


Esta mañana se ha presentado en Valladolid IBERWINE 2007

IBERWINE 2007: Los vinos España, Portugal e Iberoamérica aúnan esfuerzos para posicionarse en los mercados más atractivos. El bodeguero Carlos Falcó y el director del salón, Carlo Galimberti, han contado a los medios las novedades de esta edición.

Intervención de Carlos Falcó:

Iberwine es una idea que nace con mucha fuerza porque une a los dos grandes productores de la Península Ibérica, España y Portugal, que al aunar esfuerzos se convierten en los líderes mundiales. Si a ellos unimos a nuestros hermanos de Iberoamérica, con países tan relevantes como Argentina y Chile, nos convertimos en una fuerza decisiva y con un índice de crecimiento en calidad y exportación superior a Francia e Italia, países líderes.

Europa que representaba hace 15 años el 90% el consumo de vino de calidad, ahora sólo registra el 60%. Esto se debe al despliegue del *Nuevo Mundo*, que es lo que se conoce en el mundo vitivinícola a California, Chile, Argentina, Australia y Sudáfrica. Nos encontramos antes un mercado mucho más competitivo pero mucho mayor. En este sentido, el primer mercado en el mundo es Estado Unidos donde se dobla el consumo del vino cada 10 años. También están avanzando con fuerza otros mercados que antes era emergentes, como Japón, China y la India. Todo esto, desde la óptica de una empresa como la mía, Marqués de Griñón, que exporta a más de 50 países, se estaba necesitando un proyecto más ambicioso con una feria que mirara al mundo. Por el momento, creemos que hay que hacer una feria en Europa, por supuesto en el salón del Ifema de Madrid, que son los líderes europeos y una segunda feria en Estados Unidos que es el mercado mundial más relevante como importador.




España es cada vez peor consumidor de vino, hemos pasado de 60 litros per cápita a 25 litros per cápita el pasado año y descendiendo un 3% en lo que llevamos de 2007. Hemos elegido Miami para desembarcar en Estados Unidos porque es el mercado más importante de los vinos españoles en EEUU, seguido de cerca por Nueva York y California, que serán próximos destinos de Iberwine.

Intervención de Carlo Galimberti:

Cuando Carlos Falcó nos habló de la iniciativa de Iberwine nos interesó inmediatamente de la idea y no tuvimos dudas de cómo teníamos que dirigirlo.

Como todo, la idea del vino también ha evolucionado. En momentos de crisis, como el que estamos viviendo necesitamos respuestas concretas. En los modelos de salones que estamos viendo realmente comprobamos que se están convirtiendo precisamente más en modelos que en propuestas para el futuro. Iberwine intenta mirar un poco más allá y hemos creado un salón que no solamente esté en Madrid sino que se encuentre en el lugar que todo el mundo anhela, en este caso Miami con un gran mercado y un gran potencial declarado. Hay una gran afinidad con la población hispana que no solamente consume sino que además habla mucho de lo que consume. Nos encontramos con un mercado muy ágil porque una vez que se integra al mercado del vino, habla y lo comparte y esto beneficia a cualquier tipo de producto.

Hemos llegado a un acuerdo con una feria que ya existe y que cuenta con un camino paralelo al nuestro, Miami International Wine Fair y que se ha convertido en sólo cinco ediciones en un centro de referencia, no sólo para los que exponen, sino sobre todo para quienes desean importar y distribuir vinos. Esta feria cuenta con los servicios para cubrir las necesidades de los propios importadores por




lo que facilita la función de vender vino español en Estados Unidos. La feria en EEUU tiene lugar a mediados de octubre de 2008 y la idea es que los años pares estemos fuera en los mercados más interesantes, y los años pares estemos en Madrid. En Madrid este año también hay cambios, la feria va a introducir a participantes del mundo ibérico. Tenemos ya asignados metros a Portugal, a Argentina, y vamos a tener dentro de poco uruguayos, chilenos y mejicanos. Ellos mismos ven que independientemente donde tenga lugar una feria, lo importante es que tengan cubiertos los servicios, entienden que el proyecto va más allá de Madrid y nos acompañarán a Miami.

En Madrid se van a encontrar con una feria realmente diferente, porque queremos un salón más activo. Tendremos un Centro de Negocios, que es el punto neurálgico, en el que organizar encuentros entre los compradores, los profesionales y el sector vinícola.

Además queremos que los visitantes vengan a disfrutar para lo que hemos organizado una serie de actividades que van dirigidas tanto a los profesionales como al público. Cuando hablamos del público, en este caso, nos referimos a una apertura ordenada con un público elegido y que va a consumir, no directamente en los stand de los productores, sino que vamos a llevarlos a la zona de Wine Bar. Los vinos del Wine Bar van a proceder sólo de las bodegas que hayan decidido inscribirse en la iniciativa.

En las actividades dirigidas al público tenemos opciones que pueden innovar también en la idea del vino, haciendo un concepto más generoso y menos sectorial. Hay por ejemplo una gran subasta de vinos, una iniciativa que el año pasado ya hicimos y se vendieron prácticamente todos los lotes. Este año tenemos de nuevo a Subastas Retiro que ha renovado el acuerdo y vamos a hacer lotes que sirvan tanto para coleccionistas, con lotes de 6.000 euros, como pack que nos podemos llevar directamente a casa como regalo Navideño, para




compromisos o para nosotros mismos, en cajas de no más de tres botellas.

Tenemos también charlas, congresos, premios y un concierto Wine Lounge, que representa una manera diferente de entender el mundo de vino con una idea más sonora, generosa, amable y menos ruidosa del mundo vinícola.

Entre las iniciativas dirigidas a profesionales tenemos unas charlas que intentan resolver aquellas temáticas que nos pueden interesar a todos. Entre los títulos están "¿Cómo componer la mejor carta de vinos de restaurantes?", "¿Cómo exportar a Reino Unido?", "¿Cómo exportar a Estados Unidos?". Entre las conferencias hay dos catas muy interesantes, una de ellas organizado entorno a los mejores vinos de España e internacionales. Se realizará una cata ciega y los catadores profesionales irán viendo en qué medida coincide su propia ficha de cata con la apreciación de los asistentes. Es una cata diversión, aprendizaje y al mismo tiempo es una buena ocasión para probar vinos como Pingus. Realmente entendemos que el vino tiene que atraer no sólo a un público que está generalmente en los certámenes y las ferias, sino también a un público que hasta ahora no había encontrado una excusa para acercarse a Ifema y que se da cuenta que hemos hecho algo más amable con iniciativas como la tienda del vino, contrataciones de viajes a través de la zonas de turismo vitivinícola.

Se ha reforzado la feria con inversión en contratación de compradores extranjeros procedentes, sobre todo, de aquellos países a los que queremos exportar. El presupuesto en esta área se ha duplicado y tenemos confirmados por ahora unos 100 de los top de todo el mundo que estarán en el Centro de Negocios.



Fotos disponibles en el gabinete de prensa

Contacto de Prensa

Carmen García Campos

Iberwine

C/Velázquez, 28. 2º izq. Madrid

Teléfono: 91 426 23 42 / 686 41 75 26

cgarcia@iberwine.es