

El futuro del vino está fuera

Vidal Maté

El país 21/10/2012

El vino en el mercado nacional sigue de capa caída, con una demanda a la baja que los más optimistas cifran en unos 22 litros por persona frente a los 70 litros de los años setenta. Sin embargo, lo que no se consume en casa se vende en los mercados exteriores.

5 Según las perspectivas analizadas por las bodegas¹ de la Federación Española del Vino y por el Observatorio Español para el Mercado del Vino (OEMV), en el plan para la internacionalización del vino español para 2020, las exportaciones seguirán en aumento tanto en volumen como en precios, pulverizando los actuales récords. Crecerán los vinos envasados y los espumosos², pero sobre todo los graneles de calidad a más precio, no a países productores, como sucede actualmente hacia Italia y Francia, sino a otros netamente importadores para envasar en esos países a mayor precio.

10 Según el director del OEMV y uno de los redactores de este plan, Rafael del Rey, cada día es mayor la competencia en los mercados del vino y también las dificultades burocráticas y arancelarias que están tratando de implantar algunos países netamente importadores. A pesar de todo, subraya, “las perspectivas son optimistas en cuanto poseemos un producto de calidad y muy competitivo en precio a pesar de que sigue subiendo. Nos falta fundamentalmente mejorar la imagen del producto y llevar a cabo una política de promoción y comercialización unitaria y coordinada”. En su opinión, es preciso evitar que a un mismo país acudan³ delegaciones para la promoción de vinos de diferentes comunidades autónomas y es necesario que se acuda con un discurso único.

15 En los últimos años, la exportación de vinos y mostos⁴ se dispararon⁵ hasta los 22,3 millones de hectolitros y los 2.241 millones de euros, pero a un precio medio en descenso que en 2011 fue de solo 1,03 euros por litro frente a los 1,15 euros de 2005. Esta cotización⁶ fue consecuencia del fuerte peso que suponen los graneles sin denominación de origen: la mitad de todo el vino exportado, a un precio medio en aumento pero que solo es de 0,43 euros el litro.

20 Actualmente, las ventas españolas de vino se distribuyen entre cinco grandes mercados con características muy diferenciadas en materia de precios y de producto comercializado. En el marco comunitario existe un primer mercado de venta de vinos a granel, especialmente a Francia, Italia o Portugal, a bajos precios y donde los vinos españoles entran en aquellas campañas con cosechas⁷ insuficientes para atender sus necesidades en el mercado interior y para sus exportaciones. Se trata de un mercado que no interesa y España quiere abrir y consolidar otros productos como graneles para envasar, más rentables.

25 Hay un segundo mercado que en el pasado creció fuertemente en ventas y que hoy se halla estabilizado, como serían los casos de Alemania, Reino Unido, Suiza, Japón o Dinamarca, donde dominan los vinos envasados. Un tercer mercado, también con vinos envasados y de calidad donde se mantiene el crecimiento corresponde a países como EE UU, Australia, Canadá y los países nórdicos. Un cuarto mercado corresponde a países emergentes como China, Brasil, Rusia, 30 Hong Kong, México, Polonia, Corea del Sur o Angola, donde el vino ya es una bebida conocida con un fuerte crecimiento, y finalmente, países nuevos emergentes como India, Malasia, Nigeria, Taiwán o Tailandia, donde el vino es una bebida casi desconocida.

35 Las fórmulas para exportar vino en el futuro no son fáciles. Esto se pone de manifiesto en cinco de los mercados mundiales más importantes, que suponen el 28% de las importaciones. En EE UU se choca con una competencia cada vez mayor y una regulación dispar⁸ entre Estados. En Reino Unido, la competencia de vinos procedentes de todo el mundo es muy fuerte, con una gran presión en precios y mayores tasas. En Rusia umentan las dificultades burocráticas, como sucede en Brasil, y en China se teme una posible saturación de la oferta.

A pesar de ello, Rafel del Rey confía en un futuro positivo fundamentalmente porque en los últimos años está creciendo más el consumo en países no productores.

40 Con vistas a 2020, los principales objetivos del plan de internacionalización se concentran en los países asiáticos, Canadá, Reino Unido, países del este de Europa y EE UU. En materia de precios, las previsiones apuntan a un incremento para situarlas en 2020 en 1,46 euros el litro pero los precios medios seguirán estando por debajo de las cifras medias del comercio mundial (2,69 euros el litro).

¹ Una bodega : *une cave à vin, un producteur et négociant en vin*

² Los vinos espumosos : *les vins mousseux* (• los vinos tranquilos)

³ Acudir = ir, presentarse

⁴ El mosto : *le moût* (zumo de uva sin fermentar)

⁵ Dispararse : *grimper en flèche*

⁶ La cotización = el precio fijado por los mercados

⁷ La cosecha : *la récolte*

⁸ Dispar = diferente

1. Destaque la información central del artículo.
2. ¿Qué dificultades debe enfrentar el sector?
3. Destaque las semejanzas con el sector del aceite de oliva.
4. ¿Cómo ha evolucionado el sector del vino en los últimos años?
5. ¿Cuáles son los objetivos y las previsiones del plan para 2020.
6. Conclusión: ¿Cuáles son a su parecer las mejoras a contemplar?
 - **Aprenda de memoria el vocabulario subrayado**
 - **Repase cifras, porcentajes y nombre de países.**