

RELATO DEL VINO ESPAÑOL



RELATO
— DEL —
VINO
ESPAÑOL



Interprofesional del
VINO
DE ESPAÑA

Índice

- 06** Prólogo
- 08** Introducción
Plan estratégico del Sector Vitivinícola Español / 08
- 12** La importancia del vino en España
- 14** ¿Por qué un relato del vino español?
El relato: herramienta de valorización / 14
Consejos de construcción de marca / 15
- 16** Argumentario del vino español
Calidad / 18
Diversidad / 20
Historia / 22
Estilo de vida / 23
Sostenibilidad / 26
- 29** Comunicación del argumentario
- 32** Participantes y agradecimientos

Prólogo

El presente documento está dirigido a todos los implicados en la producción, comercialización y comunicación del sector del vino español y tiene como objetivo diseñar una narrativa cohesiva en base a los atributos, cualidades diferenciadoras y valores del sector vitivinícola español. El propósito es que se convierta en fuente de inspiración para todas las iniciativas que los agentes de la cadena de valor del vino estén desarrollando en los mercados internacionales y para que entre todos construyamos una imagen de España como elaborador de vinos diferenciada y valorizante. Cada uno de nosotros y de las botellas de vino que llevamos a 189 países del mundo somos los mejores embajadores de marca "vino de España".

Para ello, primeramente, se va a hacer un resumen de las razones por las que este relato común es necesario, explicando además dónde y cómo encajaría el relato en el plan estratégico sectorial, impulsado por la Organización Interprofesional del Vino de España (OIVE), y la importancia del sector vitivinícola en la economía y la sociedad de nuestro país. Posteriormente, se listarán los atributos del vino español y, a partir de ellos, se construirá un discurso común.

Por último, se realizará una aclaración de las dudas más frecuentes y se proporcionará una serie de herramientas que maximicen el uso práctico de este relato.

Y por supuesto agradecer a los componentes del grupo de trabajo creado a tal efecto en el seno la mesa de la gastronomía por su consejo y trabajo, además de las organizaciones miembro de la OIVE y al ICEX, (Food and Wines from Spain) por su imprescindible ayuda en el impulso de este proyecto.



Cada uno de nosotros y de las botellas de vino que llevamos a 189 países del mundo

somos los mejores
embajadores de
marca "vino de
España"

Plan estratégico del Sector Vitivinícola Español

En julio de 2022 se presentó el Plan Estratégico del sector vitivinícola español 2022-2027, impulsado por OIVE. El documento es fruto de un exhaustivo proceso de investigación y análisis que contó con la participación y consenso de todos los agentes del sector. Con la elaboración de este plan se define la misión y visión del sector vitivinícola español y, para su consecución, cinco ejes principales de actuación centrados en mejorar la imagen y funcionamiento del sector e **incrementar el valor de nuestros productos en los mercados.**

Visión

Posicionar a España como un referente vitivinícola de valor nacional e internacional en base a sus cualidades únicas y diferenciadoras: calidad, diversidad, historia, tradición, sostenibilidad y modernidad.

Misión

Defender, promover y asegurar el conocimiento, la imagen y la calidad del producto vitivinícola español para el consumidor nacional e internacional.

Generar valor y rentabilidad, principalmente en los mercados internacionales, apalancándose en los atributos diferenciales, y asegurar su reparto equitativo y sostenible a lo largo de toda la cadena.

Potenciar la conciencia de la sociedad y el consumidor sobre el vino español como nexo territorial, social y de desarrollo económico, así como parte indisoluble de nuestra historia, de la cultura mediterránea, de un estilo de vida saludable y de un consumo moderado y responsable.

Posicionar a España como referente vitivinícola mundial en sostenibilidad en todos sus ámbitos: medioambiental, social, económico, histórico, cultural y paisajístico.

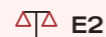
Facilitar el desarrollo y la transmisión de la innovación y la digitalización, atrayendo y reteniendo al mejor talento para asegurar el futuro del sector.

