

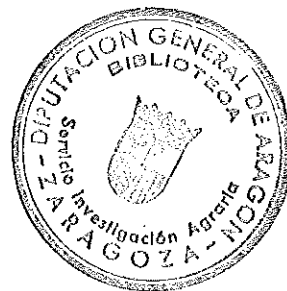
EL VINO ARAGONES ANTE LA CEE

LUIS MIGUEL ALBISU

DOCUMENTO DE TRABAJO 87/7

SERVICIO DE INVESTIGACION AGRARIA
UNIDAD DE ECONOMIA Y SOCIOLOGIA AGRARIAS

3051



EL VINO ARAGONES ANTE LA CEE

LUIS MIGUEL ALBISU

DOCUMENTO DE TRABAJO 87/7

UNIDAD DE ECONOMÍA Y SOCIOLOGÍA AGRARIAS
SERVICIO DE INVESTIGACIÓN AGRARIA
DIPUTACIÓN GENERAL DE ARAGÓN
ZARAGOZA

1. INTRODUCCION

El sector vitivinícola comunitario, en el caso de España, rompió con algunas de sus anteriores actuaciones de hacer prevalecer su legislación hasta después de acomodar al nuevo miembro en su seno. Así pues, la crisis interna, ya existente, y la previsible aceleración de los problemas vitivinícolas con la entrada de España en la CEE, hizo que se tomaran una serie de acuerdos de trascendental importancia para el futuro, antes de que España fuera definitivamente un nuevo miembro.

En esta exposición se va a tratar en primer lugar de la situación del sector vitivinícola en la Comunidad. Posteriormente se analizará el sector en Aragón. Finalmente se pretende sacar algunas conclusiones que puedan servir para posibles actuaciones en el futuro.

2. EL SECTOR VITIVINICOLA EN LA CEE

2.1. Producción vinícola

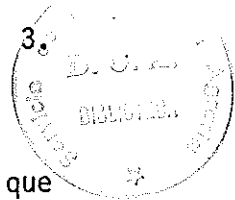
Tres países (Italia, Francia y España) sobresalen por su producción vinícola en la actual Comunidad de 12 miembros.

En el balance provisional estimado para la campaña 1986/87, las producciones de Italia y Francia son muy similares, con 69 y 71 millones de hectolitros, respectivamente. España sigue a estos países con cifras notablemente inferiores (37 millones de hectolitros). Posteriormente están Alemania y Portugal con 10 y 9,5 millones de hectolitros, respectivamente.

Es generalizada una tendencia al alza de las producciones salvo en Grecia, lo cual está produciendo unos continuos excedentes en el mercado.

Es importante resaltar el porcentaje de vino que existe de vqprd (vinos de calidad producidos en regiones determinadas) respecto al total producido. Los vinos bajo esta denominación pretenden recoger aquellas producciones que cumplen con ciertos niveles de calidad. Este concepto resulta difícil de homologar entre los diferentes países comunitarios, a pesar de exis-





tir una legislación específica para los mismos. Igualmente puede suceder que vinos de gran calidad no se encuentren en esta categoría, por existir marcas que no cumplen los requisitos exigidos, aunque tengan una calidad contrastada en el mercado. A pesar de todo esto, suele ser un indicativo de que se cumplen ciertos mínimos de calidad y por lo tanto son tratados en la Comunidad de una manera especial y más favorable.

La producción de vqprd en la Comunidad respecto al total producido ha ido creciendo continuamente. Alemania, entre los países mencionados anteriormente, se destaca con cerca del 95 % de su producción en esa categoría; casi una tercera parte de la producción francesa merecen esa consideración. Por contra España e Italia, tienen alrededor del 20 % y 10 %, respectivamente, de sus vinos dentro de dicha categoría. Estos porcentajes no van totalmente desligados de la imagen que existe en los mercados de los vinos provenientes de todos esos países.

En la CEE de 10 miembros, la superficie de vqprd supone una tercera parte de la superficie total, una quinta parte de la producción y las tres quintas partes del valor de la producción. Se puede hablar de dos sectores en el vino: 1) el de calidad, con una notable pujanza en el mercado y 2) el de los vinos corrientes, excedentario y en crisis.

