo – la posibilidad de vender vinos de municipios de la DOP Utiel-Requena como DO Valencia...

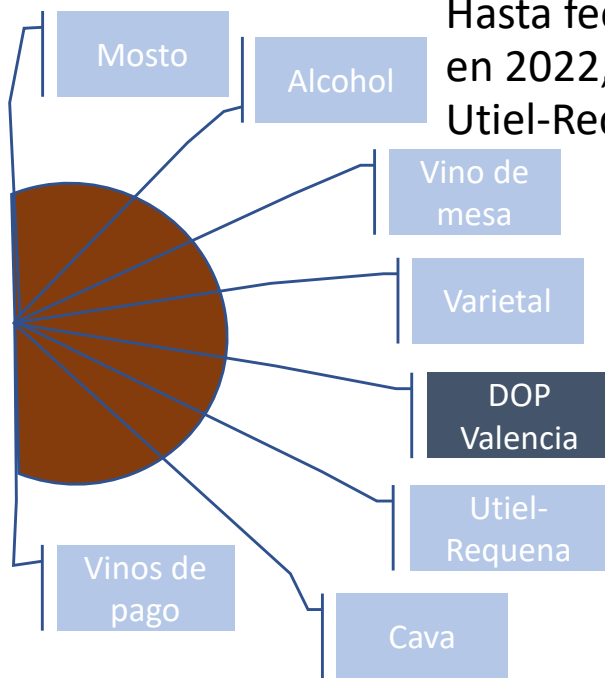
1. ... parte de los vinos que antes salían como DO Valencia pueden salir como nuevos vinos de la DO Utiel Requena; y/o
2. venderse como vinos varietales, sin DOP.

El conflicto ha sido importante, con repercusiones tanto emocionales como económicas, y está por ver cuál sea el desarrollo a medio y largo plazo, pero:

- Puede derivar en más ventas de vinos varietales que, por lo tanto, no están sujetos a ninguna zona de origen en particular (→ mayor competencia); y
- elimina en todo caso una opción de venta para el viticultor de la comarca, al limitar una de las que eran sus opciones de venta posibles;
- Aunque también puede aumentar las ventas bajo la indicación Utiel-Requena.

El futuro del vino en Requena

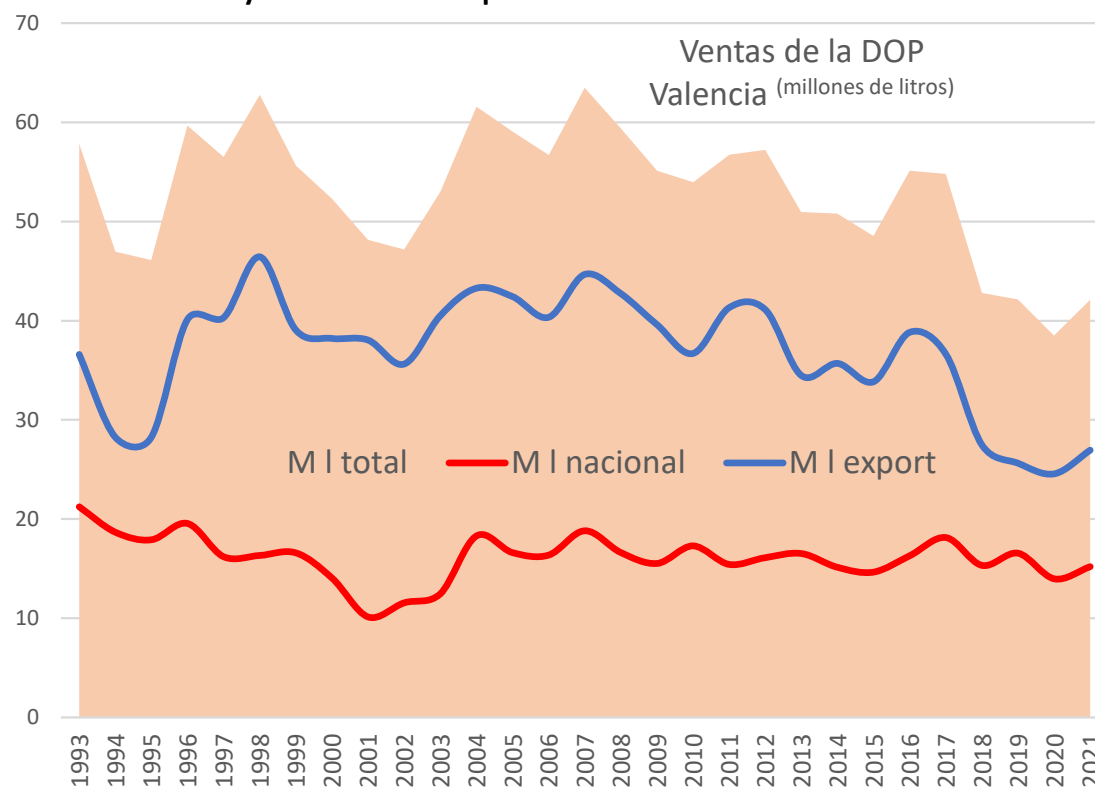
Carteras



Hasta fecha muy reciente (sentencia de finales de 2021 y aplicación paulatina) en 2022, una parte importante de la producción de vino de la comarca de Utiel-Requena era comercializada bajo la denominación de origen Valencia.

No se sabe con precisión cuánto del total del vino comercializado por la DOP Valencia pudiera proceder de la comarca de U-R pero se estima en aproximadamente un 20%, que equivaldría a aproximadamente unos **10 millones de litros**.

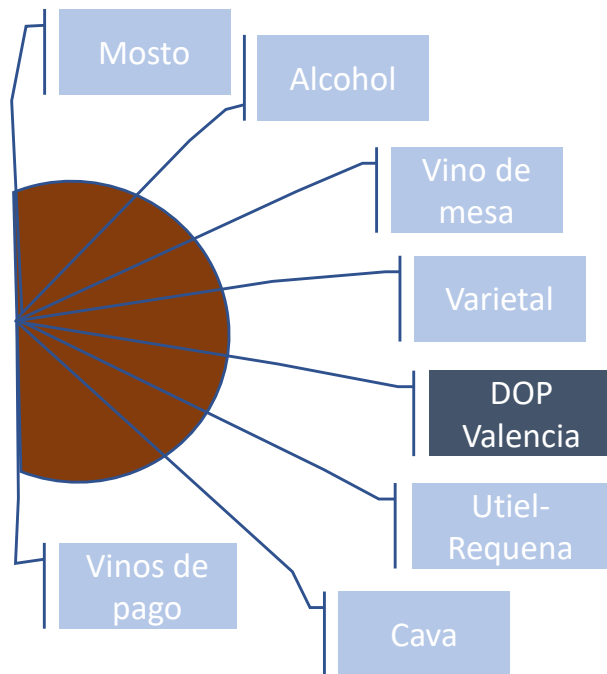
De una DOP que va pasando del granel al envasado y con fuerte presencia internacional



