

CRISIS EN EL SECTOR VITIVINÍCOLA

Vino de payés con etiqueta propia

La elaboración de vino y su comercialización al detalle por parte de los viticultores es una opción de futuro ante la crisis de precios que sufre el sector en los últimos años

Llegar al consumidor final directamente y hacerlo con un producto bien acabado, y por tanto con alto valor añadido, es una de las vías de salida que algunos viticultores empiezan a plantearse. El exceso de producción de uva, la presión de los grandes embotelladores y la presencia en el mercado de vinos procedentes de nuevos países del hemisferio sur han llevado a una situación difícil de soportar para el subsector agrícola de mayor importancia en la provincia. Ante la constante regresión de precios, urgen las salidas imaginativas.

RAFAEL VILLA/GANDESA
rvilla@diaridetarragona.com

Es tradicional en zonas productoras de vino encontrar a particulares que elaboran su propio vino a granel y lo venden en garrafa, al margen de las cooperativas. Este modelo de comercialización, sin embargo, podría tener los días contados ante la estrechez de los márgenes comerciales. Es el momento de apostar por un producto más elaborado, un vino bien tratado y que ofrezca un mayor valor añadido, con lo que el margen de ganancia para el payés aumenta sensiblemente.

Esta es la