



INNOVA CHILE

Código Proyecto: 206-5397
MISIÓN TECNOLÓGICA VITIVINÍCOLA
BORDEAUX-FRANCIA

NOVIEMBRE DE 2006

EMPRESA GESTORA: **CODESSER**

Índice

ÍNDICE	2
1. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO.	4
2. PROGRAMA DESARROLLADO	6
2.1. Itinerario	7
2.2. Lunes 2 de Octubre SAINT EMILION	9
2.2.1. Château TROPLONG –MONDOT	10
2.2.2. Chateau CANON LA GAFFELIERE	13
2.2.3. Chateau Le Bon Pasteur Pomerol	16
2.3. Martes 3 Octubre, Medoc	19
2.3.1. Château Margaux	20
2.3.2. Château Beychevelle	23
2.3.3. Chateau FONBADET	25
2.4. Miércoles 4 Octubre, Pessac Leognan y Sauternes	28
2.4.1. Château Pape Clément	29
2.4.2. Chateau LAFAURIE-PEYRAGUEY	32
2.4.3. ECOLE DE VITICULTURE ET D'OENOLOGIE DE LA TOUR BLANCHE	35
2.5. Jueves 05 de Octubre, Centro de Bordeaux	37
2.5.1. CHATEAU LUCHEY HALDE, ENITA de Burdeos	37
2.6. Viernes 06 de octubre, Montmartre	40
2.7. Sábado 07 de octubre, Embajada	42
3. IDENTIFICACIÓN DE EMPRESARIOS QUE ASISTIERON A LA GIRA	43
4. LOGROS DESTACABLES DE LA GIRA TECNOLÓGICA	44

5. RESULTADOS Y CONCLUSIONES (EN TÉRMINOS GENERALES Y ESPECÍFICOS) _____ 45

ANEXOS _____ 55

1. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO.

Conocer en la zona de Bordeaux Francia, las diferentes prácticas en tecnología vitivinícola, relativos a los procesos productivos de fruta, elaboración de distintos estilos de vino y su relación con las distintas zonas de producción vitícola; el valor agregado del turismo enológico en la imagen del vino de estas reputadas denominaciones de origen; y las estrategias de desarrollo de la industria en su conjunto, con el objeto de evaluar la incorporación de dichas prácticas exitosas a la industria vitivinícola chilena.

Los objetivos específicos de la gira técnica son:

1. Apreciar y evaluar la importancia del suelo en la zonificación (denominación de origen) como factor de éxito en la obtención de vinos de calidad y las ventajas y desventajas en la comercialización.

- Conocer la influencia de la denominación de origen y su relación con la calidad de la uva y los vinos producidos, y como esto influye en su comercialización.
- Conocer la viticultura y el manejo de la variedad Cabernet Sauvignon en suelos limo-arcillosos con presencia de gravas; para evaluar e incorporar nuevas zonas de esta característica en los valles de la Región del Maule como Loncomilla y Cauquenes, entre otros.
- Manejo de viñedos en condiciones extremas, viticultura en zonas de suelos deficientes, (calcáreos, arenosos), con miras a la obtención de vinos de calidad superior.

2. Conocer en Francia el manejo y producción de variedades existentes en Chile y de variedades emergentes para mejorar la calidad de los vinos y evaluar la incorporación de nuevos estilos de vinificación.

- Manejo técnico, vitícola-enológico de la variedad Merlot en la zona de Saint Emillion.
- Manejo técnico, vitícola-enológico de la variedad Cabernet Sauvignon en la zona de Medoc.
- Conocer el manejo de viñedo y la vinificación de celajes como Petit Verdot y Cabernet Franc que están cobrando importancia en las nuevas mezclas de los vinos chilenos.

- Conocer el estilo de producción de vinos blancos (S. Blanc y Semillón) a través de su guarda en barrica para evaluar su incorporación a la producción de blancos de la Región del Maule, la que posee una de las más altas concentraciones de estas variedades.
 - Evaluar la producción de vinos licorosos a partir de botrytis noble en base a Sauvignon Blanc, Semillón, moscatel para el desarrollo de nuevas líneas de producto en Chile.
3. Analizar las líneas de investigación de los principales centros de estudio relacionados con el área vitivinícola, comprendiendo sus vías de financiamiento y su forma de interacción y trabajo con la empresa privada.
- Conocer el mejoramiento genético del material de producción a través de la evaluación de distintos clones y porta injertos.
 - Estudios de fisiología de la vid para optimizar el manejo de follaje, la adopción de determinados sistemas de conducción y la importancia del terroir para el manejo del viñedo sin irrigación.
 - Evaluar la calidad de las uvas para vinificación.
 - Estudio de tecnología de vinificación y procesos de elaboración para diferentes calidades de vinos.
4. Conocer y evaluar el negocio del turismo asociado al vino desde la perspectiva del desarrollo de productos, servicios, infraestructura y mercado objetivo al que está dirigido.
- Conocer las instalaciones turísticas y los diferentes productos que ofrecen los chateau a sus clientes.
 - Conocer el concepto de rutas del vino en Francia y su organización.
 - Conocer los productos turísticos que han desarrollado ciudades como Montmartre, viñas en zonas urbanas, ferias del vino asociadas a la cultura y desarrollo de vinos emblemáticos de una ciudad.

2. PROGRAMA DESARROLLADO

La Misión Tecnológica a Bordeaux y la visita a la Feria de Montmartre se desarrolló entre el 30 y 9 de octubre de 2006 y tuvo un 100% de cumplimiento en relación al programa presupuestado, tal como se puede verificar en el informe. El día 30 de septiembre fue la salida con destino a Francia, arribando el domingo 01 de octubre a Bordeaux. Se iniciaron las visitas técnicas el día lunes 02 hasta el jueves 05 de octubre, en Saint Emillion, Medoc y Sauternes. El viernes 06 se visitó la viña en Montmartre y la bodega y cava del municipio. El sábado 07 se desarrolló una reunión en la embajada chilena en Francia y se visitó la Feria de Montmartre. El domingo 08 de octubre se regresó con destino a Chile.

Burdeos es más que un mero territorio vitícola famoso. Es el símbolo del gran vino, modelo para todo el mundo vitícola. Bordeaux es la denominación más grande y conocida de Francia y del mundo, que en más de 100.000 hectáreas de viñedo produce anualmente 4 millones de hectólitros o 660.000 millones de botellas de vino. Si bien los vinos de elite, que han marcado la fama de la región durante los últimos siglos, sólo comportan un modesto 5%, su irradiación se aprovecha no sólo para la vinicultura de la región. Todo el mundo vinícola se orienta por su estilo y calidad y trata de medirse con ella.

Desde un punto de vista comercial, hay que tener muy en cuenta los muchos siglos que Burdeos ha tenido para promover sus vinos. La auténtica historia de la fortuna de Burdeos comienza en el año 1152, año del matrimonio de Leonor de Aquitania con el que sería rey de Inglaterra y duque de Normandía, Enrique II Plantagenet. La región pudo convertirse en la proveedora más importante de la corte inglesa y de la sociedad londinense gracias, sobre todo, a generosos privilegios aduaneros, con lo que Burdeos se convirtió en el primer centro comercial indiscutido del vino.

Puede decirse que hasta el siglo XIV prácticamente la totalidad del vino que se consumía en Inglaterra provenía de Burdeos.

En el siglo XVII se habían creado las condiciones para la etapa fundadora de los grandes chateaux, como Lafite y Margaux.

A partir de las bodegas y sus comerciantes, surgieron a principios del siglo XIX los primeros intentos de clasificación de los Chateaux. La catalogación debía aportar una imprescindible dosis de tranquilidad a un mercado inestable, que tenía tendencia a oscilar entre la euforia y la crisis. El resultado de esos esfuerzos, que se limitaron al territorio de Medoc y a Sauternes, fue la famosa

clasificación del año 1855, en la que triunfaron los Chateaux durante la exposición universal de París de ese mismo año: para Burdeos había comenzado la "edad de oro".

A pesar del enorme prestigio de que gozaban los vinos de Burdeos desde entonces, y que han podido incrementar hasta la actualidad, el siglo XX fue una época de crisis. Comenzó con la catástrofe de la filoxera, luego con la primera guerra mundial y la crisis económica mundial.

Hasta la década de 1950 no volvió a despegar la curva de éxito de la región. Fue la época de las regiones vecinas de Médoc, y en 1953 y 1955 se clasificaron los vinos de Graves y de Saint Emilion - sólo Pomerol carece hasta hoy de una clasificación oficial - y los mejores vinos de la región alcanzaron un nivel e precios vertiginoso como consecuencia del fuerte incremento de la demanda.

2.1. Itinerario

Sábado 30 de Septiembre

Vuelo AIR FRANCE 417

13:00 Salida desde Santiago de Chile con destino a Bordeaux

Vuelo LAN AIRLINES 704

18:45 Salida desde Santiago de Chile con destino a Bordeaux

Domingo 01 de Octubre

14:45 Llegada a Bordeaux (Air France)

16:55 Llegada a Bordeaux (LAN)

Check In Hotel Alton Bordeaux

07 Rue de la Pelouse Donet

3000 Bordeaux

Vuelo LAN AIRLINES 704

18:45 Salida desde Santiago de Chile con destino a Bordeaux

Domingo 01 de Octubre

16:55 Llegada a Bordeaux Check In Hotel Alton Bordeaux

107 Rue de la Pelouse Douet

3000 Bordeaux

Domingo 08 de Octubre

23:15 Salida con destino a Santiago de Chile Vuelo AIR FRANCE 416

23:55 Salida con destino a Santiago de Chile Vuelo LAN AIRLINES 705

Lunes 09 de Octubre

07:40 Llegada a Santiago (LAN)

10:25 Llegada a Santiago (Air France)

2.2.1. Château TROPLONG –MONDOT

contact@chateau-troplong-mondot.com

<http://www.chateau-troplong-mondot.com/>

Tel +33(0) 557 55 32 05

Fax+33 (0) 557 55 32 07

Recepción : Jean Pierre Taleyson Maître de Chais (enólogo)

Fue el primer Chateau visitado, el cual se encuentra en una ubicación privilegiada, que es la parte mas alta del área de Saint Emilion, ya que la torre de agua que abastece la ciudad esta ubicada a un costado de la bodega. Esta es una bodega familiar manejada por su dueño el cual está supervisando todas las etapas productivas.

El propietario de la bodega tuvo buena disposición, y estuvo abierto a contestar todas las preguntas técnicas que se le hicieron. El propietario llevaba sólo algunos años en el negocio del vino, y provenía de otro giro, por lo que se ve que la propiedad de los Chateaux tiene cierta movilidad. Más adelante en la gira nos enteramos que es común que los Chateaux caigan en propiedad de grandes empresas bancarias, de seguros, u otras, por un tema de impuestos a la herencia.

Se da énfasis en la visita a la casa del dueño situada en un sector privilegiado de la viña, dando a entender al visitante que es un estilo de vida integrado con la viña.

Tuvimos una grata degustación, y sí era posible comprar en la bodega, aunque sólo "para darle en el gusto a los visitantes", pues no necesitan hacer esto, dado que su producción se vende a través de los negociantes que por muchos años han tenido una relación comercial con el Chateau, los cuales compran las cosechas en verde para posteriormente ellos venderlas a un mejor precio.

Pudimos apreciar un buen casino para sus trabajadores, y la baja rotación de sus cosecheros, pues muchos llevaban años yendo a la vendimia. Más tarde en la gira supimos de Chateaux que han tenido serios problemas de falta de mano de obra calificada. Algunos productores se han visto obligados a cosechar con máquinas, aunque no lo reconozcan públicamente. Una razón que explica en parte esto, es que los estudiantes tienen suficiente dinero con el que le dan sus padres y no necesitan trabajar. Quedan las viñas entonces en manos de trabajadores que a veces ni siquiera hablan francés.