Ejes principales

Ejes Principales



E1
Reforzar el posicionamiento y la imagen, incrementar el valor a nivel internacional e impulsar el consumo interno



E2
Lograr el equilibrio entre oferta y demanda, el reparto equitativo del valor y la rentabilidad a lo largo de la cadena y mejorar la competitividad del sector



E3
Liderar en Sostenibilidad



E4
Valorizar el vino, y su consumo responsable, como alimento y que forma parte de un estilo de vida saludable



E5
Fomentar el enoturismo

Ejes Transversales



E6
Defender y coordinar el sector



E7
Generar, consolidar y compartir, desde la OIVE, inteligencia relevante y accionable para toda la cadena de valor

Ejes Complementarios



E8
Atraer, formar y retener al talento



E9
Impulsar la digitalización



E10
Potenciar la Innovación

22
INICIATIVAS
ESTRATÉGICAS

101
ACCIONES
ASOCIADAS

El desarrollo de los ejes estratégicos definidos permitirá posicionar a España como un referente vitivinícola mundial e impulsar una espiral virtuosa de generación de valor en todo el sector.



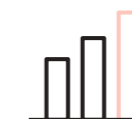
Los ejes estratégicos contemplan 22 iniciativas estratégicas con 101 acciones asociadas que se sustentan sobre las cualidades únicas y diferenciadoras del vino de España: calidad, diversidad, historia, tradición, sostenibilidad y modernidad.

El ejercicio de creación de un relato común del vino español forma parte del primer eje y es considerada una acción principal a la hora de moldear la percepción internacional de nuestro producto. Basándose para ello en las cualidades únicas y diferenciadoras ya mencionadas. Más información en interprofesionaldelvino.es



El Plan Estratégico

define la misión y visión del sector vitivinícola español y, para su consecución, 5 ejes principales de actuación centrados en mejorar la imagen y funcionamiento del sector e incrementar el valor de nuestros productos en los mercados.



El desarrollo

de los ejes estratégicos definidos permitirá posicionar a España como un referente vitivinícola mundial e impulsar una espiral virtuosa de generación de valor en todo el sector.

La importancia del Vino en España

La contribución del sector vitivinícola a la economía española, en términos de PIB y de empleo es relevante, como también lo es su aportación desde la perspectiva del desempeño del sector exterior, la dimensión social y la gestión de los retos en materia de sostenibilidad medioambiental.

El sector del **vino español es líder a nivel mundial**. Así, España concentra el 13% de la superficie de viñedo a escala global, el 15,3% en el caso de viñedo ecológico y es el tercer mayor productor de vino del mundo (Fuente: estudio AFI 2023).

Actualmente, en España existen **104 Denominaciones de Origen y 42 IGP**, las cuales cuentan con más de 4.000 bodegas inscritas en total. Bodegas que, además, se encuentran repartidas por todo el territorio nacional y demuestran a través de sus vinos la variedad de terrenos, climas y tipos de uva de los que disponemos (Fuente: MAPA).

Sector Vitivinícola español en cifras

SUPERFICIE

930.000 hectáreas de viñedo **13%** superficie total mundial



• Líderes en superficie de viñedo ecológico. **142.100** hectáreas de viñedo ecológico.

EMPLEO

363.980 puestos de trabajo **2%** empleo nacional



• Se ha duplicado el número de mujeres jefas de explotaciones vitivinícolas en la última década.



ECONOMÍA

20.330 millones de euros de valor añadido bruto

1.9% del PIB español



RIQUEZA EN LOS PEQUEÑOS MUNICIPIO

3.233 municipios cuentan con viñedo **+40%** de los municipios españoles albergan el cultivo de la vid

• Los municipios de menos de 2.000 habitantes dedicados mayoritariamente al vino han incrementado su población cerca de un 36% en 20 años.



66% de los municipios vitivinícolas tienen menos de 2.000 habitantes

PRODUCCIÓN

36.4 millones de hectolitros de vino



CALIDAD Y DIFERENCIACIÓN
104 Denominaciones de Origen Vitivinícolas
42 Indicaciones Geográficas Protegidas

INTERNACIONALIZACIÓN

4.347 empresas exportadoras

Superávit comercial: **3.058** millones de euros

• 4º lugar en exportación de productos agroalimentarios.



20% del total de España

6% del total de ventas al exterior del sector agroalimentario

*Datos del Informe sobre la relevancia económica y social del sector vitivinícola en España, 2023 (Analistas Financieros Internacionales, AFI).

