



PTV

PLATAFORMA
TECNOLÓGICA
DEL VINO

"Líneas Prioritarias del Área de Producto"

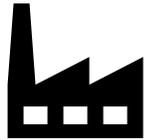
Mario de la Fuente
Gerente PTV

Madrid, 20 febrero 2020

PTV cifras en 2019



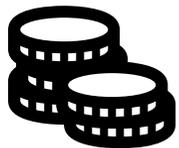
Líder de la I+D+i del sector vitivinícola español



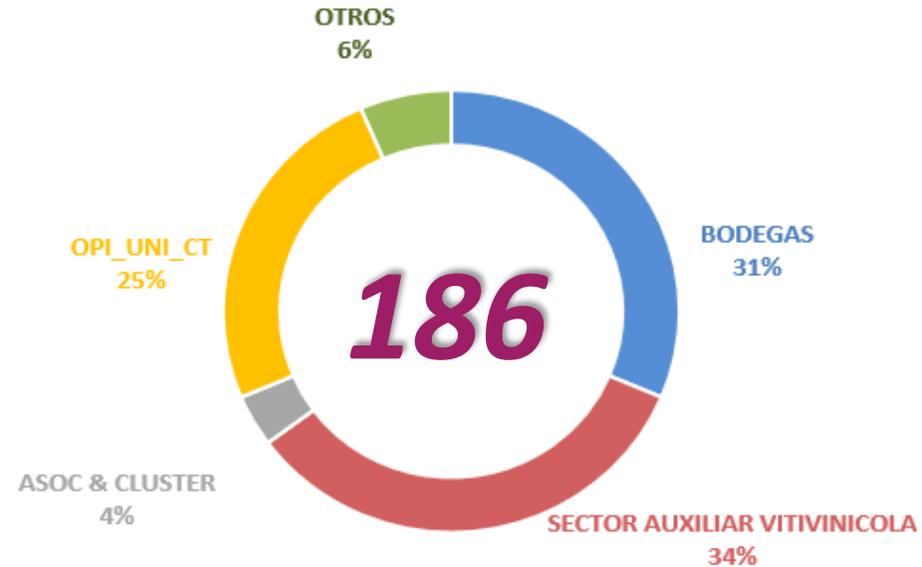
Más de **180 socios** (59 bodegas de manera directa y 127 indirecta)



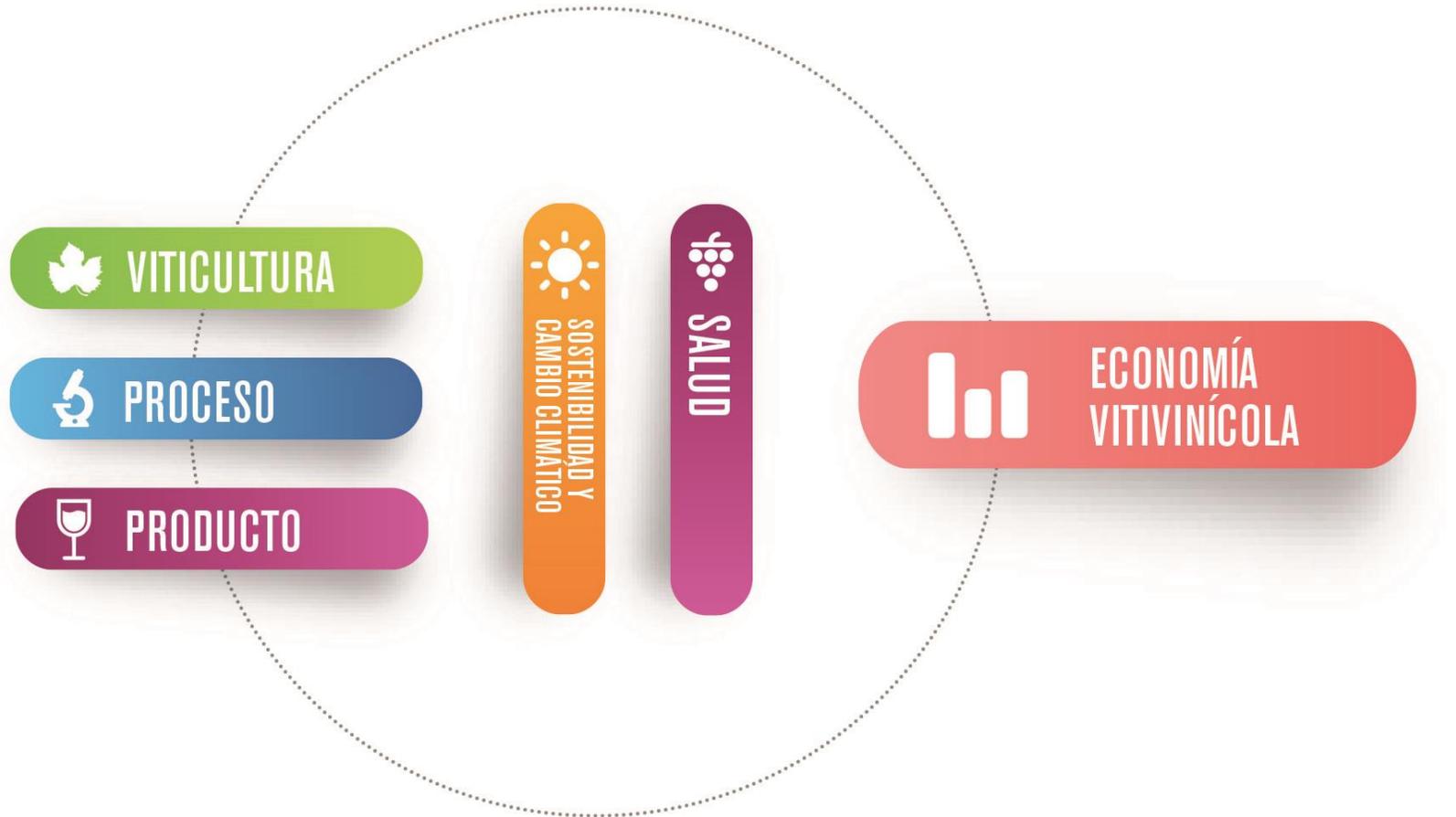
Promoción (3º P.E) de **63** proyectos de I+D+i, que suponen más de **29 M€ de financiación**.



