

EL NUEVO MERCADO DEL VINO

EL SECTOR VITIVINICOLA ESPAÑOL SE ENFRENTA A LA REFORMA PROPIUESTA POR LA UNION EUROPEA

■ ENRIQUE CALDUCH y ANDRES PROENSA



La propuesta de reforma de la Organización Común del Mercado (OCM) del sector vitivinícola de la Unión Europea (UE) ha levantado un gran revuelo en el sector del vino en España y ha puesto de manifiesto la nueva realidad de un sector renovado y sometido a fuertes presiones. La crisis, la renovación de las estructuras, las campañas antialcohólicas, los nuevos hábitos de consumo de los españoles y hasta la depreciación de la peseta han contribuido a modificar el panorama vinícola español.

La propuesta de la Comisión Europea de reforma de la OCM del vino, que atenta directamente contra los intereses vitivinícolas españoles en beneficio de los países del norte de Europa, ha levantado ampollas.

En una reacción inédita, ha conseguido unir por primera vez en un frente común a todos los sectores relacionados con el vino, comenzando por la propia Administración –que ha conseguido forzar un bloque de rechazo de todos los países mediterráneos de la Unión Europea, hasta el punto de obligar a la Comisión Europea a reestudiar sus propuestas, trasladando la negociación al primer semestre de 1995–, y continuando por todos los sindicatos agrarios, –ASAJA, COAG y UPA– que han impulsado la constitución de una Mesa para la Defensa de la Viña y el Vino, en la que se incluyen las cooperativas agrarias, las asociaciones de consumidores, las organizaciones ecologistas y un amplio colectivo de todo tipo de entidades.

El asunto no es para menos. El origen del problema se remonta a la cumbre de jefes de Estado y de Gobierno de la UE, celebrada en Edimburgo en 1988, en la que se estableció la "línea directriz presupuestaria". Es decir, se definió el límite máximo del presupuesto destinado al sostenimiento de los mercados agrícolas comunitarios.

Una vez tomada por unanimidad la decisión, se acometió inmediatamente la reforma de las respectivas OCM de los productos agrarios, comenzando por las producciones continentales, mayoritarias en el centro y el norte de Europa, y dejando para el final a los productos mediterráneos.

Las reformas abordadas en primer lugar, concentradas básicamente en los cultivos herbáceos y las producciones



ganaderas, se orientaron a contener la oferta y reducir los excedentes pero sin conllevar recortes reales del gasto.

De tal forma, cuando ha llegado el turno a los productos mediterráneos, empezando por el vino, uno de los mayores problemas es, precisamente, la existencia de esa "línea directriz presupuestaria", con una disponibilidad muy limitada que parece justificar, en buena medida, el planteamiento de propuestas mucho más restrictivas y drásticas de las aplicadas inicialmente a los productos continentales.

REDUCIR LA OFERTA

En líneas generales, las propuestas de la Comisión Europea para la reforma de la OCM del vino buscan el equilibrio del mercado actuando únicamente sobre la oferta. Se trata de reducir la oferta en lugar de estimular la demanda. El sistema que se considera idóneo para esta reducción se limita casi exclusivamente al arranque de viñedo.

Aquí aparece el primer problema. Los análisis de la Comisión Europea sobre los excedentes vinícolas no han sido especialmente rigurosos. En abril de 1994 hablaban de un sobrante de 48 millones de hectolitros de vino, y un mes después reducían esa cifra a 36 millones de hectolitros. Mientras tanto, la Oficina Internacional de la Vid y el Vino (OIV) limita los excedentes vinícolas de la Unión Europea a 18,5 millones de hectolitros.

Sobre tan dudosos datos, la Comisión ha establecido unas producciones de referencia o producciones máximas de cada país. Se ha calculado para toda la Unión Europea una necesidad de arranque del 19% del viñedo, unas 750.000 hectáreas. De acuerdo con estas previsiones, a España le correspondería suprimir 340.000 hectáreas de vid.

Un arranque de viñedo de esta magnitud supondría un auténtico desastre. En primer lugar, se calcula que significaría la pérdida de 30.000 empleos a tiempo completo, además de 1,5 millones de jornales por campaña, lo que representaría una catástrofe para

innumerables familias que tienen en la vendimia una fuente de ingresos tradicional que no hay posibilidad de sustituir por ninguna otra.