Datos DOP Valencia¹: 54,0 millones de litros de vino comercializados por la DOP

17,3 M ltrs
mercado nacional

36,7 M ltrs
exportación

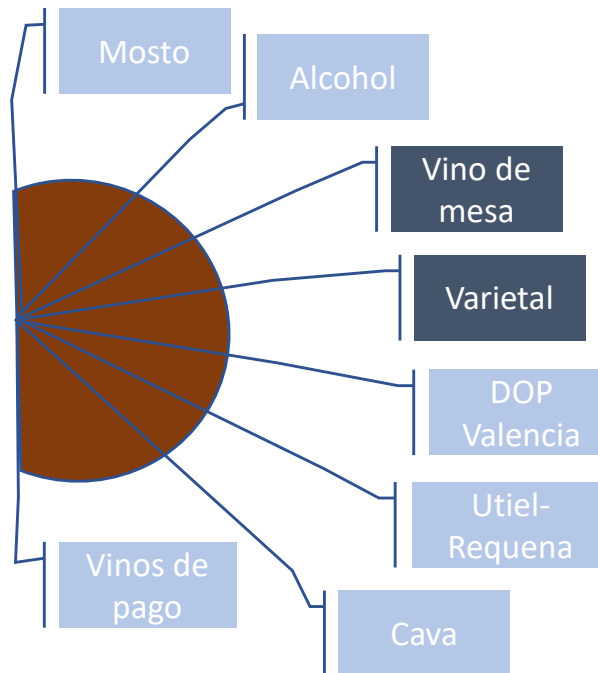


Unas ventas de vino de Requena (y de otros municipios de la comarca) que no podrán ser comercializados bajo la DOP Valencia, por lo que sus elaboradores se enfrentan a dos posibilidades:

- Para aquellos que tengan instalaciones en la DOP Utiel-Requena, comercializar todo o parte de lo que estaban vendiendo como Valencia, bajo la enseña de U-R
- Para quienes no dispongan de instalaciones o que por las características del segmento del mercado al que se dirigen no les compense comercializar ese vino como DOP U-R, comercializarlo como vino varietal
- O empresas que puedan aplicar una mezcla de ambas soluciones. Según las estimaciones de algunos expertos, el reparto final del vino podría ser de aproximadamente un 70% a varietal y un 30% a venderse como Utiel- Requena

Un problema posible de esta disyuntiva es que, si se opta por comercializar esos vinos como varietales, su procedencia puede seguir siendo de los mismos viñedos de la comarca U-R o provenir de fuera si por variedad, condiciones o precios pudieran ser más interesantes, con consecuencias importantes sobre (i) mayor competencia para los productores de la comarca de Utiel Requena y presión por precios de fuera y (ii) pérdida de opciones de venta.

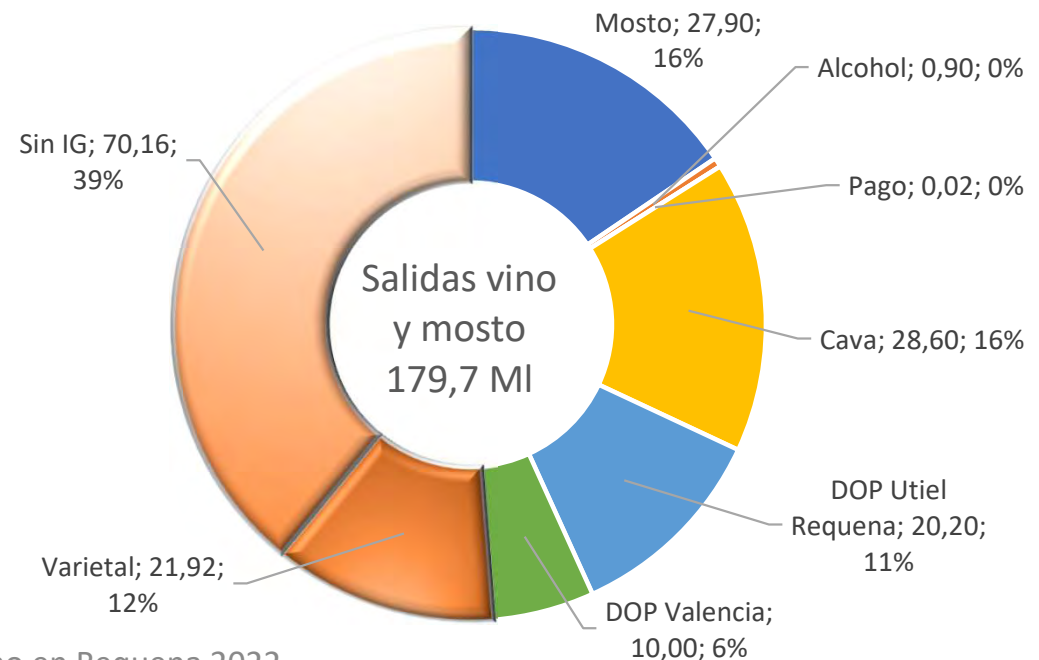
Aunque la sentencia está dictada, todavía no ha sido aplicada en forma de nuevo pliego de condiciones, corregido, que la Conselleria de Agricultura debe publicar para la DOP Valencia, excluyendo los municipios de otras DOPs.