2019: 13 proyectos aprobados, de los cuales **2** proyectos son relativos a **Producto**. **+ 800 Mil €**



6 áreas de interés que abarcan toda la cadena de valor del vino



COMPOSICIÓN



Área de Viticultura



Salvador Guimerá Girón.
Director de Producción en Bodegas González Byass.



Jesús Yuste Bombín.
Investigador de Viticultura en el Instituto Tecnológico Agrario de Castilla y León (ITACYL).



Área de Sostenibilidad y Cambio Climático



Mireia Torres Maczassek.
Directora de I+D+i en Miguel Torres S.A.
Presidenta de la Comisión Técnica PTV.



José Ramón Lissarrague.
Profesor Titular de la Universidad Politécnica de Madrid. Dpto. Producción Vegetal: Fitotecnia, GI Viticultura.



Robert Savé Monserrat.
Coordinador de vitivinicultura en Institut de Recerca i Tecnologia Agroalimentàries (IRTA).



Área de Proceso



Sergi de Lamo Castellví.
Director General del Parque Tecnológico del Vino (VITEC).
Vicepresidente de la Comisión Técnica PTV.



Pablo Ossorio.
Enólogo y Director de Oenoconsulting.



Área de Salud



Alberto Guadarrama.
Director de I+D en Grupo Matarromera.



M^a Victoria Moreno Arribas.
Investigadora Científica del CSIC adscrita al Instituto de Investigación en Ciencias de la Alimentación (CIAL).



Área de Producto



Juan Park.
Director de Wine Intelligence en Sudamérica e Iberia.



Antonio Palacios García.
Gerente de Laboratorios Excell Ibérica.



Área de Economía y Vitivinícola



Juan Vázquez Gancedo.
Director General de Bodegas Martín Códax.



Raúl Compés López
Profesor titular de la Universidad Politécnica de Valencia. Departamento de Economía y Ciencias Sociales.

Proyectos aprobados en 2017

PROYECTO	PPTO.	FIN.
Aptitud enológica de viñedos prefiloxéricos de la variedad verdejo para obtención de nuevos vinos blancos ecológicos (INECOVER17)	446.111,00 €	379.194,00 €
Modulación de la expresión aromática de tempranillo en castilla-la mancha basada en estrategias vitícolas (TEMPEXPRES)	537.600,00 €	456.960,00 €
Valorización de materiales tradicionales para vinificación de vinos de calidad (GOVALMAVIN)	53.900,00 €	53.900,00 €
TOTAL	1.037.611,00 €	890.054,00



Proyectos aprobados en 2018

PROYECTO	PPTO.	FIN.
Utilización de resinas para la eliminación de sulfitos de mostos blancos sulfitados (SULFIRES18)	72.532,95 €	41.534,00 €
Estrategias ecológicas y tecnológicas para mejorar la frescura de vinos españoles (FRESHWINES)	2.000.476,00 €	903.173,20 €
Influencia de los ultrasonidos en las reacciones de esterificación durante la elaboración de vinos (ULTRAESTER18)	74.689,06 €	43.690,46 €
TOTAL	2.147.698,01 €	988.397,66 €

Proyecto dinamizados en 2019

PROYECTO	PPTO.	FIN.
La huella digital del jerez mediante resonancia magnética nuclear (JEREZ-RMN)	321.229,00 €	273.137,78 €
Mejorando la estructura coloidal del vino: nuevas herramientas de interés (WINEBALANCE)	622.961,00 €	529.517,00 €
Red nacional de intercomparación en análisis sensorial sector vitivinícola (SENSEWINE)	510.207,27 €	510.207,27 €
TOTAL	1.454.397,27 €	1.312.862,05 €