Inclusive, España se ha consolidado como uno de los mayores exportadores de vino del mundo, siendo el tercero que más valor exporta y el segundo en volumen. De hecho, la cifra de ventas anuales al exterior supera los **3.000 millones de euros y los 2.000 millones de litros**.

Pero, más allá de las cifras, la importancia del vino en España se observa en la propia huella que ha dejado en nuestra cultura, historia, tradiciones... Siendo un ejemplo de ello el protagonismo que tiene el vino en nuestra gastronomía y nuestra cultura del disfrute, los cuales, además, son un importante atractivo para el turismo. Como lo son los pueblos y los paisajes que el sector ayuda a proteger.

104
DENOMINACIONES DE ORIGEN

existen en España, 42 IGP y más de 4.000 bodegas inscritas

¿Por qué un relato del vino español?

EL RELATO: HERRAMIENTA DE VALORIZACIÓN

La oferta vinícola española es única y diferenciada y es clave trabajar en valorizarla para garantizar la sostenibilidad del sector. El primer paso es conocer todo lo que representa, tomar conciencia de ello, transformarla en un discurso colectivo coherente y consistente.

¿Cómo hacerlo?

Para la revalorización del producto se requiere una actuación a varios niveles. En primer lugar se trata de la construcción **de una marca país** en base a unos pilares comunes acordados por el sector. Un discurso a través del cual se posicione a España en el imaginario internacional como un país de vinos de calidad.

Entre los **beneficios que podría aportar el relato**, destacan los siguientes:

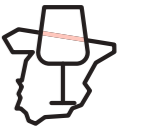
- **Valor añadido:** los valores asociados al país de origen se trasladan automáticamente al vino que se quiere vender.
- **Coordinación:** instituciones y bodegas serían partícipes de esta acción, lo que requeriría y facilitaría una mayor coordinación sectorial. No obstante, las bodegas y sus fuerzas comerciales en todo el mundo serían las principales protagonistas, utilizando las líneas argumentales acordadas en su promoción internacional, pero también los mayores beneficiarios, puesto que la marca de vinos de España que ayudarían a generar aportaría un valor añadido cada vez mayor a sus productos.
- **Accesibilidad:** una imagen clara, definida y extendida de nuestros vinos facilitaría el acercamiento a los mismos de parte de cualquier cliente o consumidor internacional. Así, la “marca España” imprimiría sobre el producto una serie de cualidades que serían complementadas exponiendo las peculiaridades regionales.

★ CONSEJOS DE CONSTRUCCIÓN DE MARCA

Para construir una marca que aporte valor es necesario trabajar en 3 grandes áreas: estrategia, identidad y activación.

Estrategia: Visión estratégica a Medio/Largo Plazo. Tener una estrategia de marca bien definida y desarrollada aporta foco y dirección, proporciona un discurso propio y supone una guía de futuro teniendo siempre presente una perspectiva de las tendencias sociales, económicas y tecnológicas. ¿A quién me voy a dirigir? ¿Quiénes son mis competidores?

Identidad: Propósito de marca perdurable en el tiempo. Se trata de establecer lo que se conoce como “Unique Selling Proposition” USP (Propuesta de venta única). Una USP es aquello que te identifica y a la vez diferencia tu marca de la de los demás: valores, cualidades y beneficios que hacen que tu marca/empresa sea única.



Posicionar España en el imaginario como un país de vinos de calidad

Activación:

- **A nivel interno; el liderazgo compartido y compromiso** es fundamental. La propia actividad normal de una empresa es el principal canal de construcción de una marca: que se sienta la marca a todos los niveles de la compañía y todo el equipo actúe -a cualquier nivel- como “embajadores” de la marca, reflejando su propósito y valores.
- **A nivel externo;** iniciativas, planes y acciones que puedan ser necesarias para **construir la imagen y la experiencia de marca que deseamos**, de acuerdo a la estrategia.

El éxito en la construcción es consecuencia de un trabajo constante con visión global y capacidad de acción coordinada. Se trata de una carrera de fondo que exige foco, rigor, constancia, liderazgo y determinación, todas ellas cualidades exigentes.

Argumentario del vino español



Calidad



Diversidad



Historia



Estilo de vida



Sostenibilidad





CALIDAD

En el mundo del vino, España se alza como un país de oportunidad e innovación, donde nuestro dinamismo ha permitido perfeccionar y modernizar nuestro producto.