Viticultura

El Chateau Troplong Mondot es un Grand Cru Classé de Saint Emilion que posee 24 hectáreas de viñas en suelos calcáreos arcillosos con la característica de tener buena retención de agua por lo que sumado a la buena distribución de las lluvias durante el año, la prohibición de regar no es un problema grave, y solo lo es en años secos.. La edad media del viñedo son 40 años y está compuesto de Merlot (80 %), Cabernet Sauvignon (10 %) y Cabernet Franc (10 %).

En el viñedo pudimos apreciar una plantación de alta densidad, con un sistema de conducción en espaldera baja, siendo la principal variedad plantada el Merlot, la cual estaba podada en Guyot doble, con cargadores de 4 a 6 yemas.

La cosecha se hacía en forma manual, con gitanos provenientes de otras zonas, los cuales vuelven todos los años a realizar la cosecha. Encontramos un estado de madurez no muy buena (pepas verdes). La cosecha del año 2006 había sido una cosecha difícil, ya que el último mes había sido muy lluvioso, por lo que la sanidad de las uvas fué afectada por algo de botrytis, teniendo que aumentar los esfuerzos en la vinificación

Enología

Este Chateau, hasta la vendimia 2006 usó tornillos como medio de transporte desde la recepción a la cuba, pero todas las otras bodega usan cintas transportadoras y vibradoras, para mejorar la selección y trato de la uva. Para la próxima vendimia 2006, adquirirán cintas de selección para mejorar aún más la calidad.

La infraestructura es la adecuada para realizar buenas vinificaciones, cubas de pequeño tamaño, bombas centrifugas, tinas de remontaje (plásticas), control de temperatura, líneas de selección etc.

La bodega poseía una sala de barricas climatizada, dónde la crianza del vino en barricas de roble francés de tostado medio se realiza durante 18 meses, para su posterior embotellado. Las barricas se renuevan en promedio cada año y medio.

La bodega ha sido diseñada de manera de poder vinificar los distintos paños de manera particular. Los lotes se llevan separados incluso durante su guarda en barricas. La empresa esta haciendo inversiones de manera de tener una mayor diversidad de tamaño de tanques (que en general son pequeños), para seguir investigando las diferencias dentro de su terroir.

La vinificación es tradicional y parecida a la realizada en Chile, dependiendo de la madurez de la fruta se realiza una maceración en frío y una fermentación de 6 días a 30°C, llama la atención que la fermentación es similar en todas las regiones que visitamos, variando el largo de la maceración post-fermentativa que al menos es de una semana, hasta un mes. Pero en cuanto a la temperatura de fermentación esta se repite, variandose la forma y duración de los remontajes.

Una característica especial de este chateau fue que había subido su categoría de grand cru classe a premier grand cru classe hacía muy poco, debido a una reclasificación que se hace cada 10 años en la zona de Saint Emilion.

En la degustación de vinos nos encontramos con 1 rosé y 3 vinos tintos año 2000 de colores envejecidos, de cuerpo medio donde resalta las notas a madera y tostado. Los vinos, en general, son equilibrados y de una persistencia media.

2.2.2. Chateau CANON LA GAFFELIERE

Saint-Emilion Grand Cru Classé

SCEV Comtes de Neipperg

BP 34 F-33330 Saint-Emilion

Tel.+33.(0)5.57.24.71.33

Fax +33.(0)5.57.24.67.95

info@neipperg.com

www.neipperg.com

Contacto: Mme DULUC

Recepción: Sr. NEIPPERG , propietario y Mlle Magaly Malet, responsable de visitas técnicas

Esta es una bodega en la cual su dueño es una persona que tiene otras empresas e invierte en este rubro por una tradición familiar en la producción vitivinícola .Preocupándose él personalmente de su funcionamiento.

El Chateau cuenta con un equipo de gente disponible y dispuesta a hacer una visita guiada profesional. Partiendo desde una relacionadora pública cuyo trabajo es recibir a la gente y explicar aspectos históricos y vitivinícolas del Chateau. Además nos sorprende la disponibilidad que ha tenido el enólogo y el mismo dueño de la empresa con nosotros, pues nos dedicó más de una hora en plena vendimia.

El propietario de la bodega demostró ser un muy buen expositor de temas como el terroir, aspectos enológicos, y un buen animador de degustación.

No era posible comprar botellas en la bodega, pues todo se comercializa a través de la Place de Bordeaux. Esta forma les basta para vender su producción que es bastante limitada para el prestigio y demanda que tienen en el mercado europeo y americano.

El lugar que tiene de recepción para sus visitas y clientes está muy bien logrado, cuenta con artefactos antiguos de bodega, máquinas de museo, herramientas originales de colección, en fin, recrea muy bien el tema, y predispone a disfrutar de los vinos.

Viticultura

Château CANON LA GAFFELIERE es un Saint-Emilion Grand Cru que produce vinos tintos en suelos arcillo calcáreos y arenosos. Posee 19,5 has (55 % Merlot, 40 % Cabernet Franc y 5% Cabernet Sauvignon). La edad media del viñedo es de 45 años.

Este chateau esta ubicado en la parte baja de Saint Emilion, con plantaciones en alta densidad y con la misma poda en guyot doble con cargadores de no más de 6 yemas. El 100% está injertado en Riparia. El suelo tiene arcilla arriba y luagoa 70 cm es calacáreo

Hay que destacar que la producción por hectárea esta regida según la apelación controlada, por lo que no pueden sobrepasar la cantidad de hectolitros que la denominación les permite.

La vendimia es manual en cajas, se puede observar la realización de una doble selección. Una de racimo entero antes de despallado y otra de grano donde se le agrega sulfuroso antes de elevar las uvas por una cinta transportadora hasta las cubas de madera donde se realiza la fermentación.

Encontramos un estado de madurez no muy buena (pepas verdes). Aun cuando los vinos degustados de buena calidad no muestran el estado de verdor de las uvas.

Enología

La conducción de la uva una vez seleccionada era mediante cintas y elevadores hasta la cuba, por lo que es un proceso menos traumático que el uso de bombas mono, macerándose en frío estas uvas por un par de días para luego iniciar su fermentación. El método de extracción y movimiento del sombrero es el pisoneo, sistema que permite una suave extracción permitiendo tener taninos no agresivos en los vinos. Terminada la fermentación, se macera por 10^a 15 días, dependiendo del vino, el cual se descuba según degustación. La fermentación maloláctica y guarda se realiza en barricas nuevas (90 a 100 %) sobre sus borras finas, donde se mantiene durante 14 a 18 meses.

La embotellación de estos vinos se realiza sin clarificación y sin estabilización. En este ámbito hay que destacar que todos los grandes vinos franceses no se clarifican (solo la clarificación natural que existe en las barricas) y no se estabilizan, por lo que casi todas las botellas tiene depósitos en el fondo de precipitados de tartrato, lo cual a un vino chileno no se le permite y sería castigado en exterior.

En la degustación vimos un primer vino de la zona de Castillon en que la mayoría es Merlot, se marca demasiado la madera. Luego un Canon del año 2004, muy complejo, distintas frutas rojas en nariz, especies, champiñón fresco, en boca en coincidente, con una estructura suave, pero persistente, taninos redondos. En el Canon'99 se ve un vino mas evolucionado, que ya paso su peak óptimo, aumenta el tenor de las especies y la mezcla aceituna – champiñón que es típica de la zona.

A partir de la degustación de este tipo de vinos, debemos sacar algunas conclusiones, tales como que la variedad Merlot es una variedad de muy buena estructura si se tiene el terroir adecuado, el cual en esta zona se aprecia muy bien y nos permite apreciar lo que nos pasa con nuestro Merlot, el cual se tiende a deshidratar por el mal manejo hídrico que le damos, estresando la planta, lo cual no ocurre en Saint Emilion, debido a la distribución mas homogénea de las aguas lluvia (no se permite regar).

Dentro de las degustaciones de la gira, estos vinos fueron uno de los mejores, con una muy buena estructura, con madera muy bien integrada y además con una evolución exquisita.

2.2.3. Chateau Le Bon Pasteur Pomerol

Dirección: Maillet. 33500 (POMEROL)

propietario: S.C.E.A. des Domaines Rolland Michel et Jean-Daniel Rolland
rolland.vignobles@wanadoo.fr

Contacto : M. Benoit Prevot

Tel : 05.57 51 23 05

Superficie: 7 hectáreas

Geología Suelo arcilla-grava-arenoso

Cepajes: Merlot 75 %, cabernet franc 25 % Edad viñas: 35 ans

Guarda: 16 meses en 100% barricas nuevas

Producción: 3 000 cajas

El chateau Le Bon Pasteur, esta ubicado en la zona de pomerol, que una región contigua a Saint Emilión, en donde se puede observar lo rígido del sistema de denominación, en donde un camino separa la zona de pomerol de la zona de Saint Emilion.

Tuvimos una muy buena acogida de parte del enólogo, quién hizo una buena exposición de aspectos enológicos y vitícolas.

Emplazado en un sector de Chateaux de gran prestigio, este Chateau también usa el sistema de los negociantes, que manejan cuotas que este Chateau les asigna para atender los correspondientes mercados.

Esta bodega pertenece a Michael Rolland, enólogo que asesora varias viñas en el mundo, incluidas viñas chilenas. Es un hombre que viaja mucho y está muy actualizado en lo que pasa en este negocio a nivel internacional. Si bien profita de una denominación de origen que tiene gran prestigio, está conciente al mismo tiempo de la competencia que representan los vinos del nuevo mundo, a los que él mismo asesora.

Se nos dijo que el vino chileno está siendo consumido en el mercado de Francia, y aunque no representamos competencia directa para su Chateau, sí lo es para otros miles de Chateaux franceses que no tienen un prestigio o marca desarrollada y compiten sólo por precio y calidad.

El francés no sería entonces "chauvinista" como se dice, pues ha demostrado estar abierto a probar vinos de todos los orígenes con tal de aprender. Muchas veces se llevan la sorpresa de que a igualdad de precio en los vinos varietales, los del nuevo mundo resultan ser mejores...

Viticultura

El suelo es grava con arcilla, lo que le da una buena retención de agua. Al igual que en los dos chateau anteriores, la plantación es en alta densidad, sobre portainjerto 3309, con una poda guyot doble, con cargadores cortos de 6 yemas.

Esta es una bodega en la cual su dueño es un destacado enólogo que asesora en Chile.

Nos encontramos frente a la generalidad de los viñedos Franceses, de bajo volumen de producción, una alta densidad de plantación, baja altura con un sistema de conducción similar a las visitas anteriores de dos cargadores, y un número no mayor de 8 brotes por plantas interviniendo con desbrotes, raleo de fruta y deshojes.

Los suelos son manejados con cubiertas vegetales según los criterios de producción que se estimen.

En este caso la cubierta presenta una vegetación más larga y con menor control en la hilera de plantación.

Encontramos un estado de madurez no muy buena (pepas verdes). Y bastantes racimos con pudrición que llegan a las mesas de selección donde son retirados. Los vinos degustados no demuestran la falta de madurez con que son cosechados.

Enología

Se puede observar la llegada de la uva en bandejas de pequeño tamaño que son volteadas en una cinta de selección donde se intenta sacar el gran número de racimos podridos y con pepas verdes que se contraponen a la predica mundial del dueño del Chateau, el "famoso" Michael Roland.