Sumando las labores del campo y las de las bodegas se perderían unos 7 millones de jornales. Una cifra a la que hay que añadir las difícilmente computables pérdidas en sectores como el embotellado, transporte, distribución y destilerías.

En consecuencia, un buen número de pueblos sufrirían un inmediato empobrecimiento, disminuyendo con ello las posibilidades de fijación demográfica en el medio rural. Se dinamita así uno de los objetivos de la política de población de la Unión Europea.

Por otra parte, hay que contar con un fuerte impacto ambiental. Como es lógico, el cultivo de viñedo desaparecería sobre todo en las zonas de menores rendimientos y en las más difíciles de trabajar, bien por la calidad, fertilidad e incluso textura de los suelos, bien porque el cultivo se encuentra en laderas empinadas o de difícil acceso.

Se produciría una pérdida de masa biológica en áreas donde, en el mejor de los casos, sería complicado sustituir

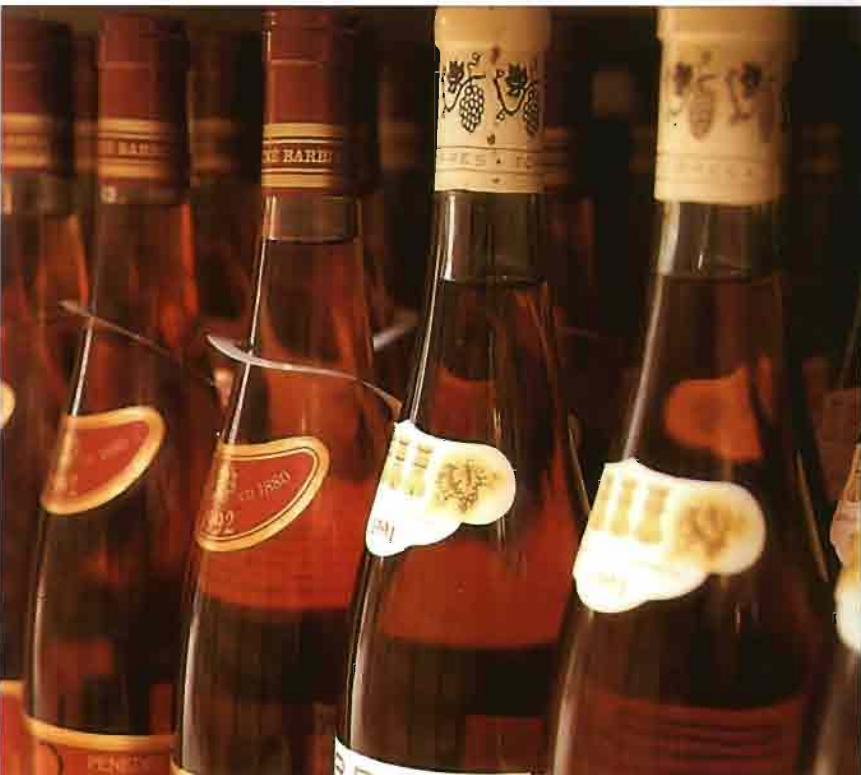
la rústica planta de la vid en un proceso de repoblación forestal, única salida subvencionada que ofrece el arranque.

SUPERFICIE Y RENDIMIENTO

Las propuestas de la Comisión Europea sobre arranque de viñedos caen, además, en una grave incongruencia, porque pretenden concentrar el grueso de los arranques en España que, aún siendo el primer país del mundo en cuanto a superficie dedicada al cultivo de la vid, también es el que ofrece un menor rendimiento por hectárea.

Notable paradoja: se ataca la producción de excedentes vinícolas impulsando el arranque de viñedo en las zonas menos productivas del país menos productivo de la UE. ¿Cómo se ha llegado a esta producción de referencia para España, tan superior a las de los demás países productores?

En el centro del asunto está la autorización, e incluso el impulso, del enriquecimiento de los vinos de baja graduación mediante la aportación de sacarosa, lo que se conoce como chaptalización, una práctica habitual en las zonas vinícolas del centro de Europa.