Los rendimientos por hectárea difieren enormemente entre los principales países productores. En los últimos años las medias para Alemania, Italia y Francia han estado alrededor de los 100 hl/ha, 80 hl/ha y 70 hl/ha, respectivamente. Cifras que contrastan con lo que se ha estado obteniendo en España que puede situarse por debajo de los 25 hl/ha. Las tendencias al alza de los rendimientos se ha debido a la implantación de variedades de alta producción, al paso del cultivo de las colinas a los valles y al empleo de nuevas técnicas de producción. Todos los esfuerzos para disminuir la superficie cultivada se han visto compensados por el aumento de los rendimientos.

Sin embargo las superficies dedicadas a vqprd tienen rendimientos medios, en Francia e Italia, que oscilan entre los 35 hl/ha y 40 hl/ha.

Tanto en Francia como en Italia hay una gran disparidad de rendimientos entre las diferentes regiones vitícolas. Pero en ambos casos hay al-

gunas regiones que por su extensión y altos rendimientos tienen una clara vo cación natural a producir vinos corrientes, de escaso valor en el mercado. Tal es el caso de Sicilia, Puilla, Emilia-Romagna y Venecia en Italia, así como el Languedoc-Rousillon en Francia. Estas regiones conjuntamente representan más de un 20 % del potencial mundial y en ellas la relación entre la superficie vitícola y la superficie agraria util total ronda alrededor del 50 %.

La superficie media por explotación, salvando la dificultad de compa rar métodos estadísticos dispares, es muy pequeña en todos los países de la CEE, ya que no alcanza en ningún caso las 2,5 hectáreas. Sin embargo las explotaciones, representan casi un 45 % del total de la superficie dedicada a vino.

2.2. Consumo y exportación

El consumo de vino por habitante y año en los países de la Comunidad alcanza cotas muy diferentes.

Se puede decir que los grandes países productores de vino son a la vez los grandes consumidores. En este grupo de países (Italia, Francia y España) el consumo va descendiendo. Ello ha sido debido a la emigración que ha existido desde las zonas rurales a las urbanas y al cambio de los hábitos de consumo. Los consumidores no toman el vino pensando en su aporte calórico, cada vez más el número y la frecuencia de personas que beben vino en ocasiones especiales (festividades, reuniones sociales, etc) y fuera de casa. Ello está íntimamente ligado al tipo de vino que se consume y a las mayores exigencias de calidad. También hay que resaltar que si bien la cantidad consumi da disminuye, la cantidad de dinero que se gasta en vino ha permanecido en similares niveles.

Esta tendencia a la baja se contrarresta con el aumento del consumo que se está produciendo en países que no eran tradicionalmente consumidores de vino. Sin embargo, el aumento del consumo en algunos países europeos no compensa la disminución global que ha sucedido en países como Francia, Italia y España.





La disminución de los impuestos, en unos casos y un mejor conocimiento del producto, han sido las causas fundamentales de este cambio. La Comisión de la CEE ha propuesto al Consejo adoptar una resolución que contemple que la relación que grava una cantidad de vino corriente y el que grava la misma cantidad de cerveza corriente, no exceda la relación 3 a 1, que resulta de la comparación de grado alcohólico de dichas bebidas.

En la Comunidad el vino está gravado por dos tipos de impuestos: el IVA, que se aplica en todos los países salvo en Grecia y ciertos impuestos especiales que tienen algunos países. El porcentaje que se aplica del IVA varía entre los países, así Bélgica tiene un 25 %, Dinamarca un 22 %, Francia un 18,6 %, Holanda e Irlanda un 18 %, Reino Unido un 15 %, Alemania un 13 %. Italia un 8 % y Luxemburgo un 5 %. En España se sitúa en torno al 12 %. Países como Inglaterra, Holanda y Dinamarca, tienen una mayor inclinación a aceptar nuevos productos y tipos de vinos que no son tan populares en países tradicionalmente productores de vinos. Tal es el caso de la revolución que está ocurriendo con los envases, como el Tetra-Brik y el Bag-in-box, y el consumo de vinos de baja graduación.

