

La principal tierra del vino de Europa abre sus puertas al negocio internacional en FENAVIN Match en Ciudad Real

Miguel Angel Valverde espera que sector se sienta como en casa en la gran feria del vino español, que ha agendado más de 2.000 reuniones comerciales antes de arrancar

El presidente de FENAVIN y de la Diputación Provincial, Miguel Ángel Valverde, ha dicho esta mañana que FENAVIN Match nace para reforzar la Feria Nacional del Vino, consolidar su presencia más allá de las ediciones bienales y seguir proyectándola como la gran feria del vino español, pero también para que quienes llegan a la capital de la provincia desde todos los territorios vitivinícolas del país y procedentes de 49 países sientan el afecto de una tierra que vive el vino como parte esencial de su identidad.

Valverde apuesta por este nuevo evento centrado exclusivamente en el negocio, iniciativa que, antes de abrir sus puertas, ha agendado más de 2.000 reuniones comerciales, asegurando que FENAVIN quiere seguir siendo la feria de todo el vino español y que ese liderazgo no se sostiene únicamente con cifras, compradores o contactos comerciales, sino también en la capacidad de hacer que quienes participan perciban que esta feria les pertenece.

Por ello, ha explicado que el objetivo de la organización es que bodegas, compradores, distribuidores y representantes del sector sientan el afecto de nuestra tierra, a la que ha definido como el principal territorio vitivinícola de Europa y de España por capacidad productiva. Ha reiterado que organizar un evento de estas características supone asumir una responsabilidad con todo el sector y ha insistido en que resulta tan importante favorecer el negocio y crear oportunidades como conseguir que quienes participan se sientan aquí como en su propia casa.

Ha remarcado que FENAVIN quiere ser un espacio de encuentro donde el vino español encuentre oportunidades comerciales, pero también un lugar donde el conjunto del sector perciba cercanía, acogida y reconocimiento. En este sentido, ha afirmado que la organización trabaja para que quienes vienen a vender o comprar encuentren en Ciudad Real una experiencia diferencial y perciban que FENAVIN continúa siendo la gran feria del vino.

Valverde ha reconocido que existen otros eventos que intentan posicionarse dentro del panorama nacional, pero ha defendido que el objetivo de FENAVIN es seguir siendo la referencia del vino español y continuar ocupando una posición de liderazgo a escala nacional e internacional.

El presidente de la institución provincial ha explicado que FENAVIN Match responde a una reflexión profunda sobre el futuro de la feria y sobre la necesidad de adaptarse a un escenario que cambia constantemente. Ha recordado que durante años FENAVIN prácticamente estuvo sola dentro del panorama de ferias especializadas, pero ha advertido de que el contexto actual exige evolucionar.

Se ha referido a las tensiones geopolíticas, a la transformación tecnológica, a la implantación de nuevas herramientas como la inteligencia artificial y a la aceleración de los cambios económicos como elementos que obligan a renovar formatos y mantener una actitud permanente de mejora. Ante esta situación, FENAVIN -ha dicho- no podía permanecer inmóvil.

Recogiendo una idea expresada por el director de la feria, Manolo Juliá, ha señalado que la creatividad resulta imprescindible, aunque ha añadido que solo funciona cuando se acompaña de planificación, análisis, esfuerzo, reflexión y trabajo continuado. En esa línea, ha justificado el nacimiento de FENAVIN Match como respuesta a una necesidad estratégica, que no es otra que evitar que FENAVIN desaparezca entre ediciones.

Y ha querido dejar claro que no podían mantener en el escenario actual un parón ni un apagón de la actividad de FENAVIN durante los años en los que no se celebra la feria principal. La marca, según ha señalado, tenía que seguir viva, acompañando al sector, manteniendo relaciones, generando oportunidades y demostrando capacidad de evolución.

Valverde ha asegurado que esta nueva iniciativa se ha puesto en marcha con ilusión, recursos, seriedad y humildad y ha avanzado que los primeros indicadores permiten pensar que se trata de una propuesta llamada a consolidarse.