Luego la materia prima era despalillada para caer en una segunda mesa de selección de grano.

El enólogo generalmente macera en frío una semana (la hace con hielo seco mezclado en la vendimia junto a las chaquetas con frío), fermenta a 30°C y luego postfermentación macera alrededor de dos semanas a un mes. Está vendimia 2006 el tanino está verde y se trabajara con menos frecuencia y tiempo de remontajes además de menos tiempo en maceración. En general ninguna de las bodegas visitadas trabaja descubando dulce y terminando fermentación sin orujos.

Degustamos un blanco (el único que se hace en la zona) en su mayoría Sauv. Blanc con algo de Moscatel, el vino no es tan expresivo en nariz, al compararse con uno Chileno del año, pero si es interesante la complejidad de la mezcla y el poder de evolución alargado por un envejecimiento en madera, la que se hace presente en nariz y en boca, enmascarando ciertos aromas varietales en pos de una vida más larga en botella.

Luego catamos Le Bon Pasteur 2005 y 2001, el primero es bastante complejo, nuevamente frutas rojas y aceituna, aún tiene un tanino abundante pero duro, falta tiempo en botella. El 2001, el 2001 es ya tiene un bouquet que va evolucionando con el tiempo en la copa se unen a las características anteriores la madera sutilmente unida a la fruta y taninos abundantes y amables que acompañan largo rato después de terminada la degustación.

Llama la atención que obtenga con los métodos tradicionales de vinificación y una vendimia no siempre buena, vinos con taninos abundantes, pero a la vez muy amables y largos. Se plantea la inquietud de analizar la cantidad, pero especialmente la composición fenólica de la vendimia y compararla con la de Chile (posibles tesis). Creo que, al menos en estos grandes Chateaux, los manejos y el clima, favorecen la formación de taninos de mejor calidad, quizás el mismo tiempo de espera a vendimia pero a temperaturas en promedio más bajas que Chile.

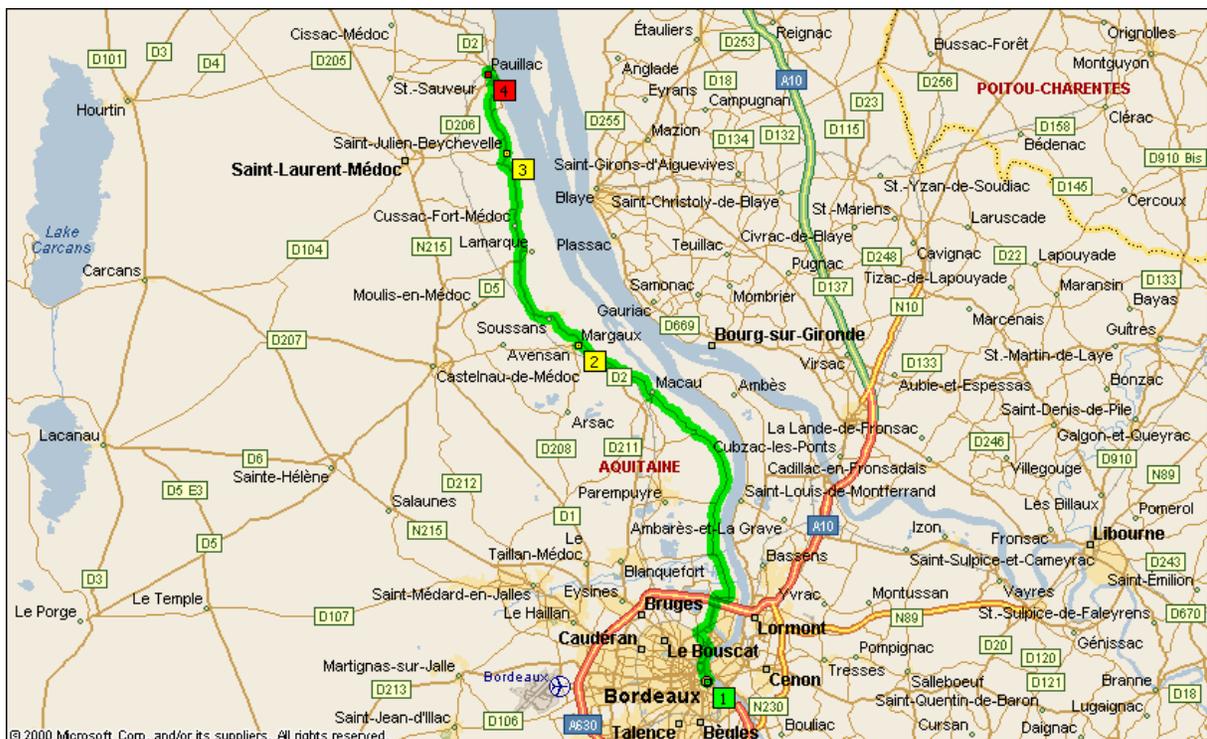
En cuanto a la maquinaria, este chateau contaba con mesas de selección, despalilladora, bombas de movimiento de vino y mosto, una prensa neumática horizontal y una vertical de canastillo móvil que se usa en el descubado de los tintos.

No tuvimos oportunidad de ver sala de guarda en barricas como lo habíamos hecho en los chateau antes visitados pero se nos dijo que los vinos eran criados en barricas 100% nuevas por un periodo de aproximadamente 14-16 meses.

2.3. Martes 3 Octubre, Medoc

El interés de la visita a esta zona fue conocer el manejo del viñedo de Medoc y la vinificación TRADICIONAL de vinos tintos bordeleses que tanta influencia ha tenido en la elaboración de los vinos tintos chilenos. El MEDOC es la región de mayor reputación mundial para vinos tintos elaborados a partir de la variedad Cabernet Sauvignon, lo que ya lo hace interesante al saber que Chile posee su mayor superficie de uva tinta plantada con este cepaje, pero a su vez, la importancia de la visita a esta zona es el uso de otros cepajes como el Petit verdot y el Cabernet franc que hoy se desarrollan en Chile.

Los suelos del Medoc a su vez son de gran interés ya que son posiblemente los que nos diferencian de nuestro país junto con ciertas características climáticas.



2.3.1. Château Margaux

S.C.A. Chateau. Margaux (Owner and Manager)

33460 Margaux

Tel : +33 (0) 5 57 88 83 83

Fax : +33 (0) 5 57 88 31 32

Email : chateau-margaux@chateau-margaux.com

<http://www.chateau-margaux.com>

Recepción: Paul Pontallier (Enólogo y Director) y Mme. Tina Bizard (encargada de visitas técnicas)

La propietaria de las viñas es Corinne Mentzelopoulos. Se producen 2 etiquetas, Chateau Margaux, y una segunda etiqueta llamada: "Pavillon Rouge du Château Margaux." A su vez existen 12 hectáreas de Sauvigno blanc que produce el "Pavillon Blanc du Château Margaux."

Aquí fuimos recibidos por una relacionadora pública, quien nos comentó que a nivel comercial son muy estrictos en respetar la plaza de los negociantes. Ni siquiera la reina de Inglaterra pudo eludir a los negociantes para comprar un lote de botellas para celebrar una gran ocasión.

En este caso los negociantes tienen una cuota de cajas que es más o menos la misma todos los años. La relación comercial con ellos es de antigüedad. Algunos negociantes lo son desde generaciones pasadas. Una vez que estos negociantes le venden a sus importadores en los distintos mercados, a su vez estos importadores podrían venderle a otros corredores. Estos últimos son los llamados "corredores de vinos finos y escasos", quienes hacen figuras comerciales increíbles: podrían por ejemplo comprar una botella de Chateau Margaux a un negociante o particular en Bélgica, importarlo a Inglaterra si se tratara de un broker inglés, y éste a su vez podría reexportarlo a Francia donde tuvo un pedido de una cosecha no disponible al precio deseado en su propio país de origen!! Así una caja de Chateaux Margaux podría recorrer dos o tres países antes de ser consumida finalmente. Estas botellas en general son consumidas a los diez años o más desde el año de su cosecha. Chateaux Margaux prácticamente no hace ningún esfuerzo a nivel marketing directo, pues su producción es muy limitada para la demanda que este vino tiene, lo que se refleja en el precio. Una botella de este Chateaux puede alcanzar fácilmente los 200 euros. Paradójicamente, es muy común que estas botellas no sean consumidas finalmente por gente entendida en el vino, sino más bien por quienes puedan acceder a ellas por contar con el propio dinero o con el poder para conseguirlas sin pagarlas directamente de su bolsillo...Es por eso que estas botellas son bebidas no tanto por la exquisita complejidad que ofrecen tanto en nariz como en boca, para quien sepa apreciarla, sino por razones de esnobismo o vanidad.

Se trata de bodegas "vedette", que han tenido siglos para dar a conocer sus grandes vinos en todo el mundo. Si unimos el tiempo mencionado con una calidad excepcional, no es difícil entender la razón de su escasez y de sus consiguientes precios.

La relación precio calidad, sin embargo, pierde toda proporción. En la degustación todos pudimos disfrutar de un vino complejo, pero no podríamos decir que ese vino es dos, tres o cuatro veces mejor que algunos de los grandes chilenos que conocemos...

y sin embargo se vende 5 o 10 veces más caro...!! Nuestras mejores viñas no han tenido tanto tiempo para darse a conocer en el mundo...algunas apenas llevan 15 o 25 años en el mercado.

De todas formas, alcanzar estos precios astronómicos por botellas sí es posible hacerlo en sólo 25 años. Esto lo ha demostrado una bodega española llamada Pingus, de Peter Sieseck, quien ha alcanzado los niveles de precios de los grandes Chateaux de Bordeaux gracias a su vino de calidad espectacular y a un muy buen trabajo de marketing liderado por su propio dueño y enólogo. Este es un caso de laboratorio que sería bueno estudiar más de cerca...

Tampoco hay que creer que Pingus es el único vino no francés que alcanza los más altos precios, pues también existe Vega Sicilia Unico, con mucha más antigüedad que Pingus, y que también está al mismo nivel que los grandes franceses. Lo mismo podría decirse de varios vinos italianos y americanos.

Viticultura

Chateau MARGAUX posee 260 hectareas, de las cuales 80 estan plantadas con uvas tintas. Hay un 80%Cab 15%cab Franc, 4%Merlot y 1%Petit Verdot.

Los suelos son limosos con gravas y arcillas. La densidad de plantación es de 10.000 pl/ha con una edad promedio de 35 años y las siguientes variedades: Cabernet Sauvignon 75%,Cabernet franc 2%, Merlot 20% y Petit Verdot 3%.

La visita a Chateau Margaux fue acompañada de un día lluvioso por lo que no pudimos visitar ni apreciar el patio de recepción de uva.

En la viña aún queda vendimia y estaba con bastante fruta en boca, con acidez total alta y pepas con 50% de madurez.

Este Château es uno de los mas importantes de Francia, en el cual encontramos una mayor cantidad de hectáreas en producción, lo que no habíamos visto en el primer día de visita donde los huertos eran de menor superficie.

Enología

Es uno de los vinos mas conocidos y caros a nivel mundial. Las instalaciones de la viña no son de gran tecnologia, siendo bastante austeras ya que se fermenta en cubas de roble mas o menos antiguas, y la bodega es antigua, por lo que creo se respeta mucho el tema « tradición ». La sala de barricas es muy grande en dónde el vino permanece en reposo por 18 meses en un 50% barricas nuevas, siendo trasegado barrica por barrica, lo que es un trabajo muy arduo. La producción media anual es de 461.000 botellas lo que equivale al 100% de la producción de vino.