CONSEJO
REGULADOR
DENOMINACION
DE ORIGEN
NAVARRA

Vinos de Navarra

CUADRO N° 1

DATOS BASICOS SOBRE LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN DE VINOS EN ESPAÑA

DENOMINACION DE ORIGEN	HECTAREAS INSCRITAS (1)	COMERCIO INTERIOR (HLS.)	COMERCIO EXTERIOR (HLS.)	COMERCIO TOTAL (2)
ALELLA	560	4.338	305	4.643
ALICANTE	13.016	102.852	31.340	134.192
ALMANSA	7.600	3.660	1.753	5.413
AMPURDAN-COSTA BRAVA	2.977	62.740	3.467	66.207
BIERZO	3.260	16.880	979	17.859
BINISSALEM	312	5.166	280	5.446
CALATAYUD	9.529	14.115	3.300	17.415
CAMPO DE BORJA	7.201	66.942	4.373	71.315
CARIÑENA	20.579	198.935	49.237	248.172
CAVA	30.473	639.285	359.619	998.904
CHACOLI DE GETARIA	52	2.400	66	2.466
CIGALES	2.235	22.618	11	22.627
CONCA DE BARBERA	8.562	129.812	50.188	180.000
CONDADO DE HUELVA	10.000	108.763	19.035	127.798
COSTERS DEL SEGRE	3.850	92.637	17.684	110.321
JEREZ-XERES-SHERRY	11.624	157.672	801.425	959.097
JUMILLA	45.361	186.256	101.569	287.825
LA MANCHA	183.925	332.141	785.385	1.117.526
MALAGA	1.035	24.848	15.557	40.405
MENTRIDA	13.684	25.875	95	25.970
MONTILLA MORILES	12.906	348.180	104.535	452.715
NAVARRA	16.900	309.751	135.331	445.082
PENEDES	26.661	337.500	374.741	712.241
PRIORATO	1.820	5.064	442	5.506
RIAS BAIXAS	1.586	31.151	1.116	32.267
RIBEIRO	2.620	137.812	3.001	140.813
RIBERA DEL DUERO	10.357	83.024	4.534	87.558
RIOJA	49.715	1.155.662	354.084	1.509.746
RUEDA	6.650	46.559	5.574	52.133
SOMONTANO	1.800	8.541	1.286	9.827
TACORONTE-ACENTEJO	808	2.455	-	2.455
TARRAGONA	18.437	165.078	110.331	275.409
TERRA ALTA	10.800	108.775	3.584	112.359
TORO	2.030	29.243	1.190	30.433
UTIEL-REQUENA	39.103	291.626	115.233	406.859
VALDEORRAS	1.800	26.418	-	26.418
VALDEPEÑAS	34.265	619.775	60.428	680.203
VALENCIA	15.934	168.641	400.088	568.729
VINOS DE MADRID	12.765	12.907	371	13.278
YECLA	7.000	16.764	3.054	19.818
TOTAL	649.792	6.102.859	3.924.591	10.027.450

(1) A 31 DE AGOSTO DE 1993.

(2) DATOS DE LA CAMPAÑA 1992/93.

LA ELEGANCIA
EN CAVA

ELEGANCIA.

EN UNA COPA DE CAVA COMO EN LA VIDA

ELEGANCIA EN LA BURBUJA, EL COLOR,

EL CUERPO, EL BOUQUET.

ELEGANCIA EN LOS CAVAS QUE SE CRÍAN EN

LAS BODEGAS DEL CASTILLO DE RAIMAT

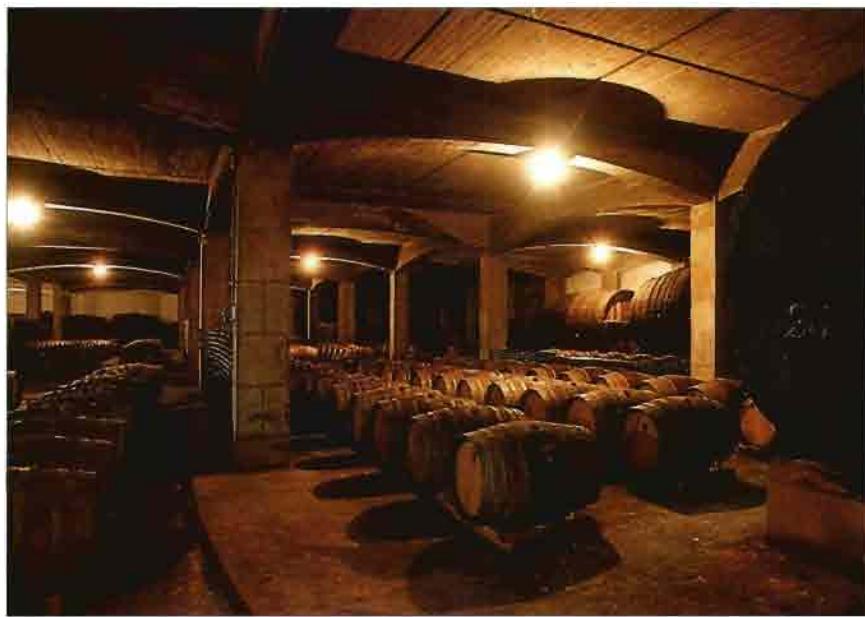
CON UVAS CULTIVADAS EN LA PROPIA FINCA

UN DON NATURAL DE IMPOSIBLE IMITACIÓN.

