

ejemplo, los españoles. Competitividad es distinto de menor precio. Éste es sólo uno de los factores. También hay que tener en cuenta el valor añadido del producto en cuanto a otros factores como la comunicación, la imagen, etcétera.

6. En el pasado algunos grupos internacionales desembarcaron en España, como Suntory, Guinness, LVMH, Allied Lyons, Seagrams. Algunos han mantenido sus inversiones, pero por lo general se han retirado al comprobar que en el sector vitivinícola los márgenes son pequeños en comparación con el nivel de inversiones requeridas. También ha influido que el aprovisionamiento de productos y mayor valor añadido (como la uva de vino de denominación de origen) está limitado por la naturaleza, y estas grandes corporaciones con mentalidad industrial, no han comprendido el "saber hacer" del sector vitivinícola europeo. Por eso, se han marchado o han privilegiado la línea de negocio de los espirituosos. Esto es especialmente cierto en el marco de Jerez.

7. Lo primero que puedo decir de la nueva OCM es que es menos mala que la anterior, pero que continúa siguiendo unos principios proteccionistas no adecuados a los tiempos que corren.

La adaptación necesaria del sector vitivinícola europeo supera ampliamente las medidas legislativas que se han adoptado en la OCM. No se ha avanzado en el tema de la contingencia de plantaciones, y los complicados trámites burocráticos para poder llevarlas a cabo, que constituyen una traba importante para las bodegas, que ven mermadas sus legítimas aspiraciones de expansión. Todos los trámites burocráticos significan lentitud e inflexibilidad, sobre todo desde el punto de vista de la empresa que trata siempre de actuar con rapidez frente a lo que el mercado demanda.

Otro aspecto negativo es el relativo a la promoción del vino, que la OCM no recogió. El sector reclamó la promoción del vino, tanto hacia el exterior como en el interior del mercado único, como modelo de garantía y fomentando la difusión genérica de las virtudes nutricionales, su valor gastronómico o histórico-cultural, como bebida característica de la dieta mediterránea. Todavía hay oportunidad de que se incluya este aspecto en los Reglamentos de pro-

moción horizontales que la Comisión está preparando, y con garantías para obtener las asignaciones presupuestarias necesarias en todos los casos.

Como positivo hay que destacar el reconocimiento de la necesidad de reestructurar el sector y que se hayan habilitado instrumentos y presupuesto para ello. Puede tener resultados positivos que contribuyan a paliar parcialmente las deficiencias competitivas del sector.

Otros aspectos, como la normativa de etiquetado de vinos, se están discutiendo en la Comisión en estos días, y dependiendo del resultado de las discusiones, se puede habilitar una herramienta flexible para las empresas que permita desarrollar una mayor libertad de comunicación de las características del producto al consumidor. Esto puede suponer un gran cambio respecto de la situación anterior, con un marco normativo muy rígido y estricto.

JUAN NARVAIZA

Director General de SEÑORÍO DE SARRIÁ

1. La competitividad en el sector vitivinícola europeo no está directamente vinculada al tamaño, es más, la concentración puede suponer una pérdida de imagen y, consecuentemente, de competitividad.

2. La estructuración del sector vitivinícola en Denominaciones de Origen, copiando el modelo francés, no se adapta perfectamente a la estructura del sector vitivinícola español (en el que existe compra-venta, no sólo de vinos sino también de uvas), y provoca la existencia de períodos cíclicos de elevación y caída de precios. (En este año 2000 estamos asistiendo al final de un período alcista y al subsiguiente desfonde en precios).

La tendencia de equiparación de precios del vino español con otros vinos europeos, tal como se ha producido, afecta negativamente a la comercialización global. Para frenar la elevación de precios sólo se puede plantear acuerdos interprofesionales viticultores-bodegas a largo plazo.

3. Los Consejos Reguladores inciden en el sector por su nivel de operatividad (en muchos

casos son poco operativos) lo que crea agravios comparativos entre las distintas Denominaciones de Origen.

El concepto de vino "moderno" no es incompatible con el marco reglamentario de las D.O., que, además, no es inamovible.

Más importante que la "modernidad" es la "calidad", y ahí es donde está el reto para los Consejos Reguladores y para las Bodegas.

4. El criterio debe ser en base a la situación de mercado de cada Denominación; si hay una D.O. con demanda insatisfecha de uva o vino esa D.O. debe ser prioritaria en la adjudicación de derechos.

El aumento de superficie puede ser suficiente si el reparto es en base a lo anterior.

5. *Calidad, calidad y calidad*, sin elevar por ello los precios a niveles inaceptables para el comprador/consumidor.

6. Sí ha habido desembarco (ejemplo Rioja), pero han abandonado posteriormente; en mi opinión la estructura del sector no resulta especialmente interesante para esos grupos. La figura más atractiva es la de empresa integral tipo Chateau (viña-Bodega-Comercialización) que no es frecuente en España. Por otra parte, no hemos de perder de vista que el despegue del sector vinícola en España es muy reciente y no se tiene una posición de liderazgo fuera del mercado interior.

7. La legislación europea está basada en el concepto D.O. y la legislación española está integrada en aquélla. Francia, en algunas de sus DD.OO., tiene una posición privilegiada a nivel mundial con el mismo marco legislativo. No es achacable a la legislación en sí misma la problemática del sector español.

PEDRO AIBAR

Gerente de VIÑAS DEL VERO

1. Efectivamente, el proceso de fusión entre empresas que ha sido muy relevante en otros sectores de actividad económica española no ha tenido su repercusión en el sector vitivinícola, lamentablemente según mi punto de vista.

El sector en otros países de nuestro entorno comunitario está sufriendo una fuerte reconversión, incluso en las DD.OO. más tradicionalistas francesas, tendiendo a la creación de grandes empresas sobre todo con potencial comercial.

Hay dos tipos de empresas que, bajo mi punto de vista, tendrán futuro en este sector. La empresa grande, con costes de producción en viñedo y en bodega perfectamente controlados y con gran potencial comercial, y la pequeña empresa familiar-artesanal, con unos costes controlables dentro de la economía de la familia y con una comercialización basada en el conocimiento o reconocimiento de marca dentro de un mercado muy local. En el medio, empresas con costes estructurales pesados próximos a gran empresa y con capacidad comercial de pequeña empresa tienen poco futuro, sobre todo si no tienen control sobre el precio en origen de la materia prima, UVA.

El porqué de la no concentración es sencillo de entender. La inmensa mayoría de empresas del sector, desde la más pequeña a la mayor, o son cooperativas locales y localistas o son empresas familiares con una gran tradición y apego al negocio. Además, el negocio del vino dentro de la empresa familiar siempre ha estado soportado en una imagen muy personalista del mismo.

2. Los vinos de Rioja o de Ribera del Duero se han encarecido por motivos ligeramente distintos. Rioja ha incrementado sobre todo sus ventas en base a la demanda exterior, el intento de las bodegas por aumentar sus elaboraciones ha sido respondido por los viticultores con un incremento desmedido del precio de la uva en origen y ahora todos están sufriendo en sus carnes en este momento el haber superado la barrera de lo que el mercado internacional estaba dispuesto a pagar por una botella de Rioja. Sin embargo, Ribera se ha encarecido por la demanda interior de este vino y la escasa producción de la zona en este momento, con dos cosechas muy cortas, aunque el resultado ha sido el mismo y también ha percibido que ha superado sus límites de ofrecer unos vinos a unos precios determinados. No creo que ni uno ni otro fenómeno corresponda a un proceso de europeización de los precios de nuestros vinos. En ambos casos, problema ha estado en la atomización de la oferta de la uva y las difi-