

6 siglos de historia de nuestros vinos y aún nos planteamos dudas de su compra y consumo

Segundo ciclo de [Hablan los Expertos](#) 'El Vino Canario ante el desafío del COVID-19'.

6 siglos de historia de nuestros vinos y aún nos planteamos dudas hacia su compra y consumo. Entrevista a David Noel Ghosn.

Como adelanto a la MasterClass Online del sábado 30 a las 11:30, les adelantamos entrevista con [David Noel Ghosn](#) con algunos de los tópicos que entrarán en debate.

La Entrevista



6 siglos de historia de nuestros vinos y aún nos planteemos dudas hacia su compra y consumo

José Garavito.- ¿Cuáles crees serán las claves para sobreponer el sector a la crisis que ya comienza a vivir?

David Noel Ghosn.- En primer lugar considero hay que hacer un balance de la situación anterior y la que estamos viviendo actualmente, son dos escenarios totalmente diferentes, no podemos pensar como antes, los procesos de orientación del mercado deben cambiar, sobre todo a no jugar todas las cartas al sector hostelería (se ha visto las orejas al lobo) sino también del consumidor de casa que ha salvado parte de los ingresos del confinamiento donde cierta “culpa” la tienen las promociones realizadas en RRSS, AAPS, otros.

La sostenibilidad social, mediante la reinserción laboral de los empleados dependientes directa o indirectamente de las bodegas y la sostenibilidad económica, abriendo nuevos canales de comercialización como garante de presente y futuro, donde

la inversión en herramientas TICS deben estar cada vez más presentes para ampliar el mercado digital.

Otro punto a considerar es la unión del sector vitivinícola canario, en pro de trazar acuerdos comerciales mediante firmas de convenios con el sector hostelería y turismo y con el sector comercio, para así garantizar la promoción y venta del vino local.

José Garavito.- Hasta ahora, los Consejos y bodegas de Canarias, vienen librando una batalla para hacerse un hueco en la restauración ¿por qué crees que los restauradores apuestan tan poco por el vino local?

David Noel Ghosn.- Principalmente porque siguen considerando el factor precio como decisivo de compra sin atender a buscar diferenciación en sus cartas dando énfasis al vino local, con sus características propias y negándose por ende a ser embajadores de lo nuestro. 6 siglos de historia de nuestros vinos y aún nos planteamos ciertas dudas hacia su compra y consumo, me parece denigrante (la ignorancia es pertinaz).

El 35% de nuestro PIB viene del Turismo, donde se genera el 40% del empleo en Canarias, hay que hacer énfasis en ello ya que gran parte está en centrarse en dar mayor formación, conocimiento y facilitar los canales de interacción entre bodegas y el sector de hostelería y turismo.

José Garavito.- ¿Qué cambios deberían hacerse? ¿Cambiará la mentalidad tras el Covid-19?

David Noel Ghosn.- Si debe de haber cambios ante este escenario actual y el venidero, principalmente en la manera de pensar y actuar, la capacidad de respuesta tiene que ser clave ante posibles desviaciones negativas del mercado ya que se tendrán que adaptar a los cambios de hábitos de los clientes de hostelería y del turismo.

Ante estos cambios de mentalidad tras el Covid-19, destaco las

siguientes acciones que se podrían considerar:

- La apuesta por nuevas formas de elaboración donde cada vez se busque más la esencia de la uva y el suelo, dando valor a la viticultura frente a vinicultura, donde los vinos naturales (en tendencia) irán en alza.
- Equilibrar la comercialización entre canal Horeca Vs canal alimentación, donde a raíz del forzoso confinamiento (se estima que la crisis del Covid-19 reduzca entre un 40-60% los ingresos de la hostelería española en general con respecto a 2019), se ha visto como el canal alimentación ha ganado la partida. El consumo en casa parece que se verá incrementado.
- Oferta en enoturismo y agroturismo, pensando en el turismo interno y desde que se abran fronteras en el turismo receptor, ya que no todas las bodegas a día de hoy lo tienen contemplado.
- Guía de ruta de bodegas, con señalética, mapas y otros elementos informativos que atraigan al consumidor.
- Potenciar las TICS para abrir vías de desarrollo empresarial en las islas y abrir fronteras al mercado exterior.

MasterClass Online 'El Vino Canario ante el desafío del COVID-19'

DÍA: 30 DE MAYO // **HORA:** 11:30 pm

Canarias 11:30 h – Península: 12:30 h – EE.UU: 06:00 h

INSCRIPCIÓN: www.canariasgourmet.es/registro

DURACIÓN APROXIMADA: 1 hora

EL STREAMING CONTARÁ CON CHAT PARA PREGUNTAS A LOS PONENTES