

LA VARIEDAD BOBAL EN LOS MERCADOS

Luis Gil-Orozco Esteve
Gerente de Bodegas Finca Ardal y
Socio fundador de Primum Bobal

Antes de analizar la situación y oportunidades de la Bobal en los mercados, es necesario hacer una breve reflexión sobre la historia de la Bobal, desde el inicio de un comercio floreciente en los mercados internacionales que coincide con la entrada de nuestros vinos en los mercados franceses. Para entonces, nuestra comarca estaba compuesta por numerosas bodegas familiares y alguna, más bien pocas, en manos de comerciantes que desarrollaban el comercio del vino en un sistema muy rudimentario y con nulas estrategias de mercado, pero que garantizaban el cultivo de la vid y la subsistencia del agricultor y de sus bodegas transformadoras. Es a mediados del siglo XX y como resultado del aumento significativo del cultivo de la vid, cuando se establece un sistema cooperativista, idóneo para el viticultor y el comercio del vino, pero que de alguna forma acaba con la posibilidad de generar el comercio del vino embotellado basado en la variedad y zona de producción, como si ocurrió en otras zonas de España, especialmente en Rioja. Si bien, el adecuado sistema cooperativista supo generar su propia estructura entre las que destaca, las cooperativas de segundo grado, que debían dar ese segundo paso comercial no acometido por las estructuras cooperativas, en nuestra zona se crea la cooperativa coviñas en el intento de completar ese segundo aspecto mas comercial y profesional. Ciertamente es que otras cooperativas y debido a su estructura, como la cooperativa de Utiel, implantaron el embotellado de los vinos haciéndose un pequeño hueco en el mercado del vino pero no llegando a introducir ni la variedad, ni las marcas y menos las zonas de producción a un lugar de importancia en los mercados. Y la pregunta es, ¿Cómo es posible que siendo la variedad Bobal la segunda en producción y en número de hectáreas en España, sea la gran desconocida? Y también su zona de producción? Habiendo sido una gran despensa para otras zonas vitivinícolas.

Siendo breve en el análisis, debido al tiempo que me han dado para esta comunicación y queriendo cumplirlo, debemos asumir que la Bobal es una variedad de gran capacidad para generar vinos de calidad, tenemos que decir que por un lado, mientras el sistema cooperativista si daba soluciones a la producción y la comercialización de nuestros vinos, no aportaba nada para el mercado de vinos embotellados, y tampoco a la imagen de variedad y zona de

producción. Además, nos encontramos con otro inconveniente, se crea un tejido empresarial en torno al puerto de Valencia de comerciantes de vino que les conviene mantener estas estructuras y aprovecharse de ellas para hacer florecer su propio negocio, que no consiste en otra cosa que la simple, compra venta de nuestros vinos, para mercados granelistas, a la vez que ellos van creando su propia estructura de vinos embotellados, generando un comercio importante de vinos, su mayoría sin identificación geográfica ni varietal. Situación que se mantiene a día de hoy de forma notable y que de alguna forma les molesta se pueda cambiar a mejor esta situación. Cuántas veces hemos oído que la Bobal solo valía para dar color a otros vinos, y lo peor es que siempre lo hemos creído, hasta el punto que su valor solo se entendía por la fuerza o capas de color que contenían?

Pero también el productor tiene responsabilidades que asumir, puesto que nunca ha apostado por una profesionalización de su estructura cooperativista, la gran asignatura pendiente, y se ha dejado llevar por la propia inercia del comercio, sin llegar nunca a ser influyente en él, dejando a estos comerciantes ocupasen este lugar que ellos no podían acometer por falta fundamentalmente, de formación en el mismo. Ni que decir tiene, que tampoco nos ha acompañado el calor de las políticas que desde nuestra Comunidad se han ido realizando para esta zona, viendo cómo la viticultura y el vino de esta D.O. ha carecido de importancia para el sector político agrario valenciano, hasta el punto de que a día de hoy se sospecha la pretensión de que los vinos producidos en la Denominación de Origen Valencia sean los referentes para esta provincia y no los de Utiel-Requena que tanto en calidad e importancia no tienen comparación, hasta el punto de pretender cambiar nuestra identidad por la que ampara al resto de municipios productores valencianos, que no es más que una Denominación de Origen impersonal y de difícil sustento bajo los criterios de territorialidad, clima, producto y tipicidad que debe imperar en lo que hemos llamado Denominación de Origen, que por otro lado sobradamente lo cumple la de Utiel-Requena.