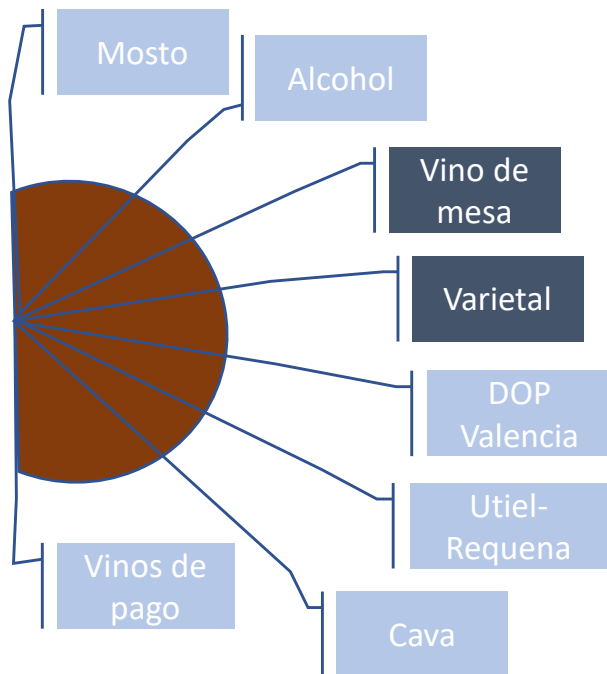


Por lo tanto,

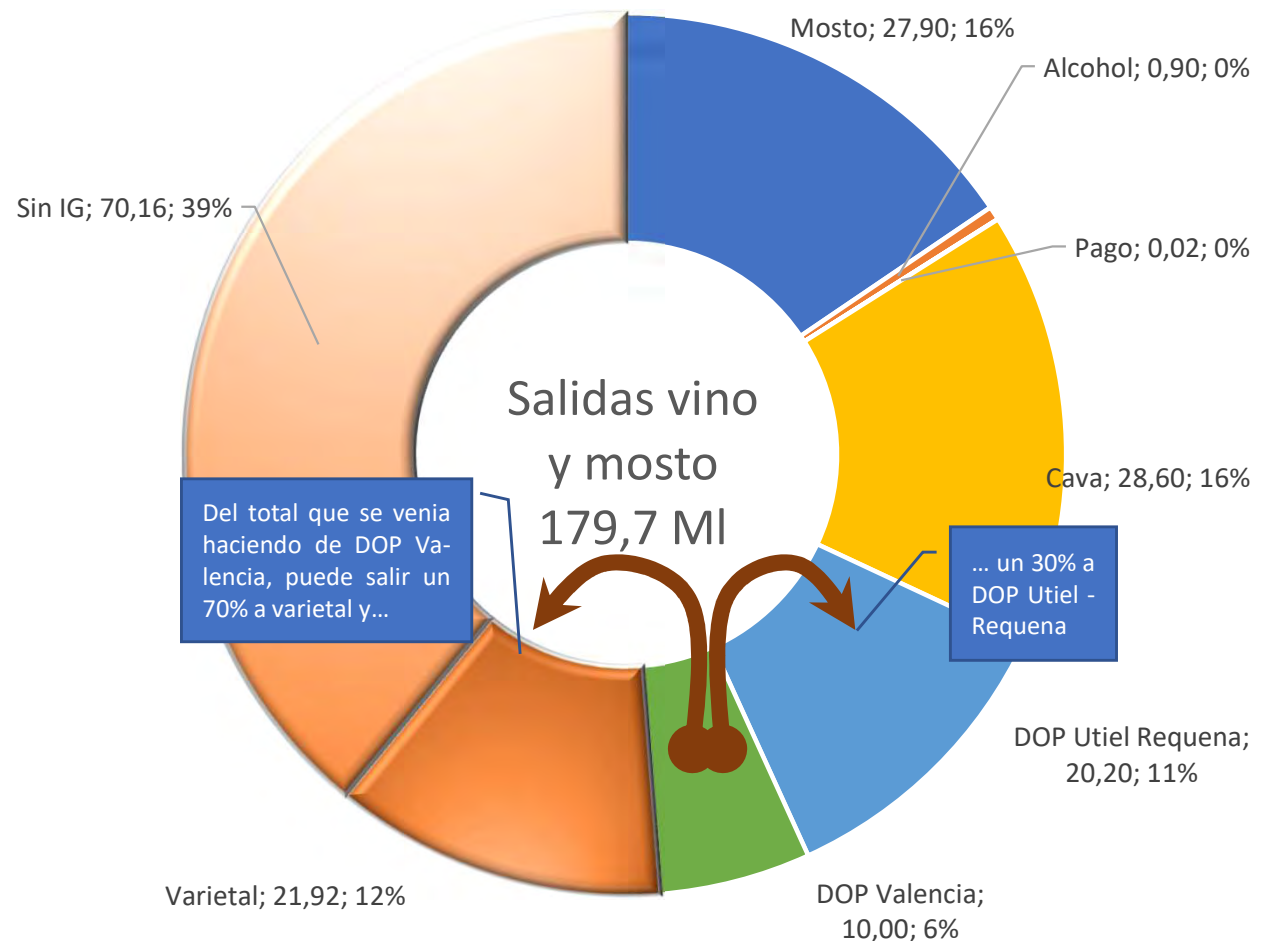
- Si en la comarca de Utiel Requena se producen unos 180 millones de litros para vino y mosto
- de los que unos 28 millones para mostos
- apenas 0,9 millones de litros se destilan
- una cantidad pequeña de 0,02 M l son producción del pago
- unos 24 / 28 M l se destinan a la elaboración de Cava
- 20 M l se comercializan como DOP Utiel-Requena
- Y podemos estimar que otros 10 millones de litros saldrían para ser comercializados bajo el amparo de la DOP Valencia ...

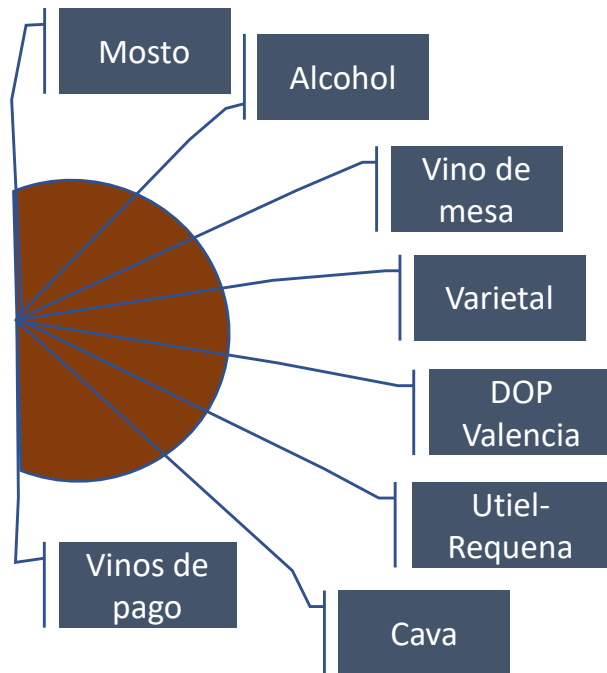
Hay todavía mucho vino – sobre los 92 millones de litros – que debe salir a la venta como vino sin DOP, y que, si nos atenemos a la proporción de vinos elaborados en la provincia de Valencia (24% varietal – 76% sin IG), nos daría la composición final siguiente →





Y de estas cantidades que forman la cartera de productos de los elaboradores vitivinícolas requenenses, una parte se deberá ahora comercializar de forma alternativa a la DO Valencia que se venía usando...