Innovación en Técnicas de Elaboración

España no se conforma con la tradición; también abraza la innovación en técnicas de elaboración. Desde la introducción de métodos modernos de vinificación hasta la adopción de tecnologías avanzadas, **el sector vitivinícola español está en constante evolución** para mejorar la calidad y la consistencia de sus vinos.

Especialización y Artesanía

Cada región vinícola de España se especializa en el cultivo de variedades de uva específicas y en técnicas de vinificación únicas. Esta especialización, combinada con la artesanía y el cuidado meticuloso de los viticultores y enólogos, da como resultado vinos de calidad excepcional que **reflejan el carácter y la identidad de su lugar de origen**.

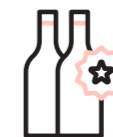
Compromiso con la excelencia

España abraza un compromiso inquebrantable con la excelencia en cada etapa de la producción vinícola. Desde la selección meticulosa de las uvas hasta las prácticas de vinificación y envejecimiento, **se busca constantemente alcanzar niveles superiores de calidad**.

Rigor en el Control y Trazabilidad

Las Denominaciones de Origen (DOs) e Indicaciones Geográficas Protegidas (IGPs) de España son líderes en la implementación de estrictos controles de calidad y trazabilidad. **Cada botella de vino español garantiza su origen y calidad**, ofreciendo a los consumidores una experiencia confiable y satisfactoria.

Origen y calidad



Cada botella de vino español garantiza su origen y calidad, ofreciendo a los consumidores una experiencia confiable y satisfactoria

ALGUNAS DE NUESTRAS CREDENCIALES

Wine Spectator

- ❖ Clasificación de los mejores vinos del mundo por calidad, precio y disponibilidad.
- ❖ Es común encontrar alrededor de **10 referencias de vinos españoles** en esta clasificación anual.
- ❖ **2 presencias en el “Top 10”** en los últimos 5 años.

Decanter

- ❖ Clasificación de vinos clásicos, vinos poco convencionales y vinos con destacada calidad precio.
- ❖ España sitúa **4 vinos** en el ranking “Wines of the Year 2023: **Classics category**”.
- ❖ **2 vinos** en “Wines of the Year 2023: **Value category**”.
- ❖ **1 vino** en “Wines of the Year 2023: **Off-beat category**”.



- ❖ Clasificación de vinos “Puntos Parker” en una escala de 100 puntos.
- ❖ Clasificación en cuanto a cinco factores: aroma, sabor, estructura, complejidad y potencial de envejecimiento.
- ❖ **27 vinos españoles** con la máxima puntuación posible (**100 puntos**).



- ❖ Clasificación de vinos “Tim Atkin” en una escala de 100 puntos.
- ❖ **+200 vinos españoles** con una valoración de más de +95 puntos.

falstaff

- ❖ Clasificación de vinos “falstaff” en una escala de 100 puntos.
- ❖ **2 vinos** con la **puntuación máxima** de 100 y **20 vinos** con una puntuación de +95.
- ❖ **30 vinos** españoles en el **top 150**.

JAMES SUCKLING.COM 🍷

- ❖ “James Suckling” otorga 15 puntos para el color, 25 puntos para el aroma, 25 para la estructura y 35 para la impresión global que el vino le genera.
- ❖ **3 vinos** españoles con una **clasificación máxima** de 100 y **32** con una puntuación de +95.

DATOS CLAVE

- ❖ España es el país con **mayor superficie de viñedo del mundo** (944.000 ha).
- ❖ España cuenta con **104 DOP y 42 IGP**.
- ❖ **El 97%** de la superficie de viñedo en España está en territorio de alguna DOP.
- ❖ **Más de 120** municipios especializados en la viticultura.
- ❖ **Más del 40%** de los municipios españoles albergan viñedos.
- ❖ El sector ha invertido en I+D+I **200M€ en los últimos 5 años**.
- ❖ Representa el **25% de la inversión total** en I+D+I del sector agroalimentario
- ❖ Desde 1970 se hace uso de etiquetas, contraetiquetas y precintos holográficos antifalsificación.
- ❖ Nuevas tecnologías como el **NFC o el Internet of Things** están siendo adoptadas por el sector para mejorar la trazabilidad y afianzar el control de calidad.
- ❖ Segundo máximo exportador mundial en volumen:
 - **13%** exportaciones mundiales **totales de vino**.
 - **16%** exportaciones mundiales de **vino espumoso**.
 - **13%** exportaciones mundiales de **vino envasado**.
- ❖ Significativo incremento de la presencia en los **segmentos premium y ultra premium**.