LOS AVAS DE RAIMAT



RAIMAT



Las condiciones climáticas y la escasez de horas de sol, además de otras razones, dan lugar a unas uvas con escasa cantidad de azúcares naturales, que, al fermentar, aportan un líquido de muy baja graduación alcohólica al que en ocasiones incluso no se puede llamar vino legalmente, ya que no alcanza la graduación mínima del 7% vol. de alcohol. El problema se resuelve añadiendo al mosto azúcar de remolacha, que permite alcanzar el grado alcohólico que se desee.

Asimismo, en el norte de Europa y en amplias zonas de Italia y Francia los altos rendimientos de la vid se deben, en buena medida, a la utilización del riego –práctica aún prohibida en nuestro país–, consiguiendo así unas producciones extraordinariamente superiores a las españolas.

Con esas uvas, casi agua, se obtiene un vino con una graduación alcohólica ridícula, que una vez “chaptalizado” alcanza el grado alcohólico necesario para competir en el mercado o para engrosar la cuenta de los excedentes vínicos. Todo ello, con los consiguientes beneficios para las grandes industrias remolachero-azucareras del centro y el norte de Europa, que facilitan el azúcar para la chaptalización.

En todos los reglamentos de la Unión Europea, incluido el proyecto de la Comisión Europea para reformar la OCM, se define el vino como “produc-

to obtenido por la fermentación alcohólica total o parcial de uvas frescas o de mosto de uvas”. Es decir, todo lo contrario de lo que se hace al admitir el enriquecimiento artificial de los vinos. Para más delito, el enriquecimiento con sacarosa no sólo se pretende seguir admitiendo, sino que, con la propuesta de la Comisión Europea incluso se potenciaría el futuro ya que, pasado un primer período transitorio, otra de las propuestas de la reforma plantea retirar las subvenciones a los mostos concentrados.

El enriquecimiento de los vinos de baja graduación podría tener algún sentido, como mal menor, con la adición de mostos concentrados, de los que España es una gran productora. Al retirar las ayudas, su precio será muy superior al de la sacarosa de remolacha.

Además, las producciones de referencia que la Comisión Europea pretende aplicar a los diferentes países de la UE no se obtienen a partir de los hectográados (grado alcohólico por hectolitro, medida de valoración clásica de los mercados de granel) de vino obtenido de forma natural, sino a los hectolitros de producto final.

De esta forma, no se consideran aspectos tan importantes como el número de explotaciones y la superficie cultivable en cada país, los condicionantes socio-económicos del cultivo y el grado alcohólico natural. Una pecu-

liar consideración que hace que, por ejemplo, a Francia se le proponga el doble de producción de referencia que a España con la mitad de cultivo.

VISION DE CONJUNTO

Las propuestas de la Comisión Europea para reformar la OCM del vino no solo supondrían un agravio comparativo para los productores mediterráneos respecto a los del centro y el norte de Europa sino que, además, también llevan un tratamiento diferencial injustificable e insolidario respecto a otras reformas sectoriales aprobadas durante los últimos años.

En primer lugar, el mecanismo propuesto para fijar producciones de referencia nacionales conculta el principio de unidad de mercado en la UE, teniendo en cuenta aspectos climáticos o de autoabastecimiento del mercado con carácter nacional que no se han aplicado en ninguna otra reforma.

A este respecto, cabe recordar que en la OCM del sector lácteo los programas para recortar la producción se aplican sobre criterios “solidarios” que determinan el establecimiento de cuotas nacionales a partir de una consideración global del mercado en toda la Unión Europea, de manera que los productores del sur, aún siendo deficitarios, se ven obligados a reducir su producción y a importar leche de los países del centro y el norte de Europa.