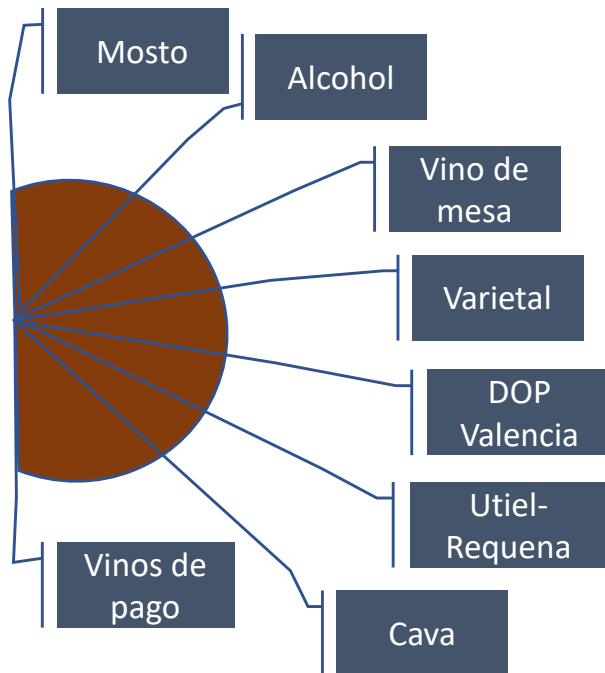


Es decir, las uvas y vinos que se obtienen en la comarca de Requena tienen muchos usos posibles dentro de una cartera de productos extensa, por lo que la clave para mejora de su valor es la mejora en la gestión de esta cartera.

¿Cómo?

Con mejoras en

- ✓ La comercialización
- ✓ Las calidades
- ✓ La imagen
- ✓ La formación



Sabiendo que unos pueden tirar de los otros y todos son necesarios y conforman la generación de valor en la región.

¿Cómo?

Con mejoras en

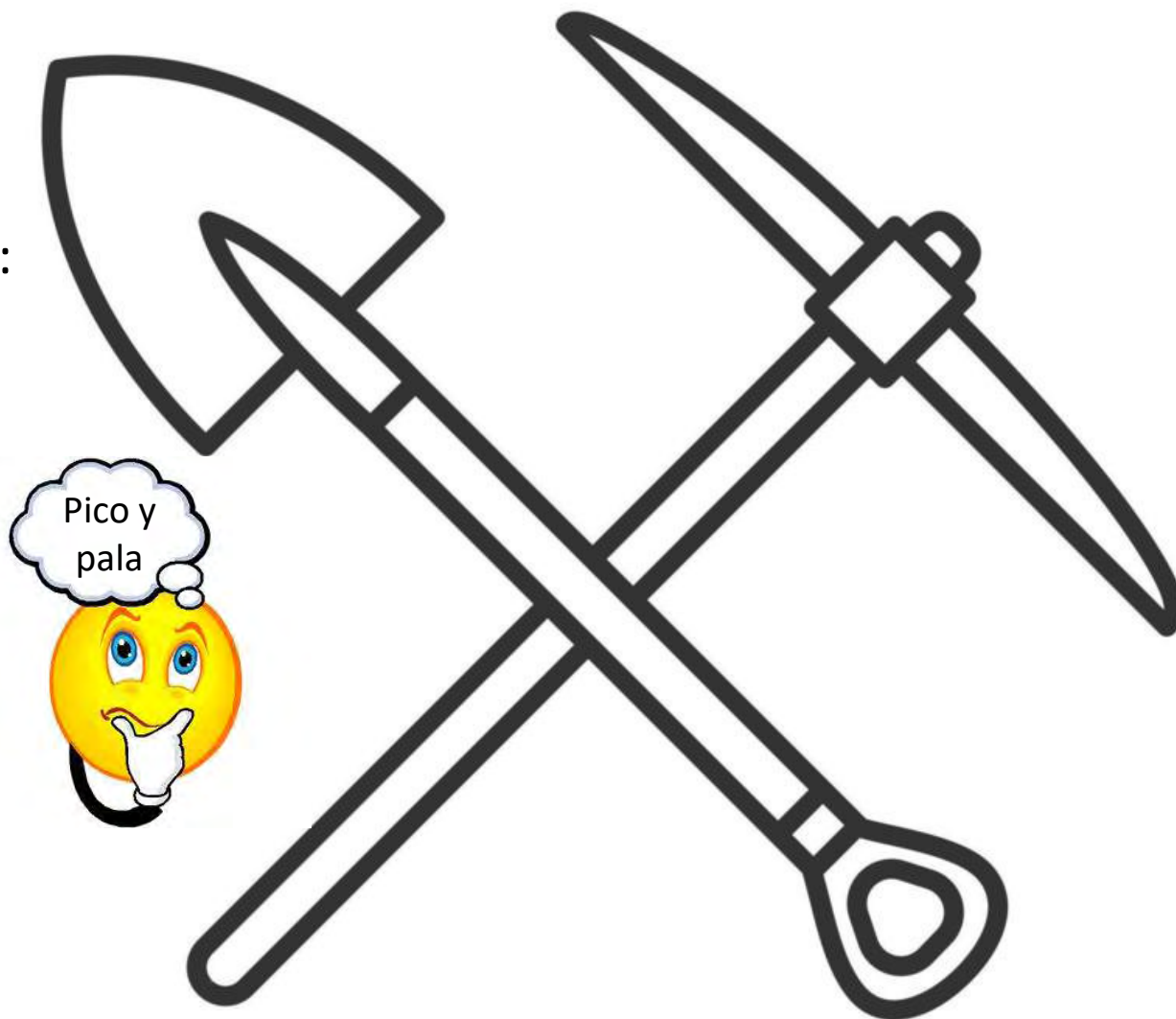
- ✓ La comercialización
- ✓ Las calidades
- ✓ La imagen
- ✓ La formación



No hay soluciones milagrosas.

Se trata de vender mejor (no necesariamente “más”), para lo que las herramientas clásicas son:

- Concienciación
- Información de mercado
- Contratación de comerciales
- Ampliación de la red de comercialización
- Imagen
- Formación



El futuro del vino en Requena

Mejora de la comercialización

No hay soluciones milagrosas.

Se trata de vender mejor (no necesariamente “más”), para lo que las herramientas clásicas son:

- Concienciación
- Información de mercado
- Contratación de comerciales
- Ampliación de la red de comercialización
- Imagen
- Formación

- creérselo;
- y trasladar al conjunto del sector – también a la viticultura - que la única forma de que las uvas y los vinos tengan valor es apostando por una mejor **COMERCIALIZACIÓN**

- Con datos
- Presentaciones
- Ejemplos y casos de éxito

Dirigidos a bodegas, organizaciones agrarias, inscritos en DOP y, particularmente, a socios, miembros del consejo rector y responsables de cooperativas

(la labor de **COVIÑAS** en estos años está siendo fundamental).