Se degustó el 2001 Premier Grand Cru Classé el cual es gran vino, mas bien delicado al comparase con otros Cabernet, este vino se mostró de un color con matices anaranjados por la evolución, el fuerte está en su nariz con notas a frutos rojos, frutilla y frambuesa, luego especias y cuero perfectamente balanceado ya que ningún componente está en exceso. La madera actúa tenuemente atando todos los componentes. En la boca se repiten los sabores y muestra una estructura media, taninos redondos y persistente al final. Sin duda un muy buen vino pero nada mejor que un buen vino chileno que se vende 5 o 10 veces más barato. Simplemente la historia, la tradición y el cuento dan valor agregado a un producto de buen nivel pero en ningún caso extraordinario.

2.3.2. Château Beychevelle



S.C. Ch. Beychevelle (Manager) Grands Millésimes de France, Groupe Azur - GMF (Owners)

33250 Saint-Julien-Beychevelle

Tel : +33 (0) 5 56 73 20 70

Fax : +33 (0) 5 56 73 20 71

Email : beychevelle@beychevelle.com

<http://www.beychevelle.com>

Recepción: Susan Glize, encargada de visitas técnicas.

En 1986 fue comprado por GMF y en 1989 se unió al grupo japonés SUNTORY para crear: Grands Millésimes de France, los dueños hoy en día. En promedio, Château Beychevelle produce 640000 botellas en 90 has de viñedo. Este es pues un ejemplo de Chateaux que pertenecen a grandes grupos económicos, una empresa de seguros que invierte en el rubro vitivinícola

Para hacer su presentación aprovechan muy bien este Chateau y su historia espectacular, tanto que se le dice "el pequeño Versailles de Bordeaux".

Beychevelle es un gran château, desde el punto de vista de la arquitectura y el paisaje, ubicado en un lugar privilegiado a un costado del río, en donde antiguamente atracaban los arcos para su carga. Según la historia perteneció a un almirante de la marina, por lo que por su alta investidura, los barcos que circulaban por ahí debían bajar las velas.

Viticultura

Sus suelos son arcillas con gravas profundos y de gran permeabilidad. La densidad de plantación fluctúa entre 8.300 y 10.000 pl/ha, por lo que se trabaja con poca carga por planta y con poda en guyot doble de cargadores cortos, y las plantas tienen una edad promedio de 25 años. Las variedades son: Cabernet Sauvignon 60%, Cabernet franc 8%, Merlot 28% y Petit Verdot 4%.

En Saint Julien, hacia el Norte hay en una gran mayoría Cabernet. Hacia el Sur hay 50% de Merlot, básicamente por el tipo de suelo.

En el momento de la visita se apreciaba que estaban cosechando todavía y que la condición sanitaria no era la óptima.

Enología

La cosecha es manual, y se utiliza un 60% de barricas nuevas para guarda durante 20 meses.

El 100% es comercializado en botella, dentro de lo cual 5% es venta directa y el 95% por medio de corredores.

A la llegada a la bodega se puede observar la recepción de uva, las cintas de selección de racimos y las máquinas de despalillado y molienda. Las uvas seleccionadas son transportadas directamente a las cubas de fermentación que eran de 2 tipos: acero inoxidable de doble fondo (2 cubas en 1) y cubas de cemento epoxiado. Los remontajes son abiertos usando bombas de tipo Manzini y carros remontadores con separación de orujos lo que facilita la labor de extracción.

Los pisos son de baldosa o cerámica lo que hace más fácil las tareas de limpieza al término de la jornada.

Poseen una muy buena sala de barricas con temperatura controlada donde se pueden obtener las condiciones adecuadas de temperatura y humedad para la crianza de los vinos en barricas. Además las barricas estaban montadas en una práctica estructura giratorio en base a pequeñas ruedas para vaciar las barricas en los trasiegos o en los movimientos del vino previo al embotellado.

Los vinos degustados presentaban buen color, aromas complejos y especiados, con taninos algo agresivos y secantes, debido (creo) al uso de un porcentaje alto de Petit Verdot en el corte. La estructura era media y la persistencia algo corta donde se sentía el alto grado de alcohol.

2.3.3. Chateau FONBADET

33250 Pauillac

www.chateaufonbadet.com

Recepción: Enóloga: Pascale Peyronie

Pascale@chateaufonbadet.com

Tel. 33 556 590 211 –

Fax.33 556 592 261

Se trata aquí de un Chateau que se acerca más a la realidad de una empresa familiar vitivinícola chilena, en el sentido que es el mismo dueño y su hija quienes trabajan en la bodega tanto en la viticultura, en la vinificación, y en la comercialización de sus vinos.

Pascale, la hija del propietario, seleccionaba la uva personalmente en la línea de selección, y es la jefa de bodega. Sin tener estudios de enología formales pues en realidad estudió derecho, ha aprendido el oficio en la práctica de los años.

Nos manifestó que si un Chateau "grand premier cru" comprara su propiedad podría envasar el vino resultante de sus uvas como premier grand cru, cosa que ella no puede hacer. Además, nos dijo, de hecho Chateau Fonbadet hizo una permuta de parcelas con un gran Chateau, y cada uno siguió caratulando sus vinos al mismo nivel que antes.

El profesor de Enita de Bordeaux, al exponerle este caso, nos manifestó de que el tema no es tan simple ni grotesco como parece. En primer lugar los niveles de vino hechos a mediados del siglo 19 en París se hicieron básicamente en base a los precios que reflejaban la calidad de los vinos, pues "los ingleses no son tontos" dijo, y no van a pagar de más por un vino que no lo merece. Tanto es así, dijo, que los niveles de precios se han mantenido en el tiempo hasta el día de hoy, por lo que el mercado confirma que los premier grand cru lo siguen siendo y merecen sus precios. Quienes han tratado de hacer negocio comprando tierras de propiedades vecinas con tal de usar la etiqueta de un cru superior al del vecino que le vende, se han percatado que al hacer esto el mercado los ha castigado en cantidad demandada y en disminuir su precio!! Nos dio como ejemplo un Chateau (sin revelar su nombre) que aumentó al doble su superficie de producción de uva adquiriendo las de

vecinos, y que hoy vende la mitad de botellas a un precio que es la mitad del precio original del Chateau. Según este profesor, las calificaciones fueron hechas de forma tan seria que no requieren revisión.

Viticultura

Fonbadet es pequeño chateau que queda en Paullica y que es muy parecido el estilo a los vinos chilenos. La Mezcla es 85% cabernet y 15% Merlot.

En cuanto a los manejos del viñedo similar a lo que se vio anteriormente, se repite las condiciones de clima, suelo y trabajos del viñedo en desbrotos, raleo de racimos y deshoje.

El suelo es arcillosos con grava menos profunda que en beychevelle y la poda y los marcos de plantación son los mismos.

Enología

En Medoc los Cabernet son parecidos a Chile. El sistema de denominación de origen no permite mejorar en la clasificación, es distinto a Saint Emilion.

La bodega cuenta con un sistema de recepción de uva que maltrata la materia prima al hacerla pasar por un tornillo sinfín pequeño y además dentro de un cilindro estrecho. Sin embargo, la uva era después seleccionada antes de ser despallada y molida para fermentar.

Es una bodega con menos recursos que las otras ya vistas, pero se de todas maneras pone énfasis en la selección de vendimia. La vinificación es tradicional. Llama la atención nuevamente que maceran por dos o más semanas pero a temperaturas bajo los 18°C, según la enóloga con esto se extrae menos. En general en Chile recomendamos la maceración post fermentativa a 18°C o sobre para la adecuada extracción de polisacáridos, a menos, el contacto con el alcohol favorecería sólo la extracción de taninos verdes de la pepa.

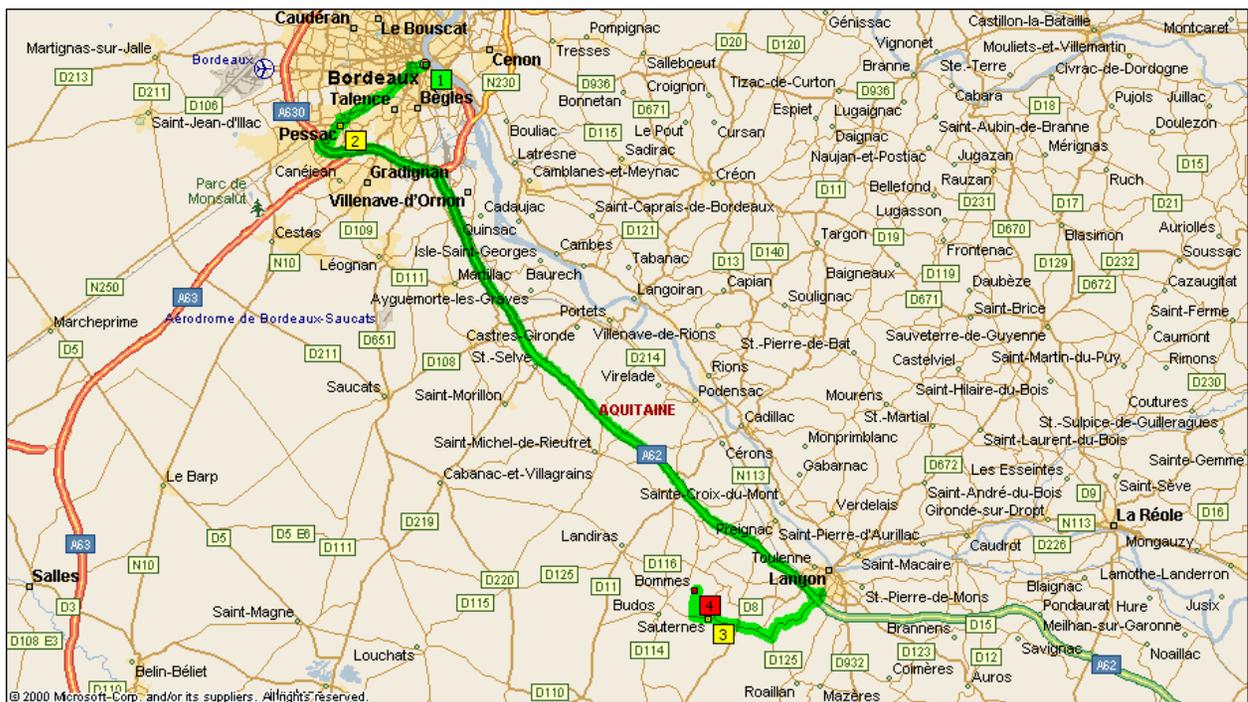
La fermentación alcohólica se llevaba a cabo en cubas de cemento (algunas epoxicadas) y los remontajes abiertos con tinas plásticas que cumplen la función sin mayores problemas. Una vez que la fermentación ha terminado, los orujos son prensados en prensas manuales de canastillo y los vinos son criados en barricas o en cubas de cemento subterráneas.

Los vinos son productos sin defectos, vinos limpios aromáticamente pero de no gran estructura ni volumen en boca. Vinos que se dejan beber fácilmente sin cansar. En resumen, vinos correctos, vinos para el que hay mucho mercado esperando para beber a no grandes precios ni generando grandes expectativas. Coincidentemente en la degustación, tanto el fonbadet 1996 como el 2001, tenían final con tanino verde, lo que indica que esos años se podría haber privilegiado la sanidad que la madurez tánica

2.4. Miércoles 4 Octubre, Pessac Leognan y Sauternes

Pessac Leognan es una más de las denominaciones bordelesas de prestigio, y dentro de ella, particularmente el Chateau pape Clement que no sólo es reconocida por su producción de grandes tintos, si no por sus blancos secos (Sauvignon Blanc y Semillón) que poseen una guarda en barricas y una estructura difícilmente encontrados en otras regiones vitícolas.