Un criterio que no se contempla en la propuesta de la Comisión Europea para el nuevo mercado del vino, en la que se hace responsable a cada país de sus propios excedentes, con criterios de consumo interno relacionados con la producción de cada uno de los países de forma individual.

Asimismo, el principio de solidaridad financiera también se conculcaría, si se aprobasen las propuestas de la Comisión Europea, al obligar a las administraciones nacionales a fuertes compromisos financieros con fondos propios. En lo que se refiere a la viticultura, las grandes superficies de cultivo se encuentran fundamentalmente en los países del sur, casualmente los de eco-

LA COSECHA DE TODO UN SIGLO

CERTIFICADO DE
CALIDAD ISO 9002, TODA
UNA COSECHA

*Desde que en 1881
D. Félix Azpilicueta fundó sus
bodegas en Fuenmayor, La
Rioja, hasta hoy, nuestras
grandes cosechas han sido
muchas.*



*Pero ahora, por una vez, el
fruto de nuestro trabajo no descansa
en barricas de roble. Es el resultado
de una labor de años, de una
vocación permanente por hacer
bien nuestros vinos: en Bodegas AGE
hemos obtenido el Certificado de Calidad
Registro de Empresa de AENOR (Asociación
Española de Normalización y Certificación).*

*Esto quiere decir que somos la primera
Bodega de España en superar la más
exigente normativa internacional sobre
Calidad de Empresa.*



BODEGAS AGE, MAS
DE UN SIGLO DE
BUEN VINO

*Un suelo rico,
bañado por el Ebro,
un clima apropiado y*



*nuestras selectas viñas, nos han dado las
mejores uvas. Después, conjugando
experiencia y técnica, tradición y
cariño, elaboramos los vinos que
nos han dado un buen nombre
en todo el mundo.*

Y SEGUIMOS ADELANTE

*Ahora, haber recibido este
Certificado de Calidad significa que
nuestro esfuerzo ha sido reconocido.
Que nuestra vocación de incorporar
siempre las más avanzadas técnicas a nuestros
procesos de elaboración y a nuestros vinos ha
sido recompensada.*

*Y qué mejor manera de celebrarlo
que renovar
nuestro compro-
miso, seguir
volcando toda
nuestra ilu-
sión y saber
hacer para
continuar
elaborando
el mejor
vino.
Siempre.*





nomías más débiles, mientras que los altos rendimientos (más litros de vino o "pseudo-vino" por hectárea) se obtienen en los países más ricos. Con esta reforma se ampliarían las diferencias entre unos y otros.

Además, los productores de los vinos obtenidos a partir de mostos enriquecidos con sacarosa no están obligados a hacer en el etiquetado mención alguna al hecho de que han obtenido vinos de graduación alcohólica adecuada gracias a la adición de azúcar de remolacha.

Un agravio más: los cavas españoles o los espumosos portugueses tienen prohibido incluir en el etiquetado toda mención que suene de cerca o de lejos a "Champagne" o al método "champán", pero los vinos del norte, incluidos algunos de la zona de Champagne, enriquecidos con sacarosa, sí pueden ocultar un dato que resulta de gran interés para los consumidores.

MENOS CONSUMO Y MAS EXPORTACIONES

Sea cual sea el resultado final de las negociaciones sobre la reforma de la OCM del vino, el mercado del vino sigue arrastrando una progresiva disminución del consumo en los principales países productores, incluida España, junto a una relativa tendencia contraria en cuanto a la demanda en los países importadores.

En el caso concreto de España, existen, al menos en teoría, ciertas expectativas positivas para los próximos años en cuanto al comercio exterior, favorecidas por las reducciones arancelarias previstas en países del Este de Europa, África, etcétera, como resultado de los acuerdos del GATT que han dado paso a la nueva Organización Mundial del Comercio.

En lo que se refiere al mercado interno, hay que tener en cuenta que la

disminución de la cantidad global de litros consumidos por persona coincide con un aumento paralelo en las ventas de vinos de calidad, amparados por Denominaciones de Origen.

Las buenas perspectivas en este sentido se ven acrecentadas por el aumento de la cultura vinícola que se está produciendo en España, en un proceso que coincide con el incremento de la calidad de nuestros vinos, plasmado en la aparición de centenares de nuevas marcas y en la modificación completa de nuestro mapa vinícola, que ha pasado en veinte años de apenas 20 Denominaciones de Origen a las 44 actuales.