El futuro del vino en Requena

NOTA: el papel fundamental de COVIÑAS

Por su relevancia en la comarca, debe resaltarse el papel que juega COVIÑAS

- Cooperativa de 2º grado
- con fecha de constitución registral en enero 1996, pero inicio en 1965 como destilería
- dedicada fundamentalmente en la actualidad a la venta de vinos envasados de la DOP Utiel-Requena y Cava,
- Comercializó, en el ejercicio 2020-21, 16 millones de botellas (porcentaje extraordinario respecto de los casi 27,3 millones de contraetiquetas de la DOP en el año 2021)¹
- Principalmente en exportación
- Reuniendo a más de 3.000 familias en el proyecto



Grupo
COVINAS

Cifras a las que se suma su participación en BOBAL WINE CELLARS

- Concentrada en la exportación de vinos a granel de Bobal
- Tanto de los producidos por COVIÑAS y sus cooperativas como de otras bodegas
- Hasta alcanzar 79 millones de litros en 2021
- Para alcanzar una facturación conjunta (COVIÑAS + BWC) en 2021 de 47,5 millones de euros



El futuro del vino en Requena

NOTA: el papel fundamental de COVIÑAS

Por:

- Su importancia económica en la comarca
- Su relevancia social, directa (casi 3.000 viticultores con cerca de 10.000 has) e indirecta
- Su evolución y trayectoria recientes hacia la profesionalización y los mercados, particularmente internacionales
- Su papel en los diversos mercados del vino de Requena (DOP, Cava, mesa, varietales, etc.)

...todo desarrollo del sector del vino en el municipio y comarca debe tener especialmente en cuenta el que se dé en el conjunto empresarial formado por COVIÑAS y BOBAL WINE CELLARS...



... perfectamente complementario de otros proyectos que se desarrollan en paralelo, de diferente dimensión y proyección en los mercados, pero que también aportan a la economía, el valor y la imagen de los vinos de Requena.

El futuro del vino en Requena

Información de mercado

No hay soluciones milagrosas.

Se trata de vender mejor (no necesariamente “más”), para lo que las herramientas clásicas son:

- Concienciación
- Información de mercado
- Contratación de comerciales
- Ampliación de la red de comercialización
- Imagen
- Formación

Debemos saber lo que ocurre y cuáles son las oportunidades en los diferentes mercados, desde el más próximo (comarca, provincia, región) a los más lejanos, pasando por el mercado nacional y también los tradicionales europeos; lo que se consigue mediante:

- Informes periódicos de posicionamiento en el mercado
 - no sólo cómo nos va, Ej. OeMv Rioja, Cariñena, Rías Baixas, CLM,...
 - sino cómo nos va en comparación con el mercado de destino
 - y con nuestros competidores
- Sobre todos los vinos y mercados de Requena
- Mediante:
 - Informes
 - Jornadas
 - Viajes de formación

El futuro del vino en Requena

Red comercial

No hay soluciones milagrosas.
Se trata de vender mejor (no necesariamente “más”), para lo que las herramientas clásicas son:

- Concienciación
- Información de mercado
- Contratación de comerciales
- Ampliación de la red de comercialización
- Imagen
- Formación

Es opinión generalizada entre la mayoría y las mejores de nuestras bodegas que no hay esfuerzo más necesario ahora que invertir en comerciales y red comercial. Considerando que:

- No se comercializa igual ni con los mismos medios el granel (importancia de los agentes para según qué mercados) que los envasados
- Una buena red comercial
 - Hay que gestionarla (no solo tomar pedidos)
 - Hay que impulsarla
 - Hay que apoyarla
- Necesidad de mejores departamentos comerciales, lo que implica:
 - Contratación
 - Formación
- Moviéndose
 - Viajes
 - Ferias
 - Degustaciones
 - ...

Ej. Foro Bobal: mesa con dir exportación

“Promoción”



¿Bueno o malo?

Gran esfuerzo privado pero sobre todo colectivo se está haciendo en cuanto a la promoción de la imagen (¿lo más fácil?), sobre la que puntos clave son:

- ¿Colectiva / privada? El papel de la DO → AMBAS
- ¿De zona (DOP) o varietal?
- ¿Solo imagen (ferias, campañas, degustaciones,...)? ¿O puede haber otras medidas (formación, viajes, ...)?
- ¿Genérica o marquista o “genérico-marquista”?

- ✓ Hay un marco de actuación genérica que complementa a las marcas y las ayuda (formación, viajes, información,...)
- ✓ Que no debe sustituir a las marcas
- ✓ Que en caso de sobreponerse a las marcas genera “sustituibilidad” al menor precio

Al final, la imagen de una zona es en gran medida el resultado de la imagen de sus marcas y del posicionamiento de sus productos en los mercados.

Imagen

Formación

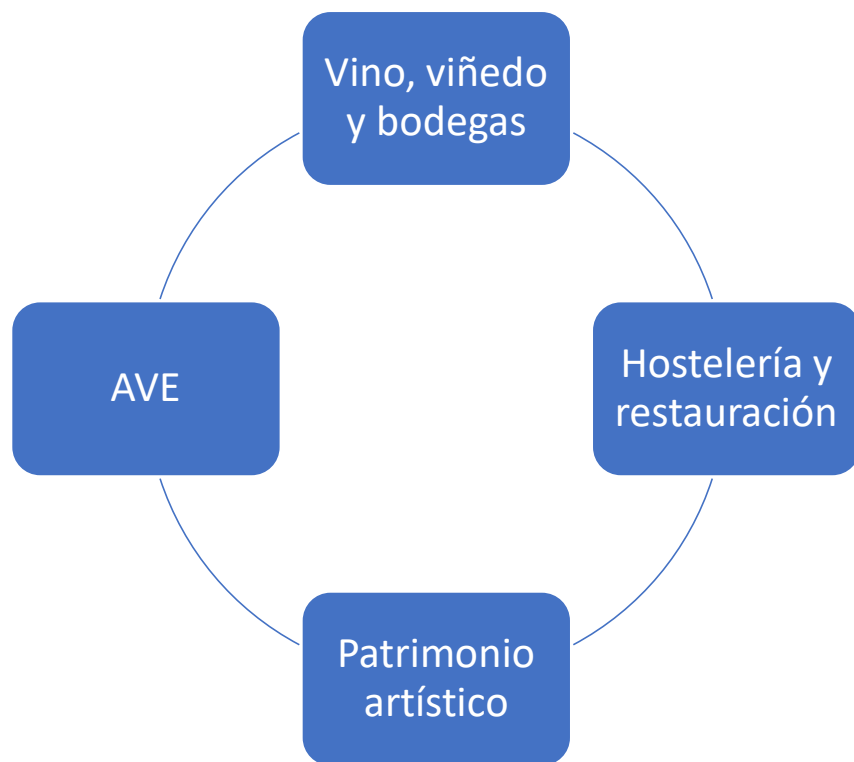
No hay soluciones milagrosas.
Se trata de vender mejor (no necesariamente “más”), para lo que las herramientas clásicas son:

- Concienciación
- Información de mercado
- Contratación de comerciales
- Ampliación de la red de comercialización
- Imagen
- Formación

Como parte esencial de la mejora de la imagen de la región y de sus vinos, y medio también importante para favorecer la venta directa (en bodega y on line), todas las regiones y gran parte de las bodegas están desarrollando intensamente el turismo del vino.