Es necesario que si se pretende llevar a cabo una apuesta por generar notoriedad a nuestra zona de producción y la variedad Bobal, debemos atacar los mercados en función de nuestra propia estructura empresarial y necesidades de mercado. Para ello el sistema cooperativo está obligado a realizar una profunda reconversión donde la profesionalización de sus estructuras sea objetivo indispensable para salvar sus estructuras y garantizarse un futuro para el agricultor, incluso deberán plantearse fusiones entre las mismas o profesionalizar de forma colectiva la venta, pasando a ser activos en las ventas de sus vinos, y estudiando entrar en el mercado del embotellado con Denominación de Origen. En concreto, hacer lo que otros están haciendo a su costa. Hoy ya sabemos que una cooperativa de la comarca puede o ha sido comprada por uno de estos comerciantes valencianos, pasando el productor de ser propietario a ser aparcero de una empresa, donde el futuro de estos productores estará ya ligado a las decisiones e intereses de esta empresa. Todo por la falta de profesionalización de sus estructuras.

Pero los mercados y hábitos de consumo están cambiando, y lo que antes valía parece que hoy no tanto, de forma que si la vieja Europa antes se imponía en el mercado mundial de vinos, donde lo importante era las zonas de producción, denominaciones de origen, sub zonas, y un sinfín de nomenclaturas para identificar y calificar la calidad de los vinos, hoy el nuevo mundo productor, EE.UU. Sudáfrica, Australia o Chile, han impuesto un sistema mucho más fácil y realista para el consumidor, dando más importancia a las variedades, (en Europa se ocultaban), que a las zonas de producción. Hasta el punto de que determinados países productores son conocidos más por sus variedades que por las posibles zonas de producción. Sirva de ejemplo, la variedad Malvec de argentina, Mendoza.

Para nosotros, primum Bobal, es prioritario y está por encima de nuestras oportunidades de negocio individual, puesto que apostamos a largo plazo, generar una estrategia de futuro que garantice el posicionamiento de nuestra zona de producción como referente mundial en vinos de calidad, para ello es necesario que nos agrupemos en torno a la Bobal y no de “un Bobal concreto”, con el objetivo de posicionarla en el club de variedades nobles del mundo y garantizar que toda la estructura de la zona pueda beneficiarse por igual. El momento es idóneo, puesto que siendo las variedades quienes se imponen en las formas de consumo, también el consumidor está demandando nuevas variedades, y la Bobal goza de todas las posibilidades para convertirse en una oferta seria y contundente para el mercado, solo tenemos que ofrecerla con las garantías suficientes para que entre en el club de las grandes variedades del mundo, y es aquí donde debemos unirnos todos para que la estrategia no falle, apartar los personalismos e intereses individuales, para sembrar y poder recoger, además debemos también ser claros y duros con quien quiera asaltar esta estrategia. No debemos descartar cualquier otro referente que pueda aportar notoriedad a esta variedad, como la unión de salud y vino donde el elemento Resveratrol y otros componentes antioxidantes y saludables, sean también referencia de esta variedad.

Somos conscientes de lo difícil de nuestro objetivo y los intereses encontrados que se cruzan en el camino, sobre todo por quien su negocio solo es el mercado del volumen. Prueba de esta nueva etapa y objetivo es la unión de siete bodegas para iniciar esta estrategia bajo el nombre de Primum Bobal, pero esto no es suficiente, es necesario crear una mesa del vino Bobal, donde solo se sienten aquellas estructuras que acepten este objetivo con la finalidad de generar un mismo camino y conseguirlos en el menor tiempo posible, entendiendo que en esta mesa del Bobal tienen que estar aquellas bodegas cooperativas que apuesten por la profesionalización, o que ya la hayan asumido, y bodegas de vinos de calidad que aportan la imagen necesaria en los mercados para la variedad y la zona, el objetivo es convertir a la Bobal en referencia de Utiel-Requena y Utiel-Requena referencia de la Bobal.