Muchas de esas Denominaciones de Origen han surgido del creciente interés por la elaboración de vinos de calidad en zonas donde hace veinte años se producían vinos de pasto destinados al mercado de ganeles y a las envasadoras de vinos comunes situadas en las zonas industriales, a las afueras de las grandes ciudades, cuando no a su consumo en la propia zona de producción.

Según las estadísticas, el consumo de vino de los españoles en la primera mitad de los setenta fue de una media de casi 26 millones de hectolitros al año. Bajó a menos de 20 millones en los primeros años ochenta y ha quedado en poco más de 16 millones de hectolitros en la campaña 1992/93, de acuerdo con los balances sobre mercado interior que ofrece el Instituto Nacional de Denominaciones de Origen (INDO).

VINOS DE CALIDAD

Dentro de ese descenso general, los vinos con Denominación de Origen -Vinos de Calidad Producidos en una Región Determinada (VCPRD), según la terminología de la Unión Europea- registran una línea ascendente de ventas. De los algo menos de cuatro millones de hectolitros vendidos en la campaña 1984/85 se ha pasado a más de seis millones en 1992/93.

En un análisis del comportamiento de los VCPRD en el mercado interior,

la Denominación de Origen Calificada "Rioja" sigue siendo líder en ventas en España, con más de 155 millones de litros al año, seguida por los 64 millones largos de litros de "Cava" (el vino que más creció en la década de los ochenta) y por la Denominación de Origen "Valdepeñas", con unos 62 millones de litros vendidos cada año.

Algunos de los datos de la campaña 1992/93 adquieren notable relieve si se comparan con los resultados de la campaña anterior, indicando de alguna manera la tendencia del mercado.

De ese análisis se desprende el claro aumento de los consumos de vinos blancos y rosados en 75.035 y 160.944 hectolitros, respectivamente, lo que representa incrementos porcentuales del 4,9% y 23,2%. Por su parte, el consumo de tintos ha bajado casi un 4%, porcentaje similar al registrado por los licorosos, espumosos y vinos de aguja.

CUADRO N° 2

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE VINOS (HECTOLITROS)

AÑO	TOTAL VINOS (1)	VINOS DE CALIDAD (*) (2)	% (2)/(1)
1981	5.644.760	2.541.839	45,0
1984	6.257.300	2.536.497	40,5
1987	4.729.594	3.012.673	63,7
1988	4.357.430	2.940.358	67,4
1989	4.984.750	2.388.126	47,9
1990	4.636.800	2.776.702	59,9
1991	6.335.710	3.771.539	59,5
1992	6.733.550	4.208.838	62,5
1993	7.199.000	3.953.027	54,9

(*) Denominaciones de Origen y Cava.

FUENTE: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Turrónes Coloma
S. A.

Y ARROZADA DE TURRONES Y DELICIAS
Polígono Industrial Segorbe, s/n. Ctra. Almazora-27
Teléfono: 961 02467 - Fax: 961 02601
www.COLOMA.es Almazora - España

En cuanto al comercio exterior, los vinos españoles se han beneficiado claramente, como el resto de las exportaciones, de la depreciación de la peseta, que ha incrementado las ventas y está favoreciendo una actitud más agresiva por parte de las bodegas españolas, aún contando con problemas como los que se están detectando ya en la campaña actual 1994/95 por el fuerte recorte de la producción.

Tomando como referencia los últimos datos completos, relativos a la campaña 1992/93, la Denominación de Origen Jerez-Xérès-Sherry se mantiene en cabeza de nuestras zonas exportadoras, con 801.425 hectolitros vendidos, seguida por la D.O. La Mancha con 785.385 hectolitros.

Puede sorprender la tercera posición de la D.O. Valencia, con 400.088 hectolitros, por delante de Cava, Rioja y Penedés. Son resultados que se explican por la gran tradición exportadora de las bodegas de la zona (Valencia es

el puerto vinícola por excelencia de España) y por la renovación de sus bodegas, que se aprovechan de una favorable relación calidad-precio, con vinos jóvenes baratos pero de calidad aceptable, muy mejorada en la última década.

En la comparación de la campaña 1992/93 con la anterior se observa una disminución en la venta exterior de vinos blancos, licorosos y de aguja, mientras se experimenta un aumento en rosados, espumosos y, sobre todo, en tintos.

En cuanto al sistema de exportación, se sigue manteniendo el equilibrio entre embotellados y graneles, teniendo en cuenta que las ventas en envases de capacidad superior a 2 litros son consideradas también como vinos a granel.