Hay que tener en cuenta que el consumidor al comprar el vino como un producto alimentario más de consumo, además de pagar por el líquido paga por la presentación, los servicios y la imagen. A medida que el mercado es más exigente está dispuesto a pagar más por los últimos conceptos. Tiene una gran importancia el alcanzar los canales comerciales más idóneos e invertir en publicidad para informar y persuadir al consumidor sobre las excelencias del producto. Es imprescindible pensar en invertir en publicidad, ya que es un soporte comercial totalmente necesario, no sólo para comunicarse con el consumidor sino que también lo exigen los modernos circuitos comerciales de cadenas de distribución. No hay que olvidar que la relación precio/calidad sigue siendo de primordial importancia para el consumidor a la hora de elegir, aunque está suficientemente contrastada la reacción de que el primer factor que tiene en cuenta es la calidad.

La creación de la CEE y la consecución de la preferencia comunitaria ha tenido unas notables repercusiones para el comercio intracomunitario. Mediante este objetivo la Comunidad pretende proteger sus producciones inter-

nas de la influencia de unas producciones extracomunitarias a un menor nivel de precios.

Como consecuencia de este régimen comunitario el comercio intracomunitario de vino ha pasado de los 4 millones de hectolitros al final de los 60, a 11 millones de hectolitros en 1971, para estabilizarse estos últimos años alrededor de los 20 millones de hectolitros.

Las exportaciones italianas en la Comunidad han sido las más beneficiadas de este incremento pues su participación del total está entre el 60 % y 70 %. Francia es el principal país destinatario, seguido de Alemania. Francia igualmente ha incrementado sus exportaciones intracomunitarias de 4 a 7 millones de hectolitros. Además sus exportaciones entran, la mayoría, dentro del mercado de calidad y se estima que el valor medio por litro de sus exportaciones es de 3 a 4 veces superior al vino exportado desde Italia.

Las importaciones comunitarias de vinos de fuera de la CEE han disminuido a lo largo de los años para situarse alrededor de los 5 millones de hectolitros. Sin embargo, con las exportaciones ha ocurrido justo la tendencia opuesta, alcanzando niveles alrededor de los 10 millones de hectolitros. Las exportaciones comunitarias fuera de la CEE han tenido su gran expansión en Estados Unidos y Canadá que conjuntamente absorben más de la mitad de las exportaciones. La entrada de España y Portugal va a suponer el que un mayor porcentaje de este comercio internacional se realizará entre países de la Comunidad.

2.3. La política vitivinícola comunitaria

El sector vitivinícola ha estado y está ampliamente legislado. La normativa abarca todo el proceso desde la materia prima (vid) hasta el producto terminado (vino). Es conveniente conocer el desarrollo de esa normativa para comprender mejor su estado actual.

El primer reglamento fue el 816 de 1970. Este reglamento fue un primer paso e indicaba una serie de medidas voluntarias más que restrictivas para solucionar algunos de los problemas existentes. Ya existía una filosofía proteccionista frente a las producciones de fuera de la Comunidad.

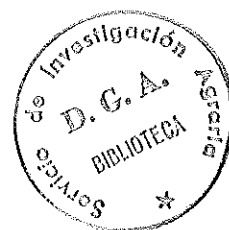
Las campañas 1973/74 y 1974/75 acarrearón serios problemas de exceso de producción lo cual tuvo como consecuencia un gran aumento de las cantidades de vino dedicadas a la destilación. Pero además se toman una serie de medidas, como: 1) la prohibición de nuevas plantaciones, 2) la incentivación de los arranques y 3) mejoras de la calidad.

De una manera más estructurada, pero teniendo como base las anteriores medidas, nace el plan de 1980 a 1986. Este plan trata de encontrar un equilibrio entre la oferta y la demanda, además de mejorar la calidad de la producción.

La política de reestructuración ha tenido unos efectos limitados en cuanto a la superficie que se ha acogido a las primas previstas. Además existen dudas sobre la conveniencia de las mejores técnicas para aumentar la calidad que inexorablemente conducirán, al mismo tiempo, a un aumento de la producción.

Sin embargo diferente camino ha seguido el arranque de viñedos, que ayudados por las primas concedidas, ha superado la superficie programada. Aunque parece que estos arranques no se han realizado en terrenos altamente productivos de los valles sino más bien en terrenos marginales de las colinas o en explotaciones que han sido llevadas familiarmente a tiempo parcial. Así, por ejemplo, en Francia se han arrancado por encima de las 90.000 hectáreas desde 1976 a 1984. Igualmente la reconversión ha tenido como consecuencia el que los terrenos en que se ha quitado el viñedo, en muchos casos, no se haya plantado otros cultivos. Globalmente las medidas tomadas de reestructuración y reconversión no han sido capaces de disminuir el aumento existente en la producción.