También se ha detenido durante su discurso en el reconocimiento al equipo humano que sostiene el proyecto. Ha agradecido expresamente el trabajo desarrollado por el director técnico de la feria, Manolo Juliá, y por el conjunto de profesionales que han trabajado para que el evento pudiera celebrarse. Asimismo, ha destacado el papel que ha desempeñado la vicepresidenta segunda y coordinadora institucional de FENAVIN, Sonia González, la diputada de Promoción Económica, Rocío Zarco, y los trabajadores del Área de Impulso Territorial y Económico de la Diputación Provincial.

Desafío de David frente a Goliat

En otro momento de su intervención, para explicar el desafío que supone organizar una feria de la magnitud de FENAVIN desde Ciudad Real, ha recurrido a la imagen de David frente a Goliat. Ha comentado que se trata de una provincia de alrededor de medio millón de habitantes y de una capital de poco más de 77.000 vecinos que compite dentro de un entorno cada vez más exigente y con recursos limitados. Y aunque FENAVIN cuenta con el apoyo del Estado y de la Junta, a través del ICEX y del IPEX, FENAVIN Match ha corrido a cargo solo y exclusivamente de la Diputación de Ciudad Real, con el esfuerzo que ello implica.

En otro orden de cosas, ha puesto de manifiesto el trabajo de internacionalización que desarrolla la feria cuando ha hecho referencia a que acompaña a bodegas en acciones comerciales en exterior. En concreto, ha citado iniciativas recientes en mercados como Corea del Sur, Filipinas, Tailandia o Vietnam. A este respecto, ha querido dejar claro que uno de los objetivos es seguir mostrando al mundo el potencial del vino español, de Castilla-La Mancha y de la provincia, al que ha definido como un producto que combina calidad, capacidad productiva y competitividad.

En clave económica ha recordado que las exportaciones de vino de la provincia de Ciudad Real han pasado de poco más de 80 millones de euros a comienzos de siglo a superar actualmente los 480 millones. Ha atribuido ese crecimiento al esfuerzo de agricultores, cooperativas, productores y bodegas para modernizar instalaciones, incorporar tecnología, aumentar la calidad y abrir nuevos mercados, aunque también ha reivindicado el papel que ha desempeñado FENAVIN como instrumento de impulso comercial.

Ha añadido que el vino representa actualmente cerca del 11 por ciento del PIB provincial y sostiene una extensa red económica vinculada al empleo, el transporte, la logística, la comercialización y el desarrollo del territorio.

Asimismo, ha destacado el peso específico que mantiene la provincia de Ciudad Real dentro de esta primera edición de FENAVIN Match, donde aproximadamente el 25 por ciento de las bodegas participantes pertenecen a la provincia y cerca del 50 por ciento proceden del conjunto de Castilla-La Mancha.

Valverde ha señalado, por otra parte que espera que esta nueva iniciativa se consolide como complemento estable de FENAVIN y que esta primera edición sea la primera de muchas más. Y ha

concluido reafirmando que FENAVIN seguirá recibiendo con los brazos abiertos a bodegas, compradores, distribuidores y territorios vitivinícolas porque el vino -ha añadido- es oportunidad económica, pero también un sector mediante al que mostramos al mundo una provincia que quiere seguir creciendo sin dejar de ejercer como anfitriona de la venta del vino español al resto de mundo.

FENAVIN evoluciona

La vicepresidenta segunda de la Diputación Provincial de Ciudad Real y coordinadora institucional de FENAVIN Match, Sonia González, ha definido la puesta en marcha de esta iniciativa como un paso que otorga una nueva dimensión a la Feria Nacional del Vino y permite proyectar su capacidad de generar oportunidades más allá del calendario tradicional del certamen.

Durante su intervención en el acto inaugural ha agradecido el respaldo recibido por parte del conjunto del sector y de las instituciones presentes en una jornada que ha enmarcado dentro del 25 aniversario de FENAVIN. Ha trasladado su reconocimiento a bodegas, compradores nacionales e internacionales, representantes institucionales, medios de comunicación y autoridades presentes, destacando, además, como también lo ha hecho Valverde, la presencia del embajador de Japón y la incorporación prevista del embajador de Costa de Marfil como muestra del alcance internacional que continúa consolidando la feria.

González ha querido poner el foco en el trabajo desarrollado para hacer posible esta primera edición de FENAVIN Match, agradeciendo expresamente el esfuerzo de los técnicos de la Diputación Provincial, del equipo organizador de FENAVIN y de su director técnico, Manolo Juliá, así como de los integrantes de la mesa de seguimiento del proyecto.

Ha extendido ese reconocimiento a las organizaciones empresariales, a la Cámara de Comercio, FECIR, las organizaciones agrarias, la Interprofesional Vitivinícola, ASAJA, las denominaciones de origen, los grupos políticos de la Corporación Provincial y al conjunto de entidades colaboradoras que contribuyen a mantener a FENAVIN como referente nacional e internacional.

Ha remarcado que FENAVIN Match no constituye únicamente un encuentro comercial, sino una nueva forma de acompañar al sector del vino español, al de Castilla-La Mancha y especialmente al de la provincia de Ciudad Real, indicando que, si algo caracteriza a FENAVIN, es su capacidad para evolucionar, escuchar al sector y generar respuestas útiles en cada momento, definiéndola como un proyecto colectivo construido desde el consenso que sitúa al vino y su comercialización en el centro de todas las decisiones.

Con esa filosofía -ha explicado- nace FENAVIN Match, una iniciativa basada en una idea estratégica: “Si FENAVIN es la gran feria del vino español y tiene carácter bienal, su capacidad para generar oportunidades no puede limitarse únicamente a los días de celebración ni detenerse entre una edición y otra”.

En ese sentido, ha defendido que FENAVIN debe mantener una presencia constante, acompañando al sector entre ferias, apoyando a productores y elaboradores y continuando la apertura de oportunidades especialmente en momentos de incertidumbre internacional y de transformación de los mercados. También ha dicho que FENAVIN Match nace porque una marca consolidada tras 25 años de trayectoria debe convertirse también en una herramienta permanente al servicio de las bodegas.

González ha destacado que la respuesta obtenida en esta primera edición ha superado las expectativas iniciales y demuestra que el sector comparte plenamente esta visión. No en vano, ha detallado que participan 350 bodegas y que hasta Ciudad Real se han desplazado más de 250

compradores, de los cuales cerca de 200 son internacionales y proceden de 49 países, un dato que ha valorado especialmente teniendo en cuenta el actual contexto internacional marcado por tensiones geopolíticas y dificultades comerciales.

Para la vicepresidenta segunda, reunir en Ciudad Real a compradores procedentes de cerca de medio centenar de países constituye una magnífica noticia para las bodegas y para el conjunto del sector vitivinícola. Del mismo modo, ha subrayado que en esta edición están representadas todas las indicaciones geográficas del vino español, convirtiendo FENAVIN Match en un reflejo del conjunto del sector nacional.

Más allá de las cifras, ha situado esta iniciativa dentro de una estrategia más amplia impulsada por la Diputación Provincial de Ciudad Real para favorecer la internacionalización como eje de crecimiento económico. A este respecto, ha recordado programas como Reto Internacional y Reto Exporta, desarrollados junto a la Cámara de Comercio, y la inversión superior al millón de euros destinada a impulsar la apertura de nuevos mercados y fortalecer sectores estratégicos como el vitivinícola.

Según González, exportar no beneficia únicamente a una empresa, sino que repercute directamente sobre el conjunto del territorio porque fortalece el sector Primario, incrementa el valor añadido industrial y genera actividad en ámbitos como el transporte, la logística, el comercio, el turismo, la investigación, la innovación y el desarrollo.

No obstante, ha precisado que el futuro del sector pasa por seguir avanzando en profesionalización y capacidad exportadora, motivo por el que la Diputación mantiene iniciativas junto al IES Maestro de Calatrava para acercar al alumnado del módulo de Comercio Internacional a la realidad del sector y apoyará nuevas líneas de colaboración vinculadas a la formación y al ámbito universitario en colaboración con la Escuela de Ingenieros Agrónomos del campus de Ciudad Real.

La coordinadora institucional de la Feria Nacional del Vino ha finalizado diciendo que apoyar el vino es apoyar el empleo, la riqueza, la innovación y el futuro de la provincia porque, según ha remarcado, cuando avanzan las bodegas avanza también Ciudad Real. También ha deseado que las reuniones y contactos que nazcan a raíz de FENAVIN Match se traduzcan en nuevos mercados, nuevos acuerdos y éxitos comerciales para las bodegas participantes.

Complemento estratégico

El director de FENAVIN Match, Manuel Juliá, ha destacado que esta nueva iniciativa nace con vocación de continuidad y como complemento estratégico a FENAVIN, permitiendo mantener la actividad comercial y promocional del sector vitivinícola entre ediciones de la feria. Durante su intervención, ha agradecido el respaldo de la Diputación de Ciudad Real y, especialmente, el compromiso de su presidente para hacer realidad un proyecto que considera llamado a consolidarse en el tiempo.

Manuel Juliá ha defendido la creatividad como el concepto que mejor define tanto a FENAVIN, porque combina imaginación, conocimiento, planificación, decisión y estrategia para alcanzar nuevos objetivos y ha recordado que la historia de Feria Nacional de Vino ha estado marcada por la capacidad de innovar desde una posición de aparente desventaja, comparando su evolución con la metáfora sobre que “David siempre puede vencer a Goliat si es más creativo que Goliat”.

Asimismo, ha puesto en valor que la feria ha sido pionera en el desarrollo de herramientas orientadas a facilitar el negocio internacional del vino, como el Centro de Negocios, el Buscador de Negocio o la Galería del Vino. En esa misma línea, ha avanzado una de las principales novedades de

FENAVIN Match: el programa “Contacto Directo”, una herramienta basada en códigos QR que permitirá a compradores y bodegueros comunicarse de forma inmediata para concertar encuentros comerciales durante el evento.

Finalmente, Juliá ha remarcado que FENAVIN Match no pretende sustituir a la feria presencial, sino complementarla y reforzar su impacto, confiando en que la iniciativa contribuya a generar oportunidades de negocio para las bodegas participantes y, con ello, al crecimiento económico de la provincia y del sector vitivinícola.

Por otra parte el alcalde de Ciudad Real, Francisco Cañizares, ha mostrado el orgullo que supone para la ciudad acoger una nueva iniciativa vinculada a la Feria Nacional del Vino. Ha puesto en valor la trayectoria de FENAVIN como una herramienta clave para la promoción e internacionalización de los vinos españoles, especialmente de una tierra como Castilla-La Mancha, estrechamente ligada a la producción vitivinícola desde hace siglos.

Cañizares ha ensalzado la consolidación de FENAVIN como una referencia indiscutible dentro del panorama nacional gracias a su capacidad para conectar a las bodegas con mercados de todo el mundo y generar oportunidades de negocio para el sector. Asimismo, ha destacado que la feria ha sabido evolucionar y adaptarse a las nuevas necesidades del mercado, manteniendo vivo su carácter innovador y su vocación de crecimiento.

En este contexto, ha definido FENAVIN Match como el hito más importante incorporado a la feria en los últimos quince años, una iniciativa llamada a convertirse en un elemento esencial para el desarrollo futuro de la actividad ferial. El alcalde ha felicitado a la organización por el éxito de convocatoria alcanzado, reflejado en la participación de numerosas bodegas y empresas exportadoras que mantendrán encuentros comerciales en las instalaciones del IFEDI de Ciudad Real. Y ha reconocido el trabajo de todos los profesionales que hacen posible el sector del vino, destacando el esfuerzo diario de quienes trabajan para producir un producto que identifica a la provincia y constituye una de sus principales señas de identidad.

En este sentido, ha afirmado que el vino representa no solo una tradición profundamente arraigada en el territorio, sino también una importante vía de “desarrollo futuro y de internacionalización de nuestras empresas”.

Finalmente, el alcalde ha agradecido a la Diputación Provincial y a la organización de FENAVIN, a su director Manuel Juliá, su apuesta por esta nueva herramienta de negocio, convencido de que FENAVIN Match está llamada a convertirse en una referencia única dentro del sector, favoreciendo el intercambio de experiencias, el establecimiento de contactos comerciales y la apertura de nuevas oportunidades para las bodegas españolas en los mercados internacionales.

El acto de inauguración ha terminado con una visita de las autoridades por todas las instalaciones.