Requena tiene, además, algunas ventajas en este campo:

- Un centro histórico bellísimo y rico
- Historias que contar (Cid, Napoleón...)
- Unos paisajes extraordinarios
- Unas comunicaciones extraordinarias (AVE, nudo de carreteras)



Como parte esencial de la mejora de la imagen de la región y de sus vinos, y medio también importante para favorecer la venta directa (en bodega y on line), todas las regiones y gran parte de las bodegas están desarrollando intensamente el turismo del vino.

Requena tiene, además, algunas ventajas en este campo:

- Un centro histórico bellísimo y rico
- Historias que contar (Cid, Napoleón...)
- Unos paisajes extraordinarios
- Unas comunicaciones extraordinarias (AVE, nudo de carreteras)

comercialización

Imagen

Formación

El aprovechamiento del AVE y de la oferta hostelera y gastronómica de Requena, además de la directamente ligada al vino (viñedo, comarcas, bodegas) puede ser mucho más intenso añadiendo, a las iniciativas privadas, la colaboración institucional y acciones colectivas.

El futuro del vino en Requena

Imagen: Enoturismo

El enoturismo se está desarrollando extraordinariamente en la zona, como en el resto de España y en el mundo.

Pero se enfrenta a varios retos:

- Una oferta atractiva
- Variada para el turista
- Mejor aprovechamiento de transportes y comunicación
- Promoción
- Necesidad de servicios complementarios (bares, hoteles, actividades,...)
- Facilidad y agilidad en las licencias



- Y, sobre todo, profesionales que quieran trabajarlo...
- ... muy ligado a la necesidad de...

Mejora de la formación

No hay soluciones milagrosas.

Se trata de vender mejor (no necesariamente “más”), para lo que las herramientas clásicas son:

- Concienciación
- Información de mercado
- Contratación de comerciales
- Ampliación de la red de comercialización
- Imagen
- Formación

Dos tipos:

- De profesionales
 - Cursos
 - Viajes
 - Idiomas



Propuesta de la Cofradía Internacional del Vino de Requena para “que se transforme el viejo Convento de San Francisco en una escuela superior de viticultura y enología, dependiente de la Politécnica de Valencia”

No hay soluciones milagrosas.

Se trata de vender mejor (no necesariamente “más”), para lo que las herramientas clásicas son:

- Concienciación
- Información de mercado
- Contratación de comerciales
- Ampliación de la red de comercialización
- Imagen
- Formación

Dos tipos:

- De profesionales
 - Cursos
 - Viajes
 - Idiomas
- Del “trade”
 - Programa de formación sobre vinos españoles / vinos de Requena / Bobal
 - Titulación
 - Brand ambassadors
 - Degustaciones, actos

No hay soluciones milagrosas.

Se trata de vender mejor (no necesariamente “más”), para lo que las herramientas clásicas son:

- Concienciación
- Información de mercado
- Contratación de comerciales
- Ampliación de la red de comercialización
- Imagen
- Formación

ANEXO: aprovechamiento de las ayudas OCM para la promoción en países terceros:

- Conocerlas → seguirlas
- Aprovecharlas
 - Usarlas para aquello que se pueda justificar bien
 - Apoyo de agencias externas especializadas para su gestión administrativa

Para ser competitivos / triunfar con nuestros vinos en cada uno de los mercados y segmentos de mercados en los que queremos estar presentes (conjunto de la cartera), ampliando la presencia en aquellos de más valor (“premiumización”) necesitamos:

- Información de mercado (cualitativa: qué vinos)
- Relaciones con el trade y prescriptores
- Catas
- Opinión / apoyo de expertos externos



Para ser competitivos / triunfar con nuestros vinos en cada uno de los mercados y segmentos de mercados en los que queremos estar presentes (conjunto de la cartera), ampliando la presencia en aquellos de más valor (“premiumización”) necesitamos

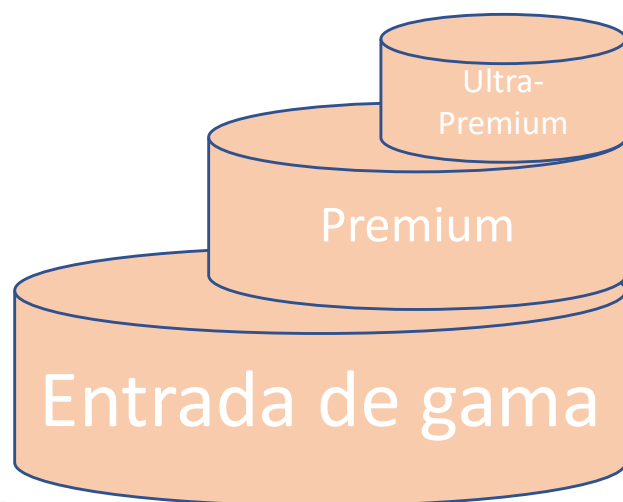
- Información de mercado (cualitativa)
- Relaciones con el trade y prescriptores
- Catas
- Opinión / apoyo de expertos externos

¿Qué vinos son los que se venden en cada mercado?

¿Qué vinos triunfan? ¿Qué vinos demandan?

¿Cómo es la estructura de ese mercado?

¿Cómo van cambiando los mercados?



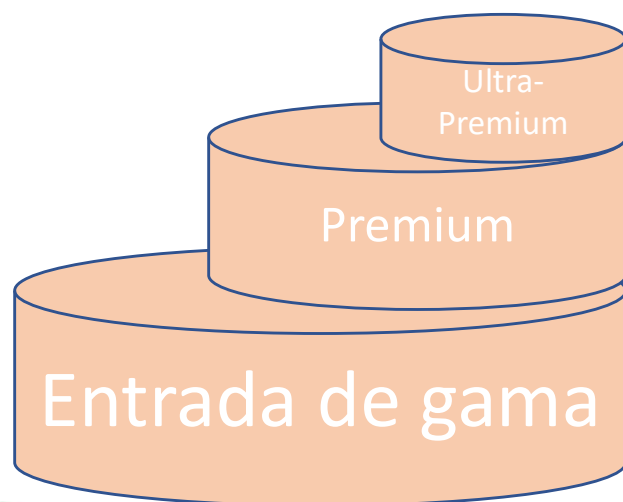
A través de:

- Informes de mercado (ICEX, OeMv, WI, IWSR, Nielsen...)
- Importadores
- Prescriptores
- Viajes
- ... Experiencia

Para ser competitivos / triunfar con nuestros vinos en cada uno de los mercados y segmentos de mercados en los que queremos estar presentes (conjunto de la cartera), ampliando la presencia en aquellos de más valor (“premiumización”) necesitamos

- Información de mercado (cualitativa)
- Relaciones con el trade y prescriptores
- Catas
- Opinión / apoyo de expertos externos

¿Qué vinos son los que se venden en cada mercado?
¿Qué vinos triunfan? ¿Qué vinos demandan?
¿Cómo es la estructura de ese mercado?
¿Cómo van cambiando los mercados?