DIVERSIDAD

En el extenso paisaje vinícola de España, la diversidad es una característica distintiva que define la riqueza y la complejidad de sus vinos. Desde los suelos, climas y entornos, hasta la diversidad de bodegas, viticultores y variedades de uva, cada región vitivinícola ofrece una experiencia única y singular.

Riqueza de Suelos y Climas

España es un país de una riqueza geográfica extraordinaria, lo que permite una gran diversidad de suelos, climas y entornos donde se cultiva la vid. Desde las altas montañas de los Pirineos hasta las cálidas llanuras de Andalucía, cada región vinícola ofrece un paisaje único que influye en el carácter y la calidad de sus vinos.

Esta diversidad de espacios proporciona un lienzo variado para la viticultura española, permitiendo la producción de **una amplia gama de vinos que reflejan la singularidad de cada región**.

Multiplicidad de Variedades de Uva

En España hay reconocidas 235 variedades de uva para elaboración de vino, de las que 150 son autóctonas. No obstante, existen, al menos, 350 variedades más sin reconocer, de las que algunas están en proceso de recuperación. Tal diversidad de uvas facilita que cada región tenga su propia selección distintiva, generando la **amplia gama de sabores y perfiles aromáticos y tipologías de vino** que caracteriza a nuestro país.

Bodegas: Un Abanico de Estilos y Tradiciones

Desde las pequeñas bodegas familiares hasta las grandes empresas vitivinícolas, la diversidad de bodegas en España es impresionante. Cada una aporta su enfoque único, desde técnicas tradicionales hasta métodos de vanguardia, creando una **rica variedad de estilos y expresiones vinícolas**.

Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas

Las DOP e IGP españolas son testigos de la diversidad del país,

representando una amplia variedad de regiones y estilos de vino. Desde las denominaciones más prestigiosas hasta las emergentes, cada una ofrece una **experiencia vinícola única y auténtica**.

DATOS CLAVE

- ❖ España tiene **>4.000 bodegas, >500 cooperativas, >560.000 viticultores**
- ❖ **>150** variedades autóctonas de uva plantadas.
- ❖ Presente en **189 países**, con más de **26.000 hl** de productos vinícolas exportados.
- ❖ España es el **país más montañoso de Europa**. Ello contribuye a la existencia de microclimas.
- ❖ A grandes rasgos, España cuenta con **8 regiones vinícolas distintas según el clima y el entorno** (zona Atlántica, río Duero, río Ebro, Mediterráneo interior, Mediterráneo, Sistema Central, el Sur y las islas Canarias).

235 variedades de uva reconocidas

150 uvas autóctonas

350 variedades de uva sin reconocer

generan la amplia gama de sabores y perfiles aromáticos que caracterizan a nuestro país



HISTORIA

La historia de los vinos españoles es un viaje fascinante que demuestra la capacidad de nuestro país para perfeccionar la elaboración de vino a lo largo del tiempo.

Historia Milenaria de la Actividad Vinícola

Con una historia que se remonta a más de 3.000 años, España cuenta con una de las tradiciones vinícolas más antiguas del mundo. A lo largo del tiempo, nuestros vinos se han adaptado a los avances tecnológicos e incluso han sido promotores de los mismos.

Patrimonio Cultural Vinícola

Los vinos españoles son mucho más que una bebida: son un reflejo vivo del patrimonio cultural del país. Las antiguas técnicas de cultivo de la vid, las prácticas de vinificación mejoradas a lo largo del tiempo y las celebraciones y festividades en torno al vino son **parte integral de la identidad española**.

Herencia Cultural

La viticultura española está impregnada de una rica herencia cultural que se manifiesta en cada aspecto de la producción vinícola. Desde las ruinas de antiguas bodegas hasta los castillos y monasterios que han sido testigos de siglos de elaboración de vino, **la historia de España está entrelazada con la historia del vino**.