Sauternes, región de blancos (Sauvignon Blanc, Semillón y Muscadelle) es la región de los vinos dulces por excelencia. Aquí de producen los vinos licorosos obtenidos a partir de botrytis noble de mayor reputación internacional, y entre las bodegas más destacadas está Chateau D'Yquem, Chateau de Rieussec, y a su lado Chateau LAFAURIE-PEYRAGUEY que también es parte de los pocos Premier Cru Classé de la Región.



2.4.1. Château Pape Clément

216 av Doct Nancel Pénard 33600 Pessac

Tel. 05 57 26 38 38

www.pape-clement.com

labrousse@pape-clement.com

Recepción : Eric Bardon, Enólogo

El dueño (Sr. Magret) tiene bodegas en Cot de Blais (no sé si se escribe así), Saint Emilion, Medoc, USA y proyectos en Sudáfrica, Argentina y Chile. Su forma de trabajo se nota bastante distinta a las otras viñas, tiene una visión distinta del negocio al ser Negociant y broker de Porto y vinos en su pasado.

Cuenta este empresario con una gama muy extensa de variedades y de niveles de precio. Se nota un empresario de gran dinamismo y que se ha insertado en la globalización, y que no descansa sólo en el prestigio de las denominaciones donde tiene sus Chateaux. De hecho ya está elaborando su propio vino en Chile, asociado a una bodega chilena que le presta el servicio de maquila.

Aprovechan muy bien el magnífico Chateau y sus cavas, que están llenos de historia y vinculados nada menos que a un papa, por el cual lleva su nombre el chateau. Esta es una obvia forma de hacer marketing del vino, y que ellos saben aprovechar. Además, este Chateau ha tenido la astucia de asociarse en una de sus líneas de producto al famoso actor Gerard Dépardieu, quién les ha sido muy útil para hacer llegar a la prensa en sus lanzamientos de productos.

Sus vinos son muy comerciales, en el sentido que tienen las características apreciadas por el mercado masivo actual (buen color, aroma frutal, fácil de tomar, taninos amables y un bonito packaging en cada uno de sus productos), unido a un claro sello del terroir; es así que se diferencian claramente cada uno de los orígenes en la botella, el Fromage de Saint Emilion tiene la tipicidad descubierta para mí de la zona, el de Medoc, nuevamente parecido al Cab. Chileno.

En sus vinos ataca a diversos segmentos del mercado usando toda la potencia combinada de una buena estrategia de portfolio de productos, bajo el paraguas de Magret, con vinos icono, que le dan la seriedad necesaria y otros menos pretenciosos pero correctos, con vinos del Nuevo Mundo y vinos de zonas con reputación tradicional, haciendo incapié en el terroir. Hay a simple vista una coherencia en la comunicación usando diversos medios y personas.

Es un ejemplo a seguir, al menos por parte de las bodegas no-Chateau, en Francia, hacer vinos más comerciales, más cercanos al consumidor y que no lo defrauden.

Viticultura

Pape Clement posee 32, 5 has en la DOC Pessac leognan, de las cuales 30 son de cepajes tintos (Cabernet Sauvignon 60% y Merlot 40%). Los cepajes blancos son S. Blanc y Semillón principalmente.

La variabilidad de suelos permite la obtención de diferentes caracteres en cada cuba. Las densidades de plantación son de 7.700 a 9.000 pl/ha y las viñas cuentan además con cultivos entre hileras y poda en guyot doble.

En esta zona los suelos tienen altos niveles de hierro, lo que tradicionalmente dá acá vinos con algo fumè.

En la viña dejan las feminelas, según ellos el mayor número de hojas hace que el racimo madure mejor. La verdad es que los brotes son bastante largos con respecto a los otros viñedos vistos. Puede que tengan razón, pues fue la viña en la que se observó la mejor maduración fenólica de todas las que visitamos. Sólo desbrotan la corona y tronco.

Dentro de las vistas, en esta fue donde encontramos la mejor madurez de taninos y la uva en mejor estado sanitario.

Este Chateau nos deja una grata impresión por el buen estado de madurez de la uva y el buen trabajo en control de la cubierta vegetal, desbrotos, raleo de racimos y deshojes lo que posteriormente ratificamos al degustar los vinos siendo estos los mejores de todas la bodegas que se visitaron.

Enología

La vinificación es una de las más delicadas de la zona. La recepción de la uva es en pequeñas bandejas que son volteadas a una mesa de selección bastante larga donde se realizan 2 procesos. Una es el despalillado manual del racimo lo que permite seleccionar los racimos en buenas condiciones y descartar los malos. De esta forma todos los racimos pasan por la inspección de una de las señoritas de la línea. El segundo proceso es la selección del grano antes de ser llevada a la cuba de fermentación. Se trabaja en doble turno ya que el proceso es mas lento que si el desgrane fuese con maquinaria. Todo esto implica una gran cantidad de personas seleccionando, alrededor de 100.

Las fermentaciones se realizan en cubas de madera de roble francés con sistema de control de temperatura mediante radiadores espiralados instalados al interior de cada cuba. El llenado se hace alternadamente con nieve carbónica que da un ambiente inertizado a la cuba protegiendo la materia prima de oxidaciones especialmente en el periodo de maceración pre fermentativa.

Una vez iniciada la fermentación alcohólica, los remontajes son mediante pisoneos manuales para tener una extracción mas suave y elegante donde no se produce mayor rompimiento de pepas ni piel del la baya que es lo que aporta los taninos mas inmaduros y verdes que siempre resultan molestos en los vinos.

La fermentación maloláctica y posterior guarda se realiza en un 70 a 100% de barricas nuevas durante 18 a 20 meses.

Dentro de las degustaciones realizadas, esta fué una de la más agradables, consistió en una serie de 8 vinos tintos, que pertenecían a distintos chateau, pero que eran del mismo propietario. La característica principal era que estos vinos tenían una muy buena intensidad frutal con una medra de guarda muy bien casada, ya que no opacaba a la fruta de estos vinos Se encontró en estos vinos notas de vainilla, tostado, cueros, tabaco y chocolate, mezcladas con notas de berries y moras negras además de confituras, que para mi se convirtió en una de las mejores degustaciones. La boca de buena estructura y volumen, con taninos sedosos, maduros y bien trabajados que permiten un lento envejecimiento con el tiempo apoyado con una acidez presente pero no molesta.

2.4.2. Chateau LAFAURIE-PEYRAGUEY

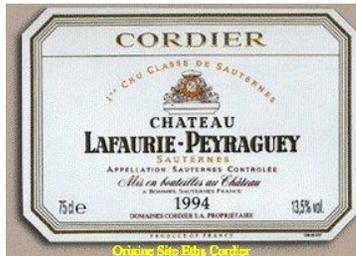
Premier Cru Classé

Sauternes

elarramona@yahoo.fr

Tel: +33 (0)685891841

<http://www.cordier-wines.com>



Recepción: Eric Larramona, Enólogo

La familia de Désiré Cordier (Domaines Cordier) es la actual propietaria de Lafaurie- Peyraguey, quien la posee desde 1917. En 1998, los establecimientos Cordier, primer negociante bordelés, explotan más de 450 has en Burdeos en diversas denominaciones, entre ellas Sauternes.

Se trata aquí de un vino especial, y que es el vino licoroso, cuya demanda es limitada pues no es un vino de consumo habitual, sino para menús especiales. Los niveles de precios que alcanza este Chateau no son altos si se toma en cuenta la escasa cantidad de litros que obtienen por hectárea. La producción promedio anual es de 80.000 botellas.

Incluso en las mejores condiciones climáticas, los productores de los grandes vinos dulces deben trabajar sus viñas con el mismo rigor necesario que para otros tipos de vino. Sobre todo exigen la estricta limitación de los rendimientos - de las uvas de una vid se puede extraer una, o más dos copas de vino - y se controla la madurez y la concentración necesarias.

Viticultura

La superficie de viñas es de 40 has con una edad media de 30 años. Los cepajes son: 90% Semillón, 5 % Sauvignon y 5% Muscadelle.

En este lugar nos encontramos con un sistema de conducción distinta a lo visto anteriormente la cual consistía en dejar cuatro pitones (dos pitones por brazos) cada pitón con dos cargadores para llegar a los 8, Manteniendo la alta densidad del viñedo, el manejo de deshoje.

A diferencia de Chile, en dónde los Late Harvest están hechos con la pudrición de botrytis y de otros complejos de hongos, en esta zona solo se permite que la pudrición provenga de la botrytis, ya que produce un efecto de deshidratación en la baya, concentran el azúcar y la acides para obtener estos tipos de vinos. Cuando existen pudriciones de otro tipo, se hace una selección exhaustiva de la fruta en viñedo y bodega. Los mostos obtenidos son de alrededor de 350 gr/lit, por lo que luego de la fermentación los vinos quedan con un azúcar residual alta (180 gr/lit).

La viña en su mayoría es Semillon con un 15% de Sauvignon Blanc. El motivo es que Semillon tiene una evolución más lenta en su evolución hacia una pudrición noble, en caso de Sauvignon se pudre muy rápido, antes de que el Botrytis cinerea haga sus efectos de deshidratación en la baya y aportes de olores y sabores característicos del hongo.

En general los resultados entre vendimias son parejos, ya que en los años malos se hace una selección más exhaustiva del viñedo, produciendo menos cantidad.

Enología

La vendimia se prensa alrededor de 21°Baume con 350gr/L de azúcar, se decanta con frío, se ajusta el nitrógeno disponible a 125 mg/L y fermenta en barricas a 28°C. El vino queda con un azúcar residual de 180°. La guarda es de 8 meses en barrica.

Para la fermentación en barrica se usan levaduras de alta resistencia al alcohol como es la variedad Bayanus, sin control de temperatura hasta que la concentración de azúcar y el alcohol superen a las levaduras obteniendo este empalagozo vino. La crianza debe ser muy cuidadosa en cuanto a la manutención de los niveles de anhídrido sulfuroso para evitar problemas de refermentación producto del azúcar residual de los vinos.

Se degustaron distintas vendimias, los olores son a miel, frutas tropicales maduras. En boca se nota el efecto del hongo dándole una complejidad única y distinta a los 'Late Harvest' locales, los que estan, en general hechos con vendimia afectada por otros hongos junto a Botrytis.

2.4.3. ECOLE DE VITICULTURE ET D'OENOLOGIE DE LA TOUR BLANCHE

1, Tr. Tour Blanche

33210 BOMMES

Contacto: Mme. Carreyre

Recibe: M Jean Pierre Faure - Maître de Chais

Teléfono: 0557980270

k.carreyre@tour-blanche.com

Es una escuela agrícola y una bodega de vinos, a 10 minutos de la bodega anterior. Producen vinos dulces de gran reputación. Esta escuela que se dedica a la enseñanza tanto del trabajo del viñedo como de la elaboración del vino.

Con una interesante infraestructura con las mejores condiciones para la enseñanza de los alumnos. Esto demuestra como se vive la cultura del vino en este país que se generan las condiciones para la especialización de todo tipo de gente .

Este Chateau es de propiedad del estado, y representa un ejemplo de colaboración con la educación vinculada al tema del vino, pues sirve esta bodega como lugar de práctica para sus alumnos que cuentan con una mini cava para practicar la enología. Todo gracias a la visión de su último propietario privado que la legó al estado con tal de formar una escuela que hoy funciona muy bien.

