

EDITORIAL

Vinos de cepas tradicionales

La revalorización de las cepas patrimoniales del Valle del Itata ha recibido apoyo de diferentes agencias estatales, como el Indap, Corfo y ProChile, y al que se suma ahora la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (Odepa), que presentó un estudio y una estrategia para promocionar y vender vinos provenientes de cepas patrimoniales.

La revalorización de las cepas patrimoniales, hace un par de décadas menospreciadas por la industria, pero hoy muy bien catalogadas por enólogos, sommeliers y periodistas especializados, ha recibido apoyo de diferentes agencias estatales, como el Indap, Corfo y ProChile, y al que se suma ahora la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (Odepa), que a principios de esta semana presentó un estudio y una estrategia para promocionar y vender vinos provenientes de cepas patrimoniales del valle del Itata.

En honor a la verdad, en términos generales, el plan no propone cuestiones novedosas, pero eso no necesariamente es malo, pues revela la coincidencia que hay en atributos del vino de esta zona, como su modelo ancestral de producción y su terroir, determinado por las condiciones geográficas y climáticas del valle.

En primer lugar, propone lograr que estos vinos sean reconocidos por la autenticidad y tradición cultural que los rodea, estableciendo una percepción de calidad entre los consumidores, impulsando conexión emocional, posicionamiento en los mercados meta y educando al consumidor. Un segundo elemento apunta a crear experiencias enológicas interactivas que conecten a los consumidores con la autenticidad del Valle de Itata. Y finalmente, la adaptación y diversificación, con el objetivo de posicionar estos vinos como una opción elegible en nichos de mercado de especialidad, considerando la tendencias y preferencias de los consumidores.

Por supuesto que hay desafíos enormes por delante, como reducir las brechas de calidad, incorporar mayores niveles de tecnología, mejorar el marketing y los canales

de comercialización, fortalecer la articulación público-privada y por otra parte, explotar turísticamente los atractivos del Itata Profundo, pues el enoturismo puede ser un potente aliado en la promoción y venta de los vinos de Ñuble.

Ante el creciente reconocimiento al potencial de los vinos provenientes de cepas patrimoniales del valle del Itata, el llamado es a aprovechar el impulso que las distintas oportunidades de apoyo público están ofreciendo a la producción local, pero sobre todo, a no olvidar lo más básico para los más de 5 mil productores de uva vinífera de la zona, que dependen del precio que fija la gran industria, y sufren el abuso de empresas dominantes e intermediarios.

Lamentablemente, en Chile, son pocos los esfuerzos que se hacen por proteger a un sector tan sensible, un rubro tradicional de la agricultura que, en el caso del Valle del Itata, es también patrimonial.

No se pueden desconocer los esfuerzos de sucesivos gobiernos, de diferente color político, para promover la asociatividad entre los pequeños productores de uva y vino, y financiar equipamiento para producir y almacenar vino. También se han conformado empresas asociativas con la esperanza de obtener precios más atractivos, o que al menos, cubran los costos de producción.

Pero lo cierto es que la realidad económica de los productores sigue siendo vulnerable, de modo que cualquier esfuerzo e inversión de fondos públicos que se haga en estrategias públicas o privadas debe tener como fin último proteger, con medidas eficaces, un rubro genuinamente arraigado en la cultura rural de Ñuble.