Han existido otro tipo de medidas conducentes a mejorar la transformación y comercialización, que han beneficiado sobre todo a Francia, seguida por Alemania e Italia. La modernización de las instalaciones y la promoción comercial de los vinos han tenido un claro impacto en la mejora de la calidad de los vinos y en el mayor intercambio intracomunitario.



Las destilaciones que propugnan los Reglamentos de la CEE son el principal arma de regulación de mercado para regular los continuos excedentes que se producen, como son la destilación preventiva, obligatoria o de garantía que tenían unos precios en España para la campaña 1986/87 de vinos tintos, de 200 pts/g hl, 153,85 pts/g hl y 227,69 pts/g hl, respectivamente. Siendo el precio de orientación de 307,7 pts/g hl.

Los gastos de la política vitivinícola han ido subiendo, pero a pesar de ello tienen unos niveles más razonables, cuando se tiene en cuenta lo que representa la producción de vino respecto a la producción total agraria, que otros productos como el tabaco, los aceites, el azúcar, los productos lecheros y los cereales.

El Tratado de Adhesión nos ha introducido en España toda la legislación comunitaria que poco a poco tendremos que ir asimilandola, aunque hay ciertas normas generales que se han ido aplicando en un intento de aproximación hacia la realidad comunitaria.

3. EL SECTOR VITIVINICOLA EN ARAGON

La superficie de viñedo en Aragón es aproximadamente de 100.000 hectáreas, siendo Zaragoza la provincia con mayor superficie, con cerca de 80 % del total. Una tercera parte del total de dicha superficie corresponde a viñedos con Denominación de Origen.

A nivel comparativo, dentro de España, tanto la superficie plantada como la superficie inscrita en Denominación de Origen en Aragón es similar a la existente en Cataluña. Denominaciones tan prestigiosas como Rioja (36.000 ha inscritas) y Navarra (20.000 ha inscritas) tienen superficies no muy distintas a las que manejan como hectáreas inscritas en la región aragonesa (30.000 ha).

La superficie media de viñedo por explotación es pequeña ya que según los datos del último Censo Agrario de España de 1982 es de 2,5 ha, 1,34 ha y 1,8 ha en Zaragoza, Huesca y Teruel, respectivamente.

La edad de las plantaciones es alarmantemente alta pues, en Zaragoza y Huesca, más del 45 % tienen por encima de los 40 años y un porcentaje algo menor en la provincia de Teruel. Además hay que señalar que las plantaciones menores de 20 años tienen un exíguo porcentaje.

El 72 % de la superficie cultivada en Zaragoza lo ocupa la variedad Garnacha, siguiendo en importancia la Viura con un 9 %. Sin embargo, esta especialización varietal de la provincia de Zaragoza, considerada globalmente no es tan notoria en la Denominación de Origen de Cariñena, donde la Garnacha ocupa el 58 % seguida por la Viura o Macabeo con un 30 %. En la Denominación de Origen Campo de Borja es todavía más acentuado ese fenómeno, pues la Garnacha se cultiva en un 87 % de la superficie. En la Denominación de Origen del Somontano existe una mejor distribución de variedades con un 25 % de Moristel, 15 % de Alcañón y 15 % de Sinsanel, estando el resto dividido de manera equitativa principalmente entre cuatro variedades. La Garnacha ocupa en Teruel y Huesca el 45 % y 19 %, respectivamente, de la superficie plantada de viñedo.

Los bajos rendimientos que se dan en Aragón son un fiel exponente de la climatología existente en la región y han sido particularmente bajos en los años en que se ha sufrido sequía. La producción media de los últimos años como media para toda la región aragonesa ha sido 2.000 kg/ha.

Un 72 % y 22 % de la producción total de las Denominaciones de Origen de Aragón se da, respectivamente, en Cariñena y Campo de Borja. El vino tinto supone un 53 % y 82 % de sus producciones respectivas.

Las cooperativas elaboran el 80 % del vino de Aragón, por encima de la media nacional que está alrededor del 60 %.

Se estima que el 48 % del vino producido en Aragón se embotella en botellas de litro, el 42 % sale en forma de graneles, el 7 % en garrafas y el 3% restante en botellas de tres cuartos de litro.