Por Denominaciones de Origen, el primer lugar en cuanto a exportaciones de vinos a granel es para La Mancha, con 764.367 hectolitros, lo que repre-

senta el 97% de sus exportaciones. Otras siete Denominaciones de Origen (Alicante, Binissalem, Conca de Barberá, Málaga, Tarragona, Terra Alta y Utiel-Requena) venden a granel más del 90% de sus vinos exportados.

En cuanto a países receptores de los vinos españoles con Denominación de Origen, sigue siendo Alemania el principal cliente, seguida de Francia, Gran Bretaña y Holanda. Destaca el papel de Suiza, que, con solo 6 millones de habitantes, compra más de 3 millones de hectolitros de vino español (hay que decir que solo una parte se consume en el propio país y el resto se embotella y se reexpide a terceros). Jumilla, Navarra, Rioja, Valdepeñas y, naturalmente, Valencia representan el grueso de la exportación española a Suiza.

El comercio con Estados Unidos, sin embargo, no termina de prosperar. Las sucesivas guerras comerciales, la creciente producción de las propias zonas vinícolas de los Estados Unidos, la

PASTAS ALIMENTICIAS ROMERO

PASTAS ALIMENTICIAS ROMERO, S.A. se ha caracterizado siempre por una política de reinversión constante de sus beneficios para aumentar sus líneas de fabricación y dotarlas de la mejor tecnología que le han permitido alcanzar, por su capacidad de producción, el tercer puesto del "Ranking" de fabricantes españoles de pastas alimenticias.

Siguiendo con esta constante, durante el mes de Octubre del presente año se ha puesto en marcha una nueva línea con los últimos adelantos tecnológicos para la producción de pasta larga (spaghetti y tallarín) totalmente informatizada que supera los 40.000 Kg. diarios, que unidos a los de la línea ya existente nos permiten una producción de este tipo de pasta de 52.000 Kg./día, que junto con la fabricación de pasta cortada se obtienen un total de 120.000 Kg. diarios de pasta.

El volumen de producción durante 1993 llegó a casi 17 millones de Kg. cifra que se espera aumentar considerablemente a partir de ahora con la nueva línea. Los más de 500 millones de pesetas invertidos en la modernización de la fábrica en los dos últimos años afianzarán, sin duda, a PASTAS ALIMENTICIAS ROMERO por su capacidad de producción y la calidad de sus productos entre los grandes fabricantes de pastas españoles.

Aunque el consumo de pasta en España está aumentando muy lentamente, en los últimos años los fabricantes de pasta españoles han conseguido abrirse paso en los mercados extranjeros compitiendo directamente en calidad y precio con las tradicionales y siempre omnipresentes pastas italianas. PASTAS ALIMENTICIAS ROMERO, S.A. se ha planteado como una de las metas para el próximo año aumentar las exportaciones, que suponen actualmente el 20% de su producción, y consolidar la presencia de sus marcas ROMERO y MI PASTA en los principales mercados tanto europeos como del Norte de África.

Así pues y gracias a la máxima adecuación de sus estructuras y la ausencia de costes publicitarios, PASTAS ALIMENTICIAS ROMERO consigue poner a disposición de los mercados, tanto nacional como extranjeros, unos productos elaborados con sémola de trigo duro de primerísima calidad y fabricados con la más innovadora tecnología italiana a un precio muy reducido.

Pastas Alimenticias **ROMERO**



ESPECIALIDADES:
FARFALLE, PASTA TRES SABORES
Y PASTA AL HUEVO

"Calidad en la buena mesa"

Avda. de Madrid, 43 - Teléfs. (976) 80 01 05 - 80 00 85 - Fax (976) 80 09 87 - 50360 DAROCA (Zaragoza)

enorme competencia internacional y los hábitos de sus habitantes hacen que los progresos sean lentos, pero prometedores.

A las buenas perspectivas deberá contribuir la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio con Canadá y México, que debería desmantelar las barreras comerciales existentes en algunos de los estados que integran ese país y en el mismo Canadá, que realizan sus compras de vino y otros productos a través de monopolios estatales.

En la campaña 1992/93 se exportaron a Estados Unidos tan solo 153.076 hectolitros de vinos de calidad, de los cuales 87.098 fueron cavas y 26.448 vinos de Jerez.