DATOS CLAVE

- El vino en España tiene una **tradición milenaria** que se remonta a la época fenicia.
- Proceso acompañado de especialización que ha generado conocimientos transmitidos de **generación en generación**.
- **1.100 a.C.**: fenicios introducen plantación de vid.
- **S VI a.C.**: los griegos extienden la vid por el Levante peninsular y exportan vino a otras regiones mediterráneas.
- **S III a.C.**: los cartagineses intensifican el cultivo de la vid.
- **S I a.C.**: los romanos expanden los viñedos por toda la península y comercializan el vino por todo el Imperio.
- **S VI**: Los viñedos pasan a ser propiedad de los reyes visigodos y de la Iglesia.
- **S VIII**: Con la innovación musulmana, se permite la presencia de vino por su papel en la cultura local.
- **S XVI**: Desarrollo de una industria vitivinícola sólida auspiciada por la apertura de rutas comerciales hacia América.
- **S XIX**: la filoxera impulsa la emigración de vinicultores europeos a regiones españolas, trayendo innovaciones.
- **1902**: Ley de Propiedad Industrial.
- **1932**: El Estatuto del Vino crea las Denominaciones de Origen.



ESTILO DE VIDA

Los vinos españoles no solo son una bebida, son un reflejo del estilo de vida vibrante y lleno de pasión que caracteriza a España. Desde la dieta mediterránea hasta la cultura del enoturismo, el disfrute y la sociabilidad son parte integral de la experiencia vinícola española.

Dieta Mediterránea

El vino es un **componente emblemático de la dieta mediterránea española**, apreciado tanto por su sabor como por sus beneficios para la salud. Consumido con moderación, el vino se asocia con la reducción del riesgo de enfermedades cardiovasculares, complementando los platos variados y equilibrados de esta dieta.

Gastronomía: un vino para comerlo

La gastronomía española es una fusión de tradición, diversidad regional y pasión por los ingredientes frescos y de alta calidad. Cada plato refleja la riqueza cultural y culinaria del país. En este escenario, el vino, más que una simple bebida, es un compañero inseparable de la comida y un elemento que realza la experiencia gastronómica. Con su amplia variedad, los vinos españoles ofrecen **una opción para cada plato y ocasión**.

Turismo: un vino, un viaje

España, con una amplia oferta de entornos, alojamientos y actividades, es potencia mundial en turismo. A esta variedad contribuyen los vinos con su extensa diversidad apoyada en las circunstancias geográficas y culturales de cada región. En este sentido, **los vinos reflejan el alma del espacio donde se crean**, y es por ello por lo que son una parte indispensable de los viajes a cualquier lugar de España.

Enoturismo: en busca del origen

El enoturismo en España es mucho más que degustar vino; es una **oportunidad única para sumergirse en el corazón de las regiones vinícolas** y conectar con la tierra y las personas que la cultivan. Desde paseos entre viñedos hasta visitas a bodegas familiares, cada experiencia permite establecer un vínculo auténtico con el entorno y los artesanos del vino.

Sociabilidad

Ya sea en una taberna tradicional o en una moderna enoteca, el vino fomenta conversaciones, fortalece lazos y crea memorias duraderas. En España, **el vino no es solo una bebida, es un catalizador social** que une a las personas en torno a la mesa, celebrando la vida y la amistad.

Siglos de
conocimiento
y experiencia



Cada botella de vino español lleva consigo siglos de conocimiento y experiencia acumulados a lo largo del tiempo

Disfrute

Para los españoles, el acto de degustar vino es una celebración en sí mismo, donde se valoran el aroma, el sabor y la textura de la bebida, así como la compañía y la conversación que lo rodean. Esta cultura del disfrute del vino refleja **la pasión española por la vida, la comida y la socialización.**

DATOS CLAVE

- 🍷 España es clima, gente y gastronomía:
 - + **83.000** restaurantes.
 - +270 **estrellas Michelin.**
 - + **80 millones** de turistas anuales.
 - 300 días de **sol** al año.
- 🍷 **36 rutas enoturísticas oficiales** en todo el territorio nacional:
 - **2,5 millones** de enoturistas anuales.
 - **+2.500** servicios enoturísticos.
 - **75M€** generados por el enoturismo.
 - Ámbito **apoyado por 794 entidades** (658 ayuntamientos, 32 Consejos Reguladores y otras 104 entidades públicas y privadas).
 - **Sector accesible y altamente digitalizado** (63% de reservas para enoturismo se hacen por internet).
- 🍷 España es el segundo país con la **mayor esperanza de vida del mundo.**
- 🍷 El vino tiene compuestos antioxidantes como los polifenoles que son responsables de parte de los **beneficios cardiovasculares** que ofrece.
- 🍷 En España se consumen casi **10 millones de hectolitros de vino al año.**



