

## **Cambios de Tendencia en el Consumo de Vino**

Tradicionalmente, Argentina ha sido siempre uno de los grandes productores de vino y los argentinos han bebido gran parte de lo producido, con niveles de exportaciones bajo. En los 70, el consumo per capita era uno de los mas altos del mundo con cerca de 70 litros, la mayoría de baja calidad. Durante los últimos 40 años, el consumo disminuyó a 29 litros. Si bien consumimos la mitad que Francia sigue siendo alto comparado con Estados Unidos, 10 litros, Brasil menos de 2 o China inferior de 1 litro. Actualmente el Argentino bebe menos pero vino de mejor calidad. Este aumento en la calidad también tuvo un impacto muy positivo en las exportaciones de vinos finos pasando de menos de U\$100 millones a fines de los 90 a mas de \$600 millones para este año.

Sin embargo, a pesar del auge de las bodegas boutique, de la aparición de los vinos varietales de alta gama, el auge del malbec y el reconocimiento mundial sobre el vino argentino, cerca del 70% del vino consumido en Argentina sigue siendo vino de bajo precio, menor a los \$7, principalmente en tetrabrick. El nicho de alta gama de vinos superiores a \$40 no supera aun el 2% en volumen. A pesar de este bajo porcentaje global es el segmento que mas crece, producto de cambios de tendencias. Actualmente los jóvenes, en particular los menores a 35 años muestran un interés en aprender sobre vino y están mas dispuestos a descubrir y experimentar nuevas marcas y varietales, y a gastar mas a diferencia de nuestros padres o abuelos que tenían la costumbre de consumir siempre las mismas marcas y generalmente de precios económicos. En los últimos años, hemos visto un cambio importante en la forma de comercializar los vinos de alta gama. Por un lado los supermercados han expandido su sección de vinos y algunos ya cuentan con su "bodeguita" con vinos de alta gama, superiores a \$100. También ha habido un surgimiento de las vinotecas no solamente en capital pero también en el interior y en ciudades chicas de no mas de 10.000 habitantes, impulsado 10 años atrás. En ciudades como La Plata hay actualmente cerca de 40 vinotecas con una propuesta muy variada de marcas, varietales y añadas específicas. Muchas ofrecen participar de degustaciones, cursos de vinos o asociarse a su club de vinos. Además ofrecen un servicio personalizado y son las que mas empujan al consumidor a probar nuevos productos poniéndole énfasis a aquellos con una buena relación precio-calidad. De ahí la importancia que este canal puede ser para una bodega nueva ya que sus vinos tendrán mas chances de ser exitosos que si yacen en una góndola de supermercado al lado de otras cientos de etiquetas. Difícilmente un consumidor se anime a comprar una etiqueta nueva en una góndola de supermercado. Generalmente compra lo que conoce, marcas conocidas y sobre todo lo que esta en oferta. Según Enrique Garriga de Su Bodega, una de las vinotecas mas antiguas de La Plata la demanda de vinos de alta gama se incrementa año tras año y sus clientes están ávidos de probar nuevos vinos y escuchar sus recomendaciones. Actualmente la vinoteca cuenta con mas de 800 etiquetas y todos los meses incorpora alguna etiqueta nueva de las tantas propuestas que recibe. Si bien el malbec es el vino mas requerido junto al cabernet sauvignon, los consumidores están abiertos a nuevas propuestas de varietales aun poco conocidos como el Cabernet Franc, La Bonarda o el Petit Verdot así como vinos de cortes complejos elaborados a base de tres hasta cinco varietales y añejados hasta dos años en barrica con precios que llegan a superar los \$200. La oferta de vinos y marcas es muy amplia haciendo el mercado muy competitivo, obligando a las bodegas a elaborar planes comerciales y de promoción novedosos y muy agresivos. Marcelo Sosa, distribuidor en la Provincia de Córdoba de varias bodegas

entre ellas Las Perdices, Dona Paula y Sur de los Andes, comenta que en el ultimo año las bodegas han sido muy agresivas comercialmente. Algunas de las acciones realizadas incluyen el armado de muebles especiales para las vinotecas para promocionar sus vinos y ganar visibilidad, viajes y sorteos de plasmas y cavas entre otras. Las vinotecas reciben decenas de representantes por mes ofreciendo nuevas marcas y productos. Al tener una capacidad limitada, una bodega nueva tiene que ofrecer algo distinto para ganarse un espacio en la góndola, además de ofrecer un buen producto con una buena relación precio-calidad, comenta Adrian Sopransi de Sol del Sur, distribuidora de la Provincia de Santa fe. Según Sopransi estima que solamente en su provincia existen mas de 100 vinotecas de las cuales 35 se encuentran en Rosario y unas 10 en Venado Tuerto. Esta tendencia de consumo seguirá en los próximos años pero es indudable que veremos algún tipo de consolidación tanto a nivel de las bodegas como de los puntos de venta ya que muchas no tendrán la economía de escala para sobrevivir o un producto diferencial para ofrecer. Es difícil que las 2.000 marcas que se estiman están en el mercado actualmente sobrevivan todas. Mientras, el consumidor argentino y el extranjero que visite nuestras tierras tendrán la oportunidad de degustar una gran variedad de vinos.