En el aspecto comercial ofrecen sus vinos aún no terminados a los negociantes. esto se hace en algún Chateau que reúne los distintos viticultores de licorosos, y que ofrecen en barrica sus vinos la mayor cantidad posible de vino en primor, es decir en verde o de manera anticipada a que el vino esté listo a ser envasado. En una segunda etapa, unos meses después se ofrece un precio por parte de la bodega, luego en unos días se cierra el negocio completo, en caso de ser un año medianamente bueno, en caso contrario parte de la vendimia queda en la bodega, para su mezcla posterior o comercialización más lenta.

Viticultura y Enología

Provistos de una moderna bodega, de propiedad del estado, representa una de las buenas cosas que se debieran imitar en Chile por la colaboración a la educación e investigación al rubro vitivinícola.

Esta escuela agrícola permite a la gente estudiar sin costo para ellos. Es una bodega con un muy buen equipamiento, ya que poseía cintas transportadoras, tanques de acero para decantación, dos prensas neumáticas y conexiones de gas inerte (co2 y n2), además de sala de embotellado, una buena capacidad de frío, un equipo para estabilizar en frío y sala de barricas refrigerada, tienen lo necesario para la producción de vinos dulces de alto nivel.

La producción de uvas y vinos son realizados principalmente por los estudiantes con la supervisión de un profesor. Existen 2 líneas de vinos dulces, unos fermentados en tanques de acero inoxidable con control de temperatura y otra fermentada en barricas dando a sus vinos características diferentes en cuanto a complejidad aromática, frescor y estructura en boca.

2.5. Jueves 05 de Octubre, Centro de Bordeaux

2.5.1. CHATEAU LUCHEY HALDE, ENITA de Burdeos

Escuela Nacional de Ingenieros de Trabajos Agrícolas de Burdeos

Domaine du Luchey Mérignac.

17, Av du Marechal Joffre 33700 MERIGNAC

Tél : 05.57.35.07.56

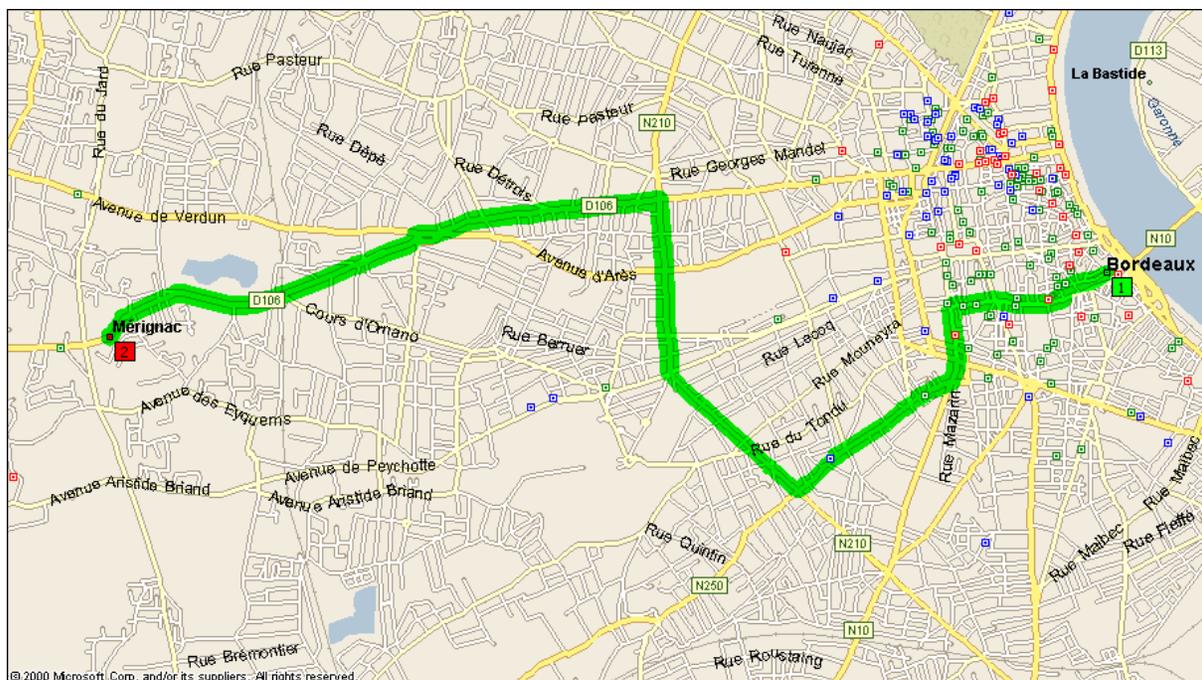
Fax : 05.57.35.07.59

jp-roby@enitab.fr

Recepción : Jean-Philippe ROBY

Director del Departamento de Vitivinicultura

UF Vigne et vin



El ENITA es por excelencia la institución de enseñanza e investigación vitivinícola de la región de Burdeos. Al ser una escuela de ingenieros cae dentro de la categoría de los mejores establecimientos educacionales del país. El Sr Roby es quien dirige el departamento de Vinos y Viña, lo que nos permitió obtener un buen resumen de la región vitivinícola de Burdeos.

Dentro de los temas a expuestos:

- Diferencias entre regiones (Sauternes, Medoc, Saint Emilion, Pessac Leognan.entre deux mers)
- Cepajes y porta injertos
- Suelos y clima (la importancia del "terroir" para un viñedo sin irrigación)
- Costos de producción por hectárea
- Rendimientos
- Principales enfermedades de la viña
- Legislación para la plantación y la producción regional

El Sr. Roby nos hizo una exposición de muy buen nivel académico, y nos demostró verdadera pasión por el tema. Fue muy honesto en revelar algunas cosas que nadie más dijo.

La visita se realizó en la bodega y viñedo del ENITA,,: Chateau LUCHEY HALDE, que tiene como objetivo producir vinos de alta calidad de la región PESSAC LEOGNAN.

Viticultura

La inversión fue realizada con mucho estudio, ya que se realizaron mapeos de todo el sector para poner el portainjerto adecuado según la condición de suelo existente, el cual variaba en todo el terreno. El suelo estaba libre de nemátodos, pero hubo algunos problemas con las plantas compradas a pesar de ser un vivero certificado.

Es un ejemplo de cómo establecer correctamente una viña. Primero se levantó la información de cada uno de los sectores y luego se decidió que combinación variedad-portainjerto era la adecuada.

Enología

La bodega de fermentación fue una de las más versátiles que hemos vistos, ya que esta basada bajo un concepto de aprovechamiento de espacio y de fácil manejo. Era de forma circular en donde la vendimia después de haber pasado por una selección, era transportada mediante cintas a la distintas cubas, pero como la ubicación de la cubas era circular, la cinta transportadora ubicada en la parte de arriba de las cubas como un pivote era desplazada hasta quedar sobre el portalón superior de la cuba, por donde se ingresaba la uva, pasando antes por una moledora, la cual producía el apriete necesario para que la uva desprenda el jugo. La fermentación era de forma tradicional para luego tener una guarda en barricas por 18 meses.

El movimiento del vino se realiza con bombas suaves, lentas y de flujo regulable permiten un manejo adecuado.

Cuando a nuestro anfitrión se le pregunto sobre que pensaba de la clasificación, este dijo que estaba de acuerdo ya que si el mercado pagaba esos precios a los buenos chateau era porque la calidad lo acompañaba, sino le comprarían otros chateau mas barato, pero el dice que la calidad no acompaña.

Se habló de costo en donde producir una botella costaba alrededor de 12 euros, por lo que muchos estaban complicados ya que se vendía a menor precio o no quedaba margen para hacer nuevas inversiones.

Los vinos degustados mostraron un buen color, aromas a frutas rojas bien armonizadas con la madera. La boca bien lograda, redonda, suave, un poco liviana pero con taninos maduros que hacen del vino un producto fácil de beber.

2.6. Viernes 06 de octubre, Montmartre

Finalmente la delegación se traslado a París para conocer el viñedo Turístico que posee el municipio de Montmartre, también se visitó la bodega y cava en donde se elaboran los vinos de la viña, que está ubicada en el subterráneo de la municipalidad. La visita tenía como objetivo conocer como funciona este proyecto en temas como el financiamiento, el manejo del viñedo, la producción del vino, su comercialización y el componente turístico de esta iniciativa; con el objeto de hacer realidad el proyecto de similares características que esta llevando a cabo en Talca los empresarios vitivinícolas y la municipalidad.

Luego se visitó la Feria de Montmartre, un evento que se presenta como un icono en materia turística, ya que es una actividad de tanta envergadura que es visitado, mientras dura, por más de 200 mil comensales. Resultó impresionante observar como se desarrolla uno de los principales eventos enológicos de Paris, que se lleva a cabo hace más de 70 años, el cual concentra las principales viñas de todo Francia y que es visitado por un público de más de 80.000 personas diarias, entre empresarios, prensa especializada y turistas.

En términos mediáticos, se desarrolla un campaña que sin duda atrae aún mas turistas, ya que el Municipio de Montmartre, según lo señalado por ellos mismos en reuniones previas a la inauguración, implementaron una larga campaña de comunicación previa a la Feria, destacando la participación de las empresas e instituciones. Luego, durante su desarrollo fue visible la cobertura mediática de envergadura, que se le dio a la actividad, de importantes medio europeos, escritos, radiales y televisivos. Sin duda una relevante vitrina promocional.

Resultó interesante apreciar que sin duda esta instancia, es claramente una oportunidad para mostrar a las regiones vitivinícolas de todo Francia con sus valles y vinos, de manera directa al público.

Es importante tener en consideración que la feria de Monmartre, es la feria del vino más importante que se desarrolla en Paris, por la antigüedad que presenta, se desarrolla desde 1934, y por la plataforma mundial en la que se ha convertido, ya que los más de 200 mil visitantes llegan a este evento de diversas partes del mundo.

Este es un muy buen ejemplo de cómo el turismo puede hacer que un vino pueda ser comercializado en su totalidad por estar muy bien ubicado... nada menos que en el corazón artístico de París!! Esto hace que el hecho de ser un vino de calidad muy básica no impide venderlo como "pan caliente".

Se nota un esfuerzo extraordinario en la fiesta que se hace todos los años, donde pudimos ver desfile de cofradías de vino, niños tocando tambores vestidos con trajes de la época de la revolución francesa, cantantes profesionales contratadas para animar la feria con música muy típica de París, en fin, crean un ambiente mágico, inolvidable para quienes tengan la alegría de asistir.

Los stands no sólo ofrecen vinos de distintas regiones, sino además licores artesanales, y una amplia variedad de productos gastronómicos que vienen a complementar el tema del vino, que no puede concebirse para el gran público si no es asociado a la comida. Los stands de vino pedían tres euros por degustación y se veía interés de la gente por participar y probar.

Este es un muy buen ejemplo de "crear el ambiente" para favorecer la imagen del vino de una región, dónde se asocia a la convivialidad, a la fiesta, al arte y a la comida. El mismo productor atendía personalmente los stands, lo que da autenticidad a esta feria. Se vió cosas muy crativas como el autodenominado presidente de la República de Montmartre y sus ministros, que forman parte de la cofradía de Montmartre, vestidos de forma muy llamativa.

La invitación realizada por el municipio de Monmartre a las viñas de la región del Maule a participar en el 2007 como expositores en esta muestra, sin duda se presenta como una instancia que podría ayudar a mejorar el posicionamiento y la imagen de los vinos producidos en el Maule, y a través de ellos mostrar a Chile como una plaza importante para el desarrollo de negocios e inversiones, en mercados atractivos como el europeo, particularmente Francia, ya que sin duda esta actividad promocionaría la imagen del Maule como una zona donde se producen buenos vinos, con características inigualables para la producción vitivinícola, como una forma de acercar a los consumidores, a la opinión pública y a los empresarios, especialmente de Francia, a la realidad del Maule.