Dieta mediterránea y cultura del enoturismo

Desde la dieta mediterránea hasta la cultura del enoturismo, el disfrute y la sociabilidad son parte integral de la experiencia vinícola Española.

El enoturismo en España es mucho más que degustar vino; es una oportunidad única para sumergirse en el corazón de las regiones vinícolas y conectar con la tierra y las personas que la cultivan.



SOSTENIBILIDAD

El vino español abraza un compromiso integral con la sostenibilidad, respetando la biodiversidad, conservando prácticas sociales y preservando los paisajes en los que crece.

Medioambiental

España, país mediterráneo con sequías frecuentes, es consciente de la importancia que tiene el clima en el cultivo de la vid. Por ello, el medioambiente ha sido y sigue siendo una preocupación central en la creación de nuestros vinos. Esto se demuestra desde la **adaptación del trabajo de la tierra a las necesidades del entorno hasta el consumo eficiente de agua y uso reducido de químicos**.

Social

Cada botella de vino cuenta una historia de arraigo y esperanza en las regiones rurales de España. En este sentido, el vino y todo el ecosistema que se genera a su alrededor **ayuda a mantener con vida comunidades amenazadas por la despoblación**.

Cultural

El vino desempeña un papel esencial en la sostenibilidad cultural de España. Así, **los viñedos representan una parte intrínseca del patrimonio cultural español**, reflejando siglos de tradición vinícola y conocimientos transmitidos de generación en generación. El vino, como producto emblemático, está arraigado en la identidad cultural de cada región vinícola, desde las bodegas familiares hasta las denominaciones de origen reconocidas internacionalmente.

Paisajística

El ecosistema generado en torno al vino en España es un factor clave en la conservación de sus paisajes. En este sentido, el propio viñedo ya contribuye por sí mismo, actuando como una **barrera natural** contra la erosión del suelo, manteniendo la integridad del paisaje y proporcionando un hábitat a una variedad de especies vegetales y animales.

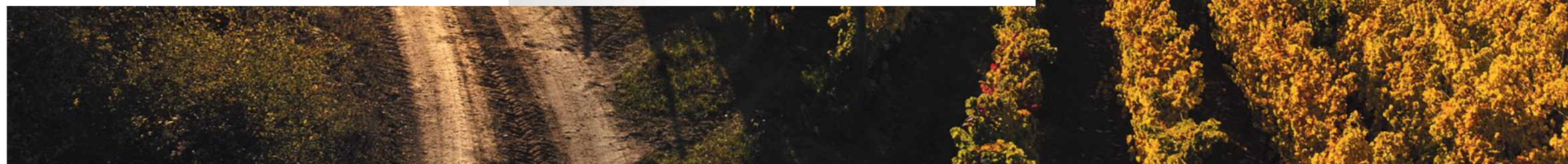
DATOS CLAVE

- 🍷 Papel crucial en la economía española.
 - Más de **23.700M€** de Valor Añadido Bruto.
 - **+420.000 empleos** directos e indirectos.
 - **+363.000 empleos** vinculados a territorios en riesgo de despoblación.
- 🍷 Líder mundial en **superficie de viñedo ecológico** (15,3% o 142.000 ha) con un incremento anual del 8%.
- 🍷 **1.334** bodegas y embotelladoras en España desarrollan producción ecológica.
- 🍷 Proyectos nacionales como el sello “**Sustainable Wineries for Climate Protection**” (94 bodegas certificadas) pretenden implementar un **control efectivo sobre el grado de sostenibilidad** del sector.
- 🍷 Compromiso del sector **Net Zero para 2035**.
- 🍷 Papel fundamental en la **conservación del paisaje** y la **prevención de incendios forestales**.

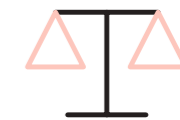


Ayuda a dinamizar comunidades amenazadas por la despoblación.

