

Flanigan, Sharon; Blackstock, Kirsty; Creaney, Rachel; Hopkins, Jon,
Matthews, Keith; Miller, Dave
The James Hutton Institute, Scotland
Foro Origen, Diversidad y Territorio
[Taller n°2], [Sesión n°4]

Ensamblar la producción y el consumo de whisky para la resiliencia rural: Un estudio de caso sobre las cadenas de valor en Speyside, Escocia

Las asociaciones territoriales entre Escocia y la producción de whisky están en la base de una de las cadenas de valor mundiales más importantes para la economía escocesa. Las exportaciones de whisky escocés en 2021 ascendieron a 1.380 millones de botellas (SWA, 2022a) y 5.500 millones de libras de VAB a la economía del Reino Unido, con cifras de empleo directo que superan las 11.000 personas en Escocia (SWA 2022b). Speyside es una de las cinco regiones productoras de whisky de Escocia; en ella se encuentra el mayor número y densidad de destilerías de Escocia, incluidas marcas de renombre mundial como Glenlivet, Glenfiddich y Macallan.

Basándonos en el concepto de las cadenas de valor (Porter, 1985), deconstruimos y exploramos el whisky como un producto basado en un lugar que está fuertemente arraigado a través de asociaciones ambientales y culturales con las montañas y la ruralidad (agua de manantial de calidad, imágenes icónicas), pero que depende en gran medida de los procesos de teleconexión (conexiones a través de diferentes geografías) en todas las etapas de la cadena de valor (producción, procesamiento, distribución y comercialización, consumo). Esto incluye la importación de capitales no territoriales (cebada, barriles, levadura), la desvinculación de las actividades de comercialización y distribución de los emplazamientos de las destilerías (embotellado, almacenamiento) y la venta a los mercados de consumo internacionales (exportaciones, turismo). Aunque la globalización está afectando a la medida en que se genera y retiene el valor en las regiones de montaña, las protecciones geográficas y el patrimonio cultural garantizan que la fase de procesamiento (es decir, los pasos que reúnen los ingredientes antes del embotellado) perdurará en el lugar, y el ensamblaje con el turismo garantiza aún más el valor añadido mediante la ubicación conjunta de la producción y el consumo.

En este documento, nos basamos en un análisis documental, en entrevistas y en talleres con las partes interesadas para explorar las conexiones entre las cadenas de valor del whisky de malta de Speyside (producción) y del turismo (consumo), y consideramos las oportunidades y los retos que presenta este ensamblaje en el contexto de la resiliencia rural y de la capacidad para hacer frente a las tendencias emergentes y a las crisis mundiales.

Referencias Bibliográficas