Por lo demás no se puede dejar de mencionar que en la feria, donde se pudo apreciar además de vino, gastronomía de primer nivel , participan solo zonas de Francia, por lo que si el Maule participara con sus vinos el próximo año en esta muestra, sería la primera vez que un país extranjero participa como invitado en esta actividad.

2.7. Sábado 07 de octubre, Embajada

Finalmente la misión culminó en un encuentro con la Embajadora de Chile en Francia, Pilar Armanet, quien, tras escuchar los resultados de la misión y los detalles de las visitas, se mostró dispuesta a seguir apoyando todas las iniciativas en materia tecnológica para la industria del Vino que se desarrollen con Francia.

La embajadora ofreció a los empresarios chilenos su apoyo en todos los ámbitos en especial mediante el Cónsul en Burdeos, el cual está muy bien contactado en la zona y con mucha disposición a trabajar. En cuanto a la imagen país del vino Chileno en Francia, recalcó el respeto por el idioma francés en las campañas comunicacionales.

4. Logros destacables de la Gira Tecnológica

- La previa organización y el desempeño mismo de la misión ha sido exitosa en cuanto a que se cumplió el programa a cabalidad sin contratiempos, y de manera disciplinada y puntual.
- Creo que la estructuración de las visitas estuvo muy bien planificada antes del viaje, estableciendo los contactos con anticipación y teniendo ciertas referencias en relación a las actividades a realizar.
- Una vez en terreno, el grupo estuvo bien organizado en cuanto a las horas de salidas, las horas de llegada a los chateau, etc.
- Técnicamente la misión cumplió con los objetivos propuestos en cuanto a los aspectos vitícolas, enológicos, turísticos y comerciales y se completó el programa a cabalidad.
- Ver culturas distintas en la elaboración del vino
- Darnos cuenta que no estamos tan lejos de ellos
- Conocer a nuestros competidores que es un gran paso para seguir haciendo las cosas bien como creo que se han estado haciendo hasta ahora y posicionarnos en el lugar que nos corresponde ante nuestro consumidores.
- Nos damos cuenta que el vino tiene algo más que el producto que está dentro de una botella, ese algo que apasiona y que identifica a todo un país y que esperamos ocurra con nuestro país algún día.

5. Resultados y conclusiones (en términos generales y específicos)

Quienes hemos participado en esta gira, tenemos ahora una visión más completa del negocio vitivinícola. Hemos visitado algunas de las bodegas más exitosas del mundo desde el punto de vista comercial y enológico. Creo que es fundamental para un vitivinicultor poder alguna vez en su vida ver esto, para terminar con mitos como que hacen las cosas de forma muy distinta a nosotros, o que existe alguna fórmula que no quieren revelar. La verdad es que nos damos cuenta de que no hay fórmulas, de que cada uno debe adaptarse a su realidad, a su terroir, a sus propias condiciones climáticas, y de que todo depende en enología. Cada uno apuesta a su propia forma de hacer las cosas, y los enólogos son bastante generosos en compartir sus conocimientos y experiencias.

GENERALES

- La misión nos da la posibilidad de conocer a empresarios nacionales relacionados al rubro vitivinícola con quienes se puede compartir experiencias, conocer dificultades y obtener soluciones en relación a los problemas que debemos enfrentar a nivel nacional.
- La industria vitivinícola Chilena esta en un muy buen pie en lo que se refiere a aspectos cualitativos y el éxito comercial dependerá de la asociatividad que logremos como país, convenciéndonos que nuestra competencia no es la bodega de al lado sino los vinos Australianos, Neozelandeses, Sudafricanos, Californianos, etc.
- Hay ciertas cosas que nos quedaron muy claras: el esforzarse mucho en la selección de la fruta, en acoger a las visitas de muy buen modo para darse a conocer, y en respetar el medio ambiente.
- El sólo hecho de haber compartido esta gira con otros productores nacionales nos dió la posibilidad de aprender unos de otros, al ir comentando lo que cada uno hace en su bodega.
- El hecho de haber conocido directamente a algunos empresarios podría hacer posible el asociarse con alguno de ellos, ya sea comercialmente o como una forma de colaboración tecnológica o enológica. Para ello es necesario mantenerse en contacto con ellos y proseguir con actividades que nos sigan acercando.
- La gira tecnológica fue de gran utilidad para entender mejor donde estamos parados, como estamos haciendo las cosas, que debemos corregir y la inmensa tarea que tenemos por delante. El nivel de los participantes, los lugares visitados fueron altamente provechosos y sin duda nos permitirán seguir avanzando en nuestro proyecto.

- La organización de la gira fue extraordinariamente buena y el éxito de la misión se debió precisamente a la buena organización y al buen nivel de los participantes y de los lugares escogidos. Fue impactante la recepción que tuvimos, la apertura y acogida de cada uno de los lugares que visitamos, la enorme pasión y empeño que ponen para hacer su negocio lo que me parece debemos imitar.
- No cabe duda que este tipo de iniciativas debieran repetirse en el futuro ojala en aquellos lugares que van más adelante que nosotros en la batalla por lo mercados vitivinícolas, como por ejemplo Australia.

VITICULTURA

- Las condiciones de recepción de la uva en las bodegas en Francia deja mucho que desear ya que no logran madurez de pepas y a la abundante presencia de pudrición. (Aspectos fuertemente criticados por enólogos Franceses en Chile).
- La viticultura francesa está orientada a la obtención de vinos de calidad en relación a los manejos, las cargas y las variedades. Sin embargo deben luchar con eventuales condiciones climáticas adversas que hace difícil, pese al manejo, la obtención de vinos excepcionales.
- La viticultura nacional, Valle del Maule, tiene la posibilidad cierta de obtener materia prima de excelente calidad si se orientan los trabajos a este fin.
- Chile tiene mejores condiciones de madurez dadas por el mejor clima, lo que para ellos es mucho mas difícil obtener fruta de buena calidad.
- La conclusión que se saca de esta gira es que nos queda por aprender pero no estamos tan lejos, ya que tenemos una materia prima de muy buena calidad, cada vez mas las bodegas mejorando sus instalaciones y profesionales en el rubro cada vez más calificados y competentes como quedo demostrado en esta gira.
- En el tema fitosanitario, Chile posee una ventaja indesmentible, ya que se encuentra libre de algunas plagas y enfermedades gracias a su aislamiento debido a sus límites naturales, además de poseer un clima muy favorable para el cultivo de la vid, con lluvias concentradas solo en los meses de invierno, lo que implica que la presión algunas enfermedades presentes no sea lata, teniendo excepciones en algunos años lluviosos.
- Hay que trabajar más el concepto de terroir, el ubicar las zonas específicas para las cepas específicas, tal como allá.
- El clima en Burdeos general presenta condiciones distintas y mas limitantes a las chilenas, sin embargo, han destacado en producir en el segmento alto, vinos de muy buena calidad.

ENOLOGIA

- En el aspecto enológico, no observamos grandes diferencias en cuanto a la implementación de las bodegas y de las cavas de vinos en comparación a lo que tenemos en las empresas del Valle del Maule. Es más, creo que en cuanto a avances tecnológicos, Chile se permite jugar más con maquinaria e insumos para distintos objetivos y subirse al carro de las nuevas formas de vinificar de los países del Nuevo Mundo.

- Las vinificaciones tradicionales que se realizan en Francia, tarde o temprano harán que el sector vitivinícola se encuentre aislado del avance mundial, centralizando sus vinos cada vez más al mercado local.
- Los enólogos franceses (en Chile) predicán más de lo que hacen y es nuestra responsabilidad imitar solo aquellas cosas que nos aporten a nuestro desarrollo como industria y discriminar las cosas que se pueden hacer pero siempre acomodándola a nuestra realidad y condiciones.
- La calidad de los vinos chilenos no tienen absolutamente nada que envidiarles a los franceses ya que también logran un amplio abanico de aromas y bocas caracterizadas por excelente estructura, persistencia y concentración polifenólica.

COMERCIALES

- Tal vez un punto que todavía nos queda pendiente es la marca Chile que tenemos que trabajar para ser reconocidos a nivel mundial como se merecen nuestros vinos que están al mismo o mejor nivel que los vinos que nos toca degustar en Francia.
- Se debería fomentar el consumo del vino, pero con educación, siendo Francia un gran consumidor de vino (54 lts/persona/año), no se ve el alcoholismo que hay en Chile como se presumiría a ver las cifras de consumo de alcohol.
- Nos llevan mucho tiempo de ventaja en lo que se refiere a la tradición vitivinícola que se refleja en su experiencia comercial donde logran vender sus vinos antes de hacerlos, llevando el aspecto cualitativo a un segundo o tercer lugar después, incluso, de la “poco comprensible” Denominación de Origen.
- De la venta de los vinos en los Chateaux no se pueden rescatar muchas cosas, ya que es bastante fácil para ellos, ya tienen un mercado ávido de sus productos que lo compra en pocos días, la mayoría los vende a través de negociantes los que van aumentando el valor del producto a lo largo del canal de distribución.
- El margen obtenido en el segmento alto es tal que les permite hacer inversiones año a año en las viñas y son capaces de mantener altos niveles de mano de obra (especialmente Chateau Pape saint Clement). En vino varietal es más difícil ya que el costo en la zona, por botella es de alrededor de 12 euros por botella ex-planta y en esta categoría el precio mercado es de 6; por lo que otras viñas quedan en una mala posición.
- El sistema de denominación de origen no es muy justo, salvo en Saint Emilion. Sólo se benefician los que llegan a ser un Grand Cru. Queda la alternativa para la masa, en salir de esta DO y seguir el modelo varietal.
- A pesar de gozar Francia con un prestigio centenario y de llevarnos gran ventaja cronológica en su promoción, ellos siguen haciendo un esfuerzo por promover sus vinos como lo vimos en

Montmartre, y como esa feria, en otras muchas que se celebran en las diversas denominaciones de origen todos los años.

- Efectivamente los franceses son los número uno en el mundo en la creación de marcas y valor al vino. Durante siglos han desarrollado un producto que el mundo reconoce como los mejores y están dispuestos a pagar por ellos altísimos precios. Nosotros debemos tomar nota de aquello y desarrollar una estrategia de marketing que nos permita dar a conocer nuestros productos en el mundo, agregarle valor proyectando identidad, cultura, con una estrategia y comunicación ad-hoc; en definitiva tenemos que crear una imagen y una marca país CHILE.
- Debemos desarrollar una estrategia de marketing y un plan comercial asociativo que nos permita a los pequeños y medianos productores de Chile salir a competir y darnos a conocer en las grandes ligas del comercio mundial de vinos, cosa que actualmente están haciendo las 3 o 4 bodegas mas grandes de este país; estructurar un equipo profesional idóneo con los recursos suficientes y necesarios para acometer con éxito esta misión.
- En los restaurantes, tiendas de vinos y licores y supermercados de Francia se puede comprobar el desconocimiento total que existe de Chile y sus vinos a nivel de público. Los precios de los vinos chilenos estaban siempre en el último segmento y la ubicación en las estanterías era siempre la más lejana o remota, sin ningún tipo de catálogos o recomendaciones, cuestión que no ocurría con los vinos australianos, americanos e incluso argentinos, donde vendían la Patagonia argentina y el fin del mundo como destino turístico para dar a conocer los vinos.
- En medios más especializados (gente del sector) si están informados y claros de que Chile es un productor de vinos de muy buena calidad y de muy bajo precio y que representamos una amenaza seria para los productores franceses. Dado lo anterior estoy convencido de que es plan de marketing debiera considerar a todo evento dejar claro en el mundo entero que Chile es el mejor país del mundo para producir vinos de alta calidad y a un precio que aún siendo más alto que los actuales, sigue siendo infinitamente más económico que los franceses. Esto debe ser hecho a través de todos los medios posibles y ojalá generando fuerte polémica y discusión masivas desenmascarando y sincerando los mitos franceses cosa que no resultará fácil, porque les ha tomado siglos lograrlo.
- Otro aspecto que me parece fundamental abordar es el de los subsidios que se utilizan en Francia y otros países desarrollados para proteger su agricultura, evitar la emigración del campo a la ciudad, la destilación de los excedentes y el subsidio directo para arrancar viñas, hace que la competencia que debemos enfrentar sea desleal.
- Otro aspecto distorsionador son las exigencias medio ambientales. Además pudimos comprobar que al menos en Burdeos, la capital mundial del vino no existen plantas de tratamiento de riles. Debemos tomar nota de esto, porque la inversiones que estamos obligados a realizar constituyen una pérdida de competitividad y si a esto le sumamos los subsidios de todo tipo y las otras barreras al comercio, el tema se torna aún más complejo.