El vino y todo el ecosistema que se genera a su alrededor ayuda a mantener con vida comunidades amenazadas por la despoblación.



Comunicación del argumentario



Más allá de las cifras

la importancia del vino en España se observa en la propia huella que ha dejado en nuestra cultura, historia, tradiciones...



A LA HORA DE COMUNICAR SOBRE EL VINO ESPAÑOL ES IMPORTANTE TENER EN MENTE LAS SIGUIENTES RECOMENDACIONES.

QUÉ HACER

1/ Estilo de vida: El vino en España es una forma de vivir y es parte de nuestra cultura, paisaje y hábitos. Es parte de la Dieta Mediterránea donde compartir y socializar en una mesa es una de nuestras señas con la mejor gastronomía y variedad de vinos. Este estilo de vida es la clave de nuestra larga esperanza de vida.

2/ Variedad y calidad como seña de identidad, conquistamos el mundo con los mejores vinos de España. Es un sector pionero en la **internacionalización**, presente en 189 países.

3/ Consumo moderado es un compromiso claro del sector con la promoción y defensa solo del **consumo moderado de vino** y la lucha contra el consumo abusivo a través de la formación y su código de comunicación.

4/ Promover la importancia del sector vitivinícola español: enfatizar su importancia para la economía, el medio ambiente y la sociedad española, destacando su rol en la cultura y su papel como generador de empleo y oportunidades en el medio rural. **Donde hay vino, hay vida.**

5/ Líder en turismo con una gran oferta enoturística por descubrir. Muchos de nuestros mercados conocen España por el sol y la playa, descubramos también otros atributos de nuestras regiones vitivinícolas para ampliar su experiencia y encuentros.

QUÉ NO HACER

1/Construir una mejor Imagen del sector del vino español: es importante brillar con luz propia sin hacer de menos a otras marcas de vino, variedades o denominación de origen concreta.

2/ Promoción del consumo moderado. Limitado a menores, e incompatible con conducción y embarazo. Es un tema muy serio en el que el sector hace especial hincapié. No puede utilizarse en clave de humor. Los mensajes de **los posibles efectos saludables del vino no pueden utilizarse como argumento comercial por el sector. Sólo pueden emitirse por científicos en base a evidencia contrastada.**

3/ Destacar el valor del producto español y sus cualidades. El vino español tiene como asignatura pendiente incrementar su valor. **No utilizar frases como los vinos españoles tienen una buena relación calidad/precio porque no es un atributo positivo.**

4/ Gastronomía internacional con los vinos de España: Además de que nuestros vinos son el perfecto maridaje para la gastronomía española, no debemos cerrarnos a nuestro recetario. En cada país, los vinos de España gracias a su variedad son el **perfecto acompañamiento para la gastronomía local.**

Participantes y Agradecimientos

Agradecimiento a las personas y entidades participantes de la redacción de este documento por su esfuerzo y aportación al mismo durante todos los meses de trabajo que ha conllevado.

Entidades promotoras

- Organización Interprofesional del Vino de España
- ICEX España Exportación e Inversiones, Foods & Wines from Spain

Entidades participantes

- Asociación Española de Ciudades del Vino (ACEVIN)
- Rutas del Vino
- Alimentos de Madrid
- Aragón Exterior
- Instituto de Fomento de la Región de Murcia
- Conferencia Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas (CECRV)
- C.R.D.O. Jerez
- C.R.D.O. Navarra
- Federación Española del Vino (FEV)
- Instituto de Promoción Exterior de Castilla-La Mancha
- Instituto de Competitividad Empresarial CyL (ICE)
- Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación
- Unión de Pequeños Agricultores (UPA)
- Sociedad Canaria de Fomento Económico (PROEXCA)
- Instituto Navarro de Tecnologías e Infraestructuras Agroalimentarias (INTIA)
- Real Academia de la Gastronomía
- Cooperativas Agro-alimentarias de España
- Comunidad Autónoma de la Región de Murcia

Con la colaboración de

- KPMG

Fotografías

- Abel Valdenebro: portada, contraportada y páginas 6, 7, 17, 18 y 30.



RELATO
DEL
VINO
ESPAÑOL



RELATO DEL VINO ESPAÑOL