A través de:

- Informes de mercado (ICEX, OeMv, WI, IWSR, Nielsen...)
- Importadores
- Prescriptores
- Viajes
- ... Experiencia

Para ser competitivos / triunfar con nuestros vinos en cada uno de los mercados y segmentos de mercados en los que queremos estar presentes (conjunto de la cartera), ampliando la presencia en aquellos de más valor (“premiumización”) necesitamos

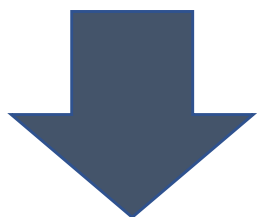
- Información de mercado (cualitativa)
- Relaciones con el trade y prescriptores
- Catas
- Opinión / apoyo de expertos externos

Probar de forma sistemática, a ciegas y con humildad y apertura de miras, muchos vinos, particularmente del segmento que nos interesa y con éxito en los mercados donde queremos estar.



Para ser competitivos / triunfar con nuestros vinos en cada uno de los mercados y segmentos de mercados en los que queremos estar presentes (conjunto de la cartera), ampliando la presencia en aquellos de más valor (“premiumización”) necesitamos

- Información de mercado (cualitativa)
- Relaciones con el trade y prescriptores
- Catas
- Opinión / apoyo de expertos externos



Ya tenemos técnicas y equipos de elaboración que seguirán mejorando

Ahora,
¿Cómo hacer un vino para el cliente que quiero?
¿Cómo triunfar en ese segmento?
Pensando en el “ultra-premium” ¿cuál es el tipo de vino que puedo vender a 50€?

- Posibilidad de contratación de asesores externos
- Creación de un “comité de cata” con independientes

El futuro del vino en Requena

Adaptación de calidades

Para ser competitivos / triunfar con nuestros vinos en cada uno de los mercados y segmentos de mercados en los que queremos estar presentes (conjunto de la cartera), ampliando la presencia en aquellos de más valor (“premiumización”) necesitamos

- Información de mercado (cualitativa)
- Relaciones con el trade y prescriptores
- Catas
- Opinión / apoyo de expertos externos

Al final,

- No hay un solo tipo de vino que triunfa sino una cartera de vinos distintos, adaptados a los diferentes consumidores y canales

- Dos estrategias y ambas legítimas
 - Buscar el nicho para mi vino (no tiene por qué ser el más próximo)
 - Adaptar parte de mi cartera de vinos a las necesidades y gustos del mercado
- Nuestro vino – el de siempre – no tiene por qué ser el mejor en todos los mercados
- Nuestro mercado no tiene por qué ser el más próximo
- No hay una CALIDAD, sino “calidades”
- Lo que no puede haber son vinos defectuosos → mínimos de calidad exigibles
- La calidad no podemos darla por supuesta
- Particularmente en la Bobal pueden darse grandes diferencias según la elaboración

Una diferencia de volumen

Planteamiento

1. Qué supone el vino para Requena
2. Qué representa Requena en el mundo del vino

Tendencias
generales

El futuro del vino
en Requena

**Propuestas y
recomendaciones**

De todas las claves señaladas para un posible mejor futuro del vino en Requena,
¿en qué se podría, concretamente, apoyar desde las instituciones?

Destacamos los siguientes aspectos:

- ✓ El apoyo y fomento de las indicaciones de calidad (y la relación entre ellas)
- ✓ Apoyo a la obtención de mejor información del sector, a disposición de los operadores
- ✓ Apoyo a la mejor formación de profesionales y trade
- ✓ Fomento del conocimiento práctico de las calidades de vinos de distintos mercados y distintos segmentos de mercado
- ✓ Apoyo a las iniciativas relacionadas con el enoturismo

EL PAPEL DE LAS INDICACIONES DE CALIDAD:

BASES:

- ❑ Las indicaciones de calidad (DOP, IGP, vinos de pago, varietales y subcategorías) son herramientas de gran utilidad para:
 - ❑ Fomentar la colaboración entre operadores en pro de una categoría común
 - ❑ Establecer mínimos de calidad que propicien una mejor imagen colectiva
 - ❑ Apoyar la promoción
- ❑ Sin embargo, pueden también suponer trabas al desarrollo de empresas, marcas y productos y, en particular, dificultar las diferenciaciones de excelencia

PROPUESTAS:

- ✓ Apoyar y fomentar todas las indicaciones de calidad para las que puedan usarse las uvas y vinos de la comarca de Requena, DOP, pagos, varietales, vinos sin IG. Una cartera diversificada permite atender varios mercados. La clave está en ir gestionando para alcanzar cada vez mejores valores medios, progresando en mayores volúmenes de los vinos de más alto valor. En gran medida, es lo que ya hacen las bodegas de la zona.
- ✓ Propiciar la buena relación y facilidad de uso para los operadores de las distintas indicaciones (uso de marcas, uso de instalaciones) en función de sus necesidades comerciales (el fin último de las IIGG ha de ser la mejor venta de los productos)
- ✓ Propiciar la colaboración entre distintas indicaciones de calidad
- ✓ Apoyar iniciativas para la mejora de los niveles mínimos de calidad de cada indicación y los medios técnicos para hacerlas posibles, incluyendo proyectos de investigación
- ✓ Propiciar análisis de elementos de las indicaciones de calidad que limiten la competitividad de los operadores

EL PAPEL DE LA INFORMACIÓN:

BASES:

- ❑ Como hemos visto, la información es una de las herramientas fundamentales para el progreso del sector.
- ❑ No siempre es fácil de obtener y suele ser cara.
- ❑ Y tiene la gran ventaja de ser algo que puede hacerse de forma colectiva, pero para beneficiar al conjunto de los operadores del sector, optimizando inversión.
- ❑ Pero no basta con información de lo que “yo hago” o “cómo me va”. Se necesita información, también de (1) qué hace mi competencia y (2) cómo estamos en cada uno de los mercados principales.

PROPUESTAS:

- ✓ Apoyar la realización de un informe periódico sobre evolución de los vinos que más interesan a la comarca de Requena:
 - ✓ DOPs
 - ✓ Cava y espumosos
 - ✓ Evolución del consumo en el mercado nacional
 - ✓ Exportaciones españolas de vinos a granel, envasados, varietales...
 - ✓ Evolución de nuestros principales competidores
 - ✓ Evolución de los principales mercados mundiales

Ej. 
Observatorio ESPAÑOL
del Mercado del VINO



Export Pples DDOO
europeas y países en
12 mercados



Export Pples DDOO
europeas y países en
12 mercados



Export vinos blancos
envasados



Evolución de los mer-
cados, mundial, espa-
ñol Aragón



Mercados mundiales
de espumosos y com-
paración Champagne,
Prosecco

PROPUESTAS:

- ✓ Apoyar la realización de un informe periódico sobre evolución de los vinos que más interesan a la comarca de Requena:
 - ✓ DOPs
 - ✓ Cava y espumosos
 - ✓ Evolución del consumo en el mercado nacional
 - ✓ Exportaciones españolas de vinos a granel, envasados, varietales...
 - ✓ Evolución de nuestros principales competidores
 - ✓ Evolución de los principales mercados mundiales

EL PAPEL DE LA INFORMACIÓN:

BASES:

- ❑ Como hemos visto, la información es una de las herramientas fundamentales para el progreso del sector.
- ❑ No siempre es fácil de obtener y suele ser cara.
- ❑ Y tiene la gran ventaja de ser algo que puede hacerse de forma colectiva, pero para beneficiar al conjunto de los operadores del sector, optimizando inversión.
- ❑ Pero no basta con información de lo que “yo hago” o “cómo me va”. Se necesita información, también de (1) qué hace mi competencia y (2) cómo estamos en cada uno de los mercados principales.

