



**IX Gran Capítulo
Yecla, 17.11.2007**

Vinos de Monastrell de vuelta al Mundo

Ernesto Gallud Mira

Director del Aula Abierta del Vino - Instituto de Empresa de Madrid

Autoridades, Cofrades, Sras., Sres., buenos días.

Permítanme mostrar mi gratitud a la Cofradía del Vino Reino de la Monastrell y a su presidente por haber pensado en mi humilde persona para dirigirles estas palabras.

Mi glosa se titula **Vinos de Monastrell de vuelta al Mundo**.

Elegí este título por haber sido los vinos de Monastrell los primeros en dar la vuelta al mundo, según nos cuenta el célebre almirante D. Julio Guillen Tato, fue Juan Sebastián Elcano quién en su segundo viaje alrededor del globo se hizo acompañar por Fondillón.

Históricamente las referencias escritas de internacionalización de vinos de Monastrell son incluso anteriores, así lo cantan poetas árabes en sus versos, en el libro alicantino del *"Repartiment"* ya se otorgaban donaciones de viñas en diversos pueblos de Alicante, pero es a partir del siglo XV, cuando hay referencias importantes sobre la internacionalización del vino de Monastrell.

El escritor alemán Jerónimo Münzer en 1492 en su libro *"Itenerarium sive peregrinatio per Hispaniam"*, escribió refiriéndose a Alicante, *"en la parte oriental de esta tierra elaborase mucha cantidad de vino blanco, pero es aún más el que llaman tinto, de gran mercado en Inglaterra, Escocia, Flandes y otros lugares de Europa, el día que paramos en la ciudad vimos en el puerto 26 naves de Vizcaya, de Flandes y de otros países que iban por cargamento de vino. No indicaban el vino de que uva era, pero otros escritos nos indican que el mayor porcentaje de uva en esta época era Monastrell y Garnacha"*.

Es también el vino de Monastrell un vino de reyes, de cardenales del Renacimiento, de príncipes de la literatura. El Duque de Saint Simón, cuenta en sus memorias que cuando el Rey Sol, Luis XIV, de Francia, estaba a punto de morir por la gangrena, el único alimento que ingería era bizcocho mojados en fondillón. Por cierto este vino es descrito por Cabanilles en 1796 *"Las hojas del Monastrell, son de un verde oscuro, y las del Parrell blanquecinas por abaxo, el verdadero Alicante debe hacerse de uvas de Monastrell, y de aquellas resulta aquel vino, espeso, de un sabor dulce, con alguna aspereza, tan estimado en todas las naciones"*.

Por último en el catálogo de vinos de Maisonave de finales de siglo pasado figuran entre otros los siguientes precios de venta: Vino Alicante Fondillón 800 francos/Hectolitro, Málaga 135, Porto 153, Xerez 204, Valdepeñas 60.

Hechas estas referencias, porque está de moda lo de la MEMORIA HISTORICA, quiero dar un giro y hablar del presente y del futuro.

El vino no pasa por su mejor momento, nada en un mar de contradicciones, está de moda, pero se consume menos; España es el tercer productor mundial y el noveno en consumo. El consumo *per cápita* desciende pero menos que la producción.

Ahora nuestro país está en una Europa, con una moneda fuerte y para muchos importadores no somos tan competitivos como los vinos del nuevo mundo, ya que Australia, Argentina, Suráfrica, Nueva Zelanda y Chile, producen vinos que se comercializan en dólares, lo que representa una seria desventaja.

Sin embargo, en conversación mantenida en Iberwine estos días pasados con colegas periodistas e importadores de diferentes países, todavía el vino español es considerado como el mejor en relación a su calidad y precio.

Ahora bien las razones por las que crece el consumo en el mundo y no en los países tradicionales son varias o muchas, pero yo me quedo con una. En Francia, Italia o España, todavía se habla de vino, de la materia prima y no se tiene muy en cuenta a los consumidores.

Por ejemplo, en España los jóvenes están demostrando ser reacios al consumo de vino, seguramente por la cantidad de impedimentos que se encuentran:

- Las medidas restrictivas de las administraciones
- Lo difícil que es saber de vinos y las dificultades para aprender
- El mal servicio del vino en muchos sitios (sin temperatura, en vasos)
- Vinos mal conservados o fuera de cosecha a precios muy altos.

Pero no he venido aquí en un día de fiesta a hablar de problemas.

En el resto del mundo con economías fuertes o en fuerte desarrollo, lo importante es lo que siente el consumidor y procuran satisfacerle.

Intentaré describir rápidamente las razones de éxito en los países o continentes principales mercados en crecimiento, en opinión de los consumidores que provocan el crecimiento, LOS JOVENES,

- **Los países Europeos** con economías fuertes, buscan valores como la ecología, relación calidad/precio y Vinos diferenciadores, con cuerpo sí, pero con sabores y placeres, **todo esto lo tienen los monastres.**
- **Los países Europeos del este**, todavía persiguen los grados, prestigio y precios interesantes, **todo esto lo tienen los monastres.**
- **América del Norte**, es el crecimiento mayor pero sobre una base pequeña de consumo per cápita, estos americanos buscan simplicidad en el vino, en las etiquetas, distinguir el vino por variedades, cierta preferencia de mono varietales y las fórmulas de servicio, **todo esto lo tienen los monastres.**

- **Asia** nos propone comprar vinos caros (sobre todo los dulces), se compra vino de importación por Status, por salud y en China por ser francés (en China hubo ocho colonias francesas) **todo esto lo tienen los monastrelles**. Probablemente en este país etiquetar el nombre de la uva también en francés nos aportaría ventajas.

Hoy la gran oportunidad está en satisfacer a los consumidores de los diferentes mercados y los mercados que crecen están por todo el mundo.

Hoy, mejor que mañana, los vinos de Monastrell deben iniciar su vuelta al Mundo.