Penedés y Rioja ocupan los siguientes puestos en el ranking de proveedores vinícolas españoles. Dato significativo es la creciente importancia de aquel mercado para los vinos de Rueda y Ribera del Duero.

La Unión Europea sigue siendo el principal mercado de nuestros vinos de calidad. Acapara algo más de tres millones de los casi cuatro millones de hectolitros exportados en la última campaña por nuestras denominaciones de origen.

VINOS DE MESA

En lo que se refiere a las exportaciones de vinos de mesa (los no amparados por Denominaciones de Origen), en la campaña 1992/93 se exportaron poco más de 5 millones de hectolitros, de los cuales apenas una décima parte son embotellados.

En valores económicos, la exportación de vino de mesa representó en esa campaña unos 20.500 millones de pesetas, mientras que los V.C.P.R.D. supusieron un montante cercano a los 34.000 millones.

En este último capítulo la diferencia de precios entre vinos embotellados y a granel es abismal. La media de los vinos tintos y rosados embotellados arroja un resultado de 296 pesetas por litro, mientras que los graneles, es decir, los vendidos en envases de más de 2 litros, se exportan a 57 pesetas/litro.



En lo que se refiere a los blancos, las diferencias son parecidas. Los envasados tienen un precio medio de 190 pesetas/litro mientras los graneles se venden a una media de 38 pesetas/litro.

Es interesante destacar que los bodegueros riojanos decidieron no exportar vino a granel a partir del 1 de enero de 1993, tras la entrada en vigor de la "Denominación de Origen Calificada", categoría superior de denominación de origen, más restrictiva en muchos aspectos y que prohíbe la venta de vinos a granel.

A pesar de ello, según datos del Consejo Regulador de la D.O.C. Rioja, las exportaciones han ascendido en la última campaña a 387.227 hectolitros de vino, con un valor de 14.352 millones de pesetas. Esas cifras suponen unos incrementos del 12% en volumen y del 23,4% en valor con respecto a las ventas exteriores del año anterior.

Otro capítulo de las exportaciones a tener en cuenta es el de los mostos, que se clasifican estadísticamente en dos categorías: mostos parcialmente fermentados y sin fermentar. Esta diferente consideración se explica por los impuestos que soporta el comercio de productos alcohólicos, que se aplica sobre grados de alcohol puro.

El de los mostos es un capítulo que ha aumentado de forma notable, sobre todo el sector de mostos sin fermentar y especialmente en su valor económico, que aumenta en un 90%, en contraste también acusado con el de los mostos parcialmente fermentados, cuyo precio medio disminuyó en torno al 16%.

Los mostos sin fermentar se venden fundamentalmente a Francia, Suecia, Italia, Alemania y Finlandia, mientras que los mostos parcialmente fermentados tienen sus principales mercados en Francia, Italia y Alemania.



En todo caso, las mejores expectativas de crecimiento en el comercio exterior de nuestros vinos se centran en Oriente, en especial en Japón, pero también en otros países de economía emergente, como Corea, Tailandia, Taiwán, etcétera, y a más largo plazo también China.

Las dificultades se centran en las diferencias culturales, que se están viendo laminadas poco a poco por la creciente influencia occidental, y, sobre todo, en las duras barreras arancelarias con que esos países se han protegido de la entrada de productos extranjeros.

Las ventajas se pueden buscar en el entrenamiento que ya tienen muchas bodegas españolas en las duras negociaciones que preceden a cualquier intento de penetración en el complicado mercado japonés.

A más largo plazo, todos los analistas señalan al Este europeo como uno de los más importantes mercados potenciales del vino. Se destaca sobre todo al gigante ruso, pero también a los otros países de la extinta Unión Soviética, como Bielorrusia, Ucrania o las repúblicas bálticas.

Habrá que contar con la competencia de los antiguos integrantes del Pacto de Varsovia, como Bulgaria, Hungría, Rumanía y, en mucha menor medida, Eslovaquia y tal vez la desmembrada Yugoslavia.

ENRIQUE CALDUCH Y ANDRES PROENSA.
Periodistas.

De Buena Uva para Mejor Mesa



Medalla de Oro
al mejor vino
de mesa andaluz
en Intervín '88

Recién elegido
mejor vino joven en
la cata del
cincuentenario del
Consejo Regulador
Montilla-Moriles

Vina Verde

Nacido de buena uva

GRACIA HNOS, S.A.

TEL. 957-65 01 62

MONTILLA