PROPUESTAS:

- ✓ Apoyar la realización de un informe periódico sobre evolución de los vinos que más interesan a la comarca de Requena:
 - ✓ DOPs
 - ✓ Cava y espumosos
 - ✓ Evolución del consumo en el mercado nacional
 - ✓ Exportaciones españolas de vinos a granel, envasados, varietales...
 - ✓ Evolución de nuestros principales competidores
 - ✓ Evolución de los principales mercados mundiales
- ✓ Propiciar un encuentro anual de los operadores para
 - ✓ conocimiento de esa información y
 - ✓ Debate entre operadores
 - ✓ Con posible presencia de expertos de fuera.

EL PAPEL DE LA FORMACIÓN (1):

BASES:

- Una de las principales necesidades detectadas por los operadores para el progreso del sector vitivinícola de Requena es contar con profesionales bien cualificados, no solo para labores técnicas relacionadas con la producción y elaboración de uvas y vinos, sino muy particularmente con labores comerciales y de gestión
- En particular, se requieren buenos conocimientos de idiomas adaptados al sector vitivinícola

PROPUESTAS:

- Apoyo de las entidades de la región a programas y jornadas anuales de comercialización, con presencia de expertos nacionales e internacionales, de la mano o como complemento del Foro Bobal
- Beca de la Fundación para la contratación y/o formación de comerciales en bodegas. Puede incluir
 - Participación en un curso
 - Periodo de prácticas en la bodega
- Apoyo propio o fomento de ayudas a la realización de planes comerciales para bodegas, privadas y cooperativas (ej. plan estratégico)

EL PAPEL DE LA FORMACIÓN (2):

BASES:

- Además de para la comercialización internacional, otro de los retos del vino de Requena es su conocimiento y distribución en España, particularmente en el canal **HoReCa**; dentro y fuera de la Cdad Valenciana

PROPUESTAS:

- Apoyo a un posible programa de formación de sumilleres en los vinos de Requena, incluyendo visitas a la zona, bodegas y catas; ya sea mediante:
 - Impulso y apoyo a los proyectos de sumillería en la comarca / provincia
 - Inclusión de un módulo de formación sobre los vinos de Requena en programas de sumillería de otras zonas.

EL PAPEL DE LA FORMACIÓN (3) - EL PAPEL DE LAS CALIDADES:

BASES:

- Siempre creemos que tenemos los mejores vinos del mundo pero no siempre están adaptados a los mercados y segmentos de mercado en los que (1) estamos o (2) querríamos estar.
- Sabemos, tenemos los técnicos y los equipos para hacer nuestros vinos, pero podemos mejorar en cuanto a la forma en que nuestros vinos se integren en las nuevas tendencias de consumo

PROPUESTAS:

- ✓ Fomentar catas de vinos internacionales y catas periódicas – ciegas – de vinos de la zona de Requena (probar; nuestros vinos, los de la competencia próxima y los de los mercados donde queremos estar)
- ✓ Apoyar la presencia de expertos internacionales (asesorarnos) con viajes a la zona y conocimiento de las bodegas, prueba de sus vinos y mejor conocimiento de la región y su historia (ej. relaciones con los Masters of Wine para visitas periódicas; viajes periódicos de prescriptores internacionales)

¿Cómo debe ser un vino que se venda a 50€?

APOYO A INICITIVAS RELACIONADAS CON EL ENOTURISMO

BASES:

- ❑ El vino es más que una bebida o un refresco; tiene un interés cultural y paisajístico que puede incrementarse con el enoturismo
- ❑ Las cada vez mayores visitas a bodegas e interés por el vino (particularmente aprovechable en lugares próximos a grandes centros turísticos) se ligan también a un porcentaje mayor de ventas directas on y off line, dentro de la revolución que se está dando en la distribución y que ha aumentado con la COVID19.

PROPUESTAS:

- ✓ Propiciar un acuerdo entre instituciones de Requena con hosteleros, restauradores, empresas de ocio y bodegas para el fomento turístico de la ciudad, aprovechando el casco antiguo y sus riquezas, sus buenas conexiones (particularmente, el AVE) y la proximidad a zonas de vacaciones.
- ✓ Participar en la recuperación de la villa antigua, incluyendo edificios y calados.



... para lo que resulta fundamental facilitar y agilizar todo lo relacionado con las licencias y permisos requeridos.

PROMOCIÓN?

- ✓ Ya se viene haciendo y con fuerza, aunque con recursos siempre limitados a los que se saca el máximo partido posible..
- ✓ Extenderlo.
- ✓ Mayor colaboración publico – privada.



Además de las múltiples iniciativas privadas

El del vino y los productos vitivinícolas es un sector fundamental para la economía, la sociedad y el medioambiente; es decir, para el futuro de la Ciudad de Requena. Y Requena tiene una importancia capital en el sector del vino a nivel mundial, nacional y regional.

Un sector, que va bien internacionalmente aunque con profundos cambios en cuanto a clientes, gustos, formas de traslado y distribución, que debemos conocer para aprovechar al máximo. Un sector que ha demostrado en todas las crisis recientes su resistencia y en el que la internacionalización del vino es un hecho ya y lo seguirá siendo más en el futuro.

En España, un sector, que está manteniendo un consumo cada vez más innovador y abierto (envases, sabores, formas de servicio, etc.), donde también resulta esencial conocer a los nuevos consumidores, y donde la distribución está cambiando rápidamente.

Requena produce mucho vino y muchos tipos de vinos para mercados y usos diferentes. La clave está en generar más valor y mejor imagen con un mejor mix de producto, para lo que la información, la mejora en la comercialización y las calidades son elementos fundamentales

Las instituciones locales, regionales o nacionales, con interés en el desarrollo de la comarca y junto con el sector, pueden jugar un papel de impulsoras en el mejor futuro que se vislumbra para el vino de la región.

El vino en Requena

En definitiva...





El vino en Requena

La ciudad de Requena en el mundo
del vino

EL VINO EN REQUENA

Observatorio Español del Mercado del Vino

para la

FUNDACIÓN CIUDAD DE REQUENA