Dentro de las Denominaciones de Origen, la proporción de vino embotellado es alta en Cariñena pero no ocurre lo mismo en las otras dos Denominacio-



nes, aunque la progresión que se está dando últimamente hacia el embotellado es muy rápido.

Existe una gran profusión de marcas de vino de Aragón, ya que se calcula que actualmente pueden ser unas 85. Por orden de número aparecen la Denominación de Origen Cariñena seguida de la de Borja con 42 y 19 marcas, respectivamente.

4. CONCLUSIONES

Es evidente que tanto en la CEE como en España existe una sobreproducción de vino. Sin embargo hay segmentos del mercado en continua expansión, ligados a las exigencias de calidad por parte del consumidor.

El productor ha de entender que estas exigencias no solo se refieren al vino sino a todos los elementos que intervienen en su comercialización. Por lo tanto las inversiones han de estar ligadas a los elementos que sean capaces de mejorar la renta de su producto, incidiendo en la calidad de los vinos, los canales de comercialización y la imagen.

Aragón tiene una notable extensión de viñedo, que es lo suficientemente grande como para poder llevar acciones de cierta envergadura empresarial y administrativa, pero que a su vez alcanza unos límites y diversidad interesante para poder sacar productos de calidad.

El mercado de calidad tiene como principal resultado el mover un montante económico mucho mayor que el que se da en otro tipo de vinos. La valoración que se debe hacer siempre ha de ser en el valor vendido y el margen obtenido, no teniendo tan en cuenta el volumen de vino que se maneja.

La existencia de tres Denominaciones de Origen y la política autonómica seguida para ampliar su número, de tal forma que las principales áreas de producción estén amparadas parece el camino deseable cara a la integración en la CEE y su política de ayudas a los vinos de calidad.

La Comunidad Económica Europea ofrece ciertamente mercados en los que el consumo de vinos de calidad está en alza. La reducción de las barreras arancelarias irá abriendo nuevas posibilidades que habrán de ser explotadas con perspectiva de futuro. Sería un enorme error caer en la tentación de explotar a corto plazo los mercados para venta de graneles salvo que se hiciera con la idea de capitalizar las bodegas, mejorar la estructura técnica e ir hacia productos de mayor valor añadido y mas claro porvenir.

La distribución de los vinos ha de generalizarse mucho más, pasando de los mercados regionales o áreas determinadas, a todo el territorio español y a los mercados internacionales.

Las acciones que se deben de llevar en mercados de gran ámbito supone la concentración de esfuerzos que pasa por reducir el número de marcas a comercializar y la inversión de notables esfuerzos publicitarios.

Para tener cierta resonancia en los mercados internacionales habría que crear una imagen alrededor de los vinos de Aragón. Esto no supondría el prescindir de la heterogeneidad de sus vinos sino más bien sacar provecho a sus diferencias con respecto a vinos producidos en otras regiones o países.

La graduación alcohólica está recibiendo una atención desmesurada. Si bien existe una tendencia de los consumidores hacia vinos que no sean de alta graduación, también es cierto que es demasiado simplista el fijarse solo en la graduación. Es necesario conseguir vinos que contando todas sus características tengan una apreciación favorable por parte de los bebedores. Para ello es necesario una gran labor en el campo de la enología, así como en el área comercial.

El complejo mundo de la producción y de la comercialización exige técnicos especialistas. Su búsqueda y contratación no son tareas fáciles, pero la inversión en capital humano es factor decisivo para conseguir una rentabilidad deseable en los nuevos mercados europeos.

Las cooperativas juegan un importante papel en la producción de vino en Aragón que tiene una mayor incidencia en el acopio y elaboración de vino que en el embotellado y comercialización de vinos de calidad.

La dimensión de las bodegas ofrece limitaciones evidentes a la hora de vender vino en amplias zonas geográficas. Las bodegas artesanales o de pequeña dimensión podrían conservar sus peculiaridades técnicas siempre y cuando actuaran conjuntamente en la publicidad y divulgación de sus vinos.

Esta estructura productiva ha de ser reorganizada en mayores unidades que tengan la posibilidad de adentrarse en los mercados europeos. Lo cual supone que, por Denominaciones de Origen, las cooperativas se unan para elaborar y comercializar conjuntamente. Solo de esa forma podrán prescindir de intermediarios y llevar su propia política de marcas.



006357