TURISMO

FRANCIA, es hoy por hoy posiblemente el país de mayor atractivo turístico a nivel mundial. Su historia, su cultura, su gastronomía y su vitivinicultura configuran un todo que se traduce en el éxito y el posicionamiento y el alto valor y reconocimiento que han logrado para sus vinos. A parte de lo anterior y el enorme esfuerzo que representa debemos agregarle la enorme cantidad de subsidios que recibe la actividad y la perfecta combinación (sinergia) que han logrado todos los actores relacionados al turismo vitivinícola. Son verdaderamente unos artistas en vender el cuento asociado al vino. La pasión y dedicación que tienen por el tema es digna de elogios y de todo el reconocimiento.

Llama poderosamente la atención que no existan aspectos destacados en señalética ni en infraestructura para recibir turistas masivos, incluso en algunos chateau como Margeaux no era posible comprar vino. Es que han sido tan eficientes en la colocación de sus vinos y los canales utilizados que no necesitan vender más o es que de esta manera le agregan mayor valor a su producto ¿? .

Lo opuesto ocurre en Paris es verdaderamente impresionante y digno de todo el reconocimiento del mundo como en un esfuerzo conjunto del Municipio de Montmatre, las oficinas de Turismo, las viñas y todo lo que tienen que ver con el tema se las ingenian para organizar una fiesta de la vendimia que dura 3 días, con todo tipo de eventos, stands de productos típicos de cada región y vinos , convocan a mas de 200.000 turistas con una viñita de 1.300 mts cuadrados y 600 litros de vinos. Para recibir estos visitantes Paris tiene las acomodaciones, los atractivos y los encantos más que necesarios para hacer de esta una experiencia inolvidable.

La pregunta del millón es ¿COMO NOS DAMOS A CONOCER EN EL MUNDO Y NOS TRANSFORMAMOS EN DESTINO TURISTICO? Para que el mundo se sorprenda de nuestros vinos (los mejores del mundo) nuestras bellezas naturales, nuestra cultura y nuestra identidad. Como vimos en la gira los franceses tienen siglos de camino recorrido y nosotros estamos dando los primeros pasos, debemos aprender de esta valiosa experiencia, sacar las conclusiones que correspondan y efectuar al más breve plazo posible un esfuerzo conjunto entre el Estado y los privados para dar a conocer a CHILE en el mundo y comenzar a poner las cosas en su justo lugar. No es posible que un vino de inferior calidad, como ocurre con mucho de los vinos franceses tenga un valor muy superior a los vinos chilenos y más encima los vendan con mucha mayor facilidad, debemos explicarle al mundo como son las cosas. En definitiva que tenemos vinos tan buenos o mejores que los franceses y a un

precio muchísimo más bajo, es decir, preferir un vino chileno es adquirir un producto con valor o más conveniente.

Generar una estrategia de marketing que nos permita lograr los objetivos planteados anteriormente supone la conformación de un equipo del más alto nivel y con los recursos suficientes para acometer con éxito esta tarea , VENDER LA IMAGEN DE NUESTRO PAIS CHILE, ya que lamentablemente nadie nos conoce, no sabe donde estamos, no saben lo que hacemos, prácticamente no existimos a nivel de mercado, esto que se dice de manera tan recurrente es una verdad del porte de una catedral y se planean campañas y más campañas y estamos donde mismo, en este empeño hemos fracasado rotundamente, llegó el momento de hacer las cosas en serio y subir a gente especializada y con respaldo en este tema para darnos la posibilidad de figurar en los mercados de interés para Chile. Recorrimos oficinas de turismo en Paris y de latino-américa solo figura escasamente Argentina y eso no es posible, en algo estamos fallando los chilenos.

El turismo mundial aumenta a pasos agigantados, la gente vive más años y tiene más dinero para viajar, ASIA, INDIA, tienen invadido Europa, que es hermosa y tiene muchos atractivos , pero es costosísimo visitarla, mostremos CHILE y sus atractivos al mundo, esto puede traducirse en una industria turística más potente, más empleo, mas y mejor educación, más desarrollo, un mayor crecimiento como país.

Burdeos

Para hablar del turismo asociado a la actividad vitivinícola en Francia, y explicar la fuerza que ha tenido y que sigue teniendo este país en torno al turismo enológico, sin duda hay que remontarse al origen del vino en el mundo, ya que justamente este proceso de fermentación de la uva en vino, nace en Francia y claramente es un factor determinante para poder entender la fuerza con la que desde hace años irrumpe el vino francés en todas partes y la fuerza con la que históricamente ha atraído a millones de turistas a descubrir los encantos de un vino con tradición.

El vino está arraigado en la historia de los franceses, es así como por ejemplo, desde sus orígenes hasta ahora, en Francia se ha considerado el tomar vino un acto noble, que se acompaña cada almuerzo y cena con una copa de vino sin discriminación de edad, algo que se puede apreciar tan solo recorriendo los restaurantes o bares, de esta forma se ha creado una cultura que sabe acerca de vino, y de sus bondades como complemento de la comida.

Otro factor determinante, que de alguna forma también está ligado a que en Francia se originó la vitivinicultura, y que sin duda le da fuerza al turismo enológico, es la arquitectura en torno al vino. La región vitivinícola más importante de Francia, como Burdeos, se puede apreciar claramente ciudades

bien planificadas y que se caracterizan por conservar calles estrechas y ondulantes, con caminos en pendientes, que remontan el pasado, monumentos religiosos, además de los tradicionales Chateaux. Claramente los castillos que rodean a cada una de las viñas, de la época medieval y renacentista, le dan un sentido turístico a la vitivinicultura francesa que nadie querría perderse.

Cada una de las viñas visitadas, contaban con Chateaux en excelentes condiciones, que claramente han sido conservados a lo largo del tiempo con especial preocupación. Además estaba a la vista, en muchos casos, la Suntuosa estancia cuya construcción deslumbrante contrasta con el verdor de los parques cuidados sigilosamente.

Los turistas, dentro de sus panoramas incluyen siempre las visitas a las viñas, creo que encontrarse con los famosos Chateaux, además de acercar a los turistas a la historia de estas casas de los señores feudales, reyes y nobles, los hace disfrutar de una experiencia que parece haber salido de un cuento de hadas. Además es importante señalar que las historias que se tejen en torno a los castillos y que han perdurado de generación en generación, nadie sabe si son o no verdad, ni siquiera se cuestionan, ya que son historias tan envolventes y reales que generan un clima de impresión y misticismo que nadie se atreve a poner en duda.

Da la sensación de que el turista, al igual que este grupo, no llega seducido por una fuerte campaña de merchandising, ya que no es muy común encontrarse con artículos que promocionen en una determinada viña, cabe señalar que muy pocos Chateaux, contaban con sala de ventas en el lugar, llegan solo por la historia, por la tradición, que sin duda se las dio el hecho de ser la cuna de la vitivinicultura mundial. Los franceses en la actualidad están aprovechando lo que construyeron a lo largo de la historia.

Claramente Francia, en el aspecto turístico, está sobre el nivel de los valles vitivinícolas del nuevo mundo, ya que mientras nosotros luchamos por potenciar una imagen a través del turismo o para generar mas turismo, ellos descansan en su tradición y al parecer no les preocupa o no tienen carencia de por ejemplo, publicitar sus viñas, ya que su historia ha hecho que tengan marcas reconocidas en todo el mundo y cuya imagen se asocia indisolublemente a calidad, aun cuando no sean los mejores del mundo.

En general estos Châteaux no están abiertos a público general, la mayoría de ellos reciben visitas programadas con anterioridad.

En gran parte de las visitas fuimos atendidos por los mismos dueños quienes se dieron el tiempo para atendernos, contarnos la historia de su viña, recorrer el viñedo respondiendo a nuestras preguntas y acompañándonos en la degustación de sus vinos.

Hubo algunos casos de chateau en que nos recibió una guía y/o el enólogo quien nos hizo la visita. Me llamó la atención de que en algunos chateau pequeños, la casa prácticamente no tiene jardines, está rodeada de viñas, me imagino que en parte es para aumentar la tierra cultivable y por otra mostrar su gusto y pasión por el cultivo de las parras y elaboración de vino.

Los vinos de esta zona se venden en general a muy buenos precios y “en verde” no existe en las viñas una estructura de ventas ni de marketing y por lo mismo no hacen acciones relacionadas con el turismo en forma individual.

Es a nivel de los pueblos como Saint Emilion, y la ciudad de Burdeos en donde se advierte una fuerte acción orientada a atraer a los turistas con tiendas especializadas en venta de vinos y accesorios, tiendas de galletas y confites preparados con subproductos derivados de la elaboración del vino. Además existen las cofradías que los reúnen torno a ese gusto común que es el vino, que traspasan de generación en generación y que se hacen presente en los pueblos en sus desfiles anuales para las fiestas tradicionales.

Se puede concluir que el turismo no es en ese país una actividad aislada que haga cada persona en particular para atraer gente a su negocio, si no que más bien es una acción de país en que en cada momento del día nos sentimos atraídos porque algo especial hay que ver u oír. Ciudades limpias, tranquilas diseñadas para pasear en vez de comprar ,

- Sin duda, la historia francesa y la explotación de su potencial turístico es lo que soporta el éxito de los vinos de esta nación.
- Con respecto al turismo, Francia es muy fuerte y esta zona también, debido a su gran tradición y a su gran manejo de marketing, teniendo una imagen de ecoturismo muy fuerte, que no se da en Chile, por que nuestro país se debiera preocupar de dar a conocer una imagen de país productor de vino y no solo que tenemos las torres del Paine, los volcanes, los lagos y el desierto de Atacama.
- Es importante el impacto de las viñas y feria de Montmartre en el turista común, es la señal para el que llega a París, que Francia es vino. Lo mismo se está haciendo en Talca y creo que también se podría hacer en otras ciudades o en el centro de Santiago, lugar obligado por un par de días para turistas que van al Norte o Sur del País.

- Podemos tener como inspiración la feria de Montmartre en nuestras próximas fiestas de vendimia. No tenemos la posibilidad de hacer la fiesta en una ciudad espectacular como París, pero sí podemos imitar la forma de animar la feria o fiesta de vendimia apelando a motivos históricos y culturales de forma más espectacular e ingeniosa.

ANEXOS