Verde: aprobado
Amarillo: en evaluación
Rojo: denegado

ANÁLISIS DAFO: PRODUCTO

FORTALEZAS

- Alta relación Calidad/Precio del vino de España, la mejor a nivel internacional. (A demostrar o cuantificar).
- Importante peso específico del sector del vino en el ámbito de la industria alimentaria. Clúster del vino, aceite, cereales, jamón. Embutidos
- Entrada en el sector vitivinícola de viticultores y bodegueros y técnicos jóvenes con mentalidad innovadora y de calidad, además de mentalidad más holística, global y más habituados a trabajar en puestos de exportación.
- Comunidad de científicos muy productiva en I+D y multidisciplinar por parte de los Grupos de investigación universitaria y de centros privados.
- Concentración productiva en grandes bodegas y grupos.
- Producción de graneles de buena calidad a precios muy competitivos para la exportación.
- Capacidad de producir una gran variedad de productos (tinto, blanco, rosado, espumoso y fortificados), algunos bien reputados.
- Gran número de vinos varietales autóctonos y de regiones productivas reconocidas en mercados internacionales.
- Positiva percepción de España como país en mercados internacionales, aunque no muy profunda.

DEBILIDADES

- Producto poco orientado a las demandas del consumidor doméstico e internacional.
- Poca conexión entre productores vino y canales de distribución.
- Sector cooperativista poco implicado en comercialización de vino embotellado
- Falta de adaptación del producto a itinerarios y stress en el transporte.
- Producto: poca homogeneidad por efecto cosecha y lote. Bajo potencial aromático y de longevidad en blancos. Escasa atención a los rosados según tendencias.
- Regulación certificada algo laxa de vinos ecológicos, Biodinámicas extranjera y sin regulación en naturales y/o vinos sin sulfuroso.
- Éxito vinculado a puntuaciones procedentes de líderes extranjeros.
- Carencia de modelos de atributos olfato-gustativos de los vinos.
- Desconocimiento por parte de los consumidores de mercados internacionales de la gran mayoría de variedades, regiones y marcas españolas.



ANÁLISIS DAFO: PRODUCTO



OPORTUNIDADES

- Demanda creciente de vinos de baja graduación alcohólica/vinos sin/ vinos ecológicos/ saludables/ estables sensorial y microbiológicamente.
- Relacionar suelo/viticultura con propiedades sensoriales de los vinos.
- Diversificación: derivados con base vino.
- Concepto “Hiperterruño Ibérica”: integración de VARIEDADES/GEOGRAFÍA/HISTORIA.
- Comercialización de vinos a granel de alto valor añadido embotellados en destino.
- Desarrollo de nuevas redes logísticas y envases para evitar estrés de transporte.
- No se generan subproductos y derivados en todas las etapas productivas.
- Nuevos envases inteligentes
- Oferta turística de mar e interior muy potente a día de hoy unidos a valores culturales muy amigables con el vino, como arquitectura, pintura e historia.
- Desarrollo tecnológico muy potente en control de producto.
- Desarrollo de mercados emergentes y nuevos consumidores de vino.

AMENAZAS

- Sólo el 20-25% de “nuevos productos” mantienen su estatus de cadena de valor para el que fueron diseñados.
- Poco interés por parte del sector por conocer las exigencias y demandas de los consumidores a nivel internacional. Miedo a perder la identidad y la tradición.
- Países competidores desarrollándose en mercados emergentes antes que los domésticos.
- Países competidores con mayor enfoque marquista que los nacionales.

OBJETIVOS DEL ÁREA DE PRODUCTO



1. Desarrollar nuevas estrategias de adaptación del vino al Mercado.

- **Envases, cierres y etiquetas inteligentes.**
- **Estudios de demanda y preferencias o percepción del consumidor.**
- **Aplicación de nuevos análisis de respuesta de consumidores a través de consultas – marcadores y atributos de productos.**

2. Caracterización del producto como herramienta de valorización ante el consumidor.

3. Desarrollar nuevos envases para vino y estrategias de control de la trazabilidad del producto.

4. Desarrollar y validar productos derivados de la uva y el vino.

5. Enoturismo.





PTV

PLATAFORMA
TECNOLÓGICA
DEL VINO

Mario de la Fuente

Gerente

Telf. 913 570 798

gerencia@ptvino.com

Victoria Humanes

Comunicación

Telf. 913 570 798

comunicacion@ptvino.com

Ariana Portella

Secretaria Técnica

Telf. 913 570 798

secretaria@ptvino.com



www.ptvino.com



[@PT_Vino](https://twitter.com/PT_Vino)



[Facebook/PTVino](https://www.facebook.com/PTVino)

