

Promoción e innovación, claves ante la pérdida de viñedo en Montilla-Moriles

[DC eldiadicordoba.es/cordoba/promocion-innovacion-claves-vinedos-moriles-montilla_0_1757224607.html](http://eldiadicordoba.es/cordoba/promocion-innovacion-claves-vinedos-moriles-montilla_0_1757224607.html)

15 de enero de 2023

La promoción y la innovación en la producción son las claves para frenar la pérdida de superficie de viñedo en la zona de **Denominación de Origen Montilla-Moriles**, que está siendo sustituida por olivos, según un estudio sobre su espacio agrario del grupo de investigación Estudios de Geografía de la Universidad de Córdoba.

El trabajo, el más amplio y global realizado sobre este territorio en las últimas décadas y desarrollado por los investigadores Rafael Garzón-García y Rafael F. Vega-Pozuelo, tiene como conclusión principal que Montilla-Moriles "es un espacio actualmente con tendencias negativas, regresivas, pero también con importantes posibilidades, que fundamentalmente se asocian a la **necesidad de una reestructuración, de un cambio en el modelo del marco**".

Así lo asegura Garzón-García, profesor de Geografía y Ciencias del Territorio de la Facultad de Filosofía y Letras, que concreta que el trabajo destaca las posibilidades del marco "sin renunciar a los elementos de diferenciación, todo lo contrario, enfatizando el elemento de diferenciación de Montilla-Moriles, pero, al mismo tiempo, la necesidad de **adaptación a las nuevas tendencias de consumo de vino** para que el marco no continúe este proceso de regresión y de pérdida de superficie de cultivo".

Tras un largo proceso de realización de encuestas, trabajo de campo y contacto con productores, han constatado "un factor claramente de retroceso, cuya principal manifestación es la **pérdida progresiva de la superficie de viñedo**, desde más de 20.000 hectáreas que había a finales de los 70 y principios de los 80 del siglo pasado a las poca más de 5.000 que hay en la actualidad".

En el estudio se afirma que "la regresión experimentada viene motivada no tanto por los factores de producción, sino, sobre todo, por la dificultad de los productores de adaptarse a las nuevas demandas y **conseguir una adecuada proyección comercial de sus caldos**".



Tres de los profesores que han publicado el estudio sobre el viñedo. / Rafa Alcaide / Efe

El trabajo, titulado *Un espacio agrario entre el retroceso y la reestructuración: el viñedo de Montilla-Moriles*, surge de "la constatación de que no existía **un estudio de conjunto del espacio vitivinícola** de Montilla-Moriles, sino trabajos de carácter más parcial, como los tipos de vinos o la evolución de la superficie de viñedo", señala Garzón-García.

"Pensamos que el análisis geográfico podía permitir ese estudio de conjunto sobre la totalidad de aspectos del marco", por lo que lo han analizado desde fuentes muy diversas durante un período relativamente prolongado", tras lo que han intentado "advertir las **causas de ese retroceso**, de lo que no se es quizás muy consciente en Córdoba".

Los investigadores han concluido que la principal causa es "la inadecuación del marco a las tendencias más actuales del mundo del vino". "El marco fomenta principalmente vinos tradicionales, de alta graduación, generosos, y, hoy día, las tendencias principales en el consumo de vino no van tanto por ahí; van más por el énfasis en **vinos más novedosos, más jóvenes** que, sin embargo, Montilla-Moriles no fomenta excesivamente", ha precisado.

En todo caso, subraya, "puede tener grandes posibilidades en el fomento de algunas nuevas tipologías de vino, que, incluso, están empezando a desarrollarse de manera incipiente, por ejemplos vinos jóvenes o los **vinos de tinaja**, pero que todavía no se están produciendo a gran escala".

El estudio, señala su autor principal, "ha detectado que existe una cierta dualidad, con productores, sobre todo grandes productores, muy tradicionales, que defienden más la idea de ese carácter tradicional del marco, y otros que, a partir de ese carácter, al que

tampoco renuncian, son cada vez más conscientes de la necesidad de mayor innovación y de diversificación en la producción, **sin renunciar a esos vinos generosos, de alta graduación**".

El estudio asegura que la fuerte atomización "ha contribuido a la difícil viabilidad de muchas explotaciones y, por ende, al creciente retroceso y fragmentación del cultivo, en su mayoría en **parcelas de pequeño tamaño, muchas rodeadas de olivos**, gran expansión creciente".

Para Garzón-García ahora "se observa muy bien cómo el retroceso en la superficie de viñedo es mucho menor". "Ya se habla actualmente de una estabilización en viñedo e, incluso, el crecimiento en algunos indicadores, como en comercialización en algunas formas de vino, y de vinagres también, más novedosos nos indica cómo **el mercado responde positivamente a esas nuevas formas de producción**", asegura.

El trabajo apunta a que Montilla-Moriles necesita **un mayor proceso de difusión y promoción** de sus producciones. "Es bastante conocido en una escala de proximidad, provincial de Córdoba o regional de Andalucía, pero muy poco promocionado a escala más global, nacional o internacional", afirma.

A su juicio, a partir del elemento diferencial de Montilla-Moriles, que es la alta graduación natural, "la existencia de **una variedad propia como es la uva Pedro Ximénez**, la innovación y la diferenciación deben ser el principal elemento para frenar la pérdida de superficie, e incluso, y para un posible incremento a un futuro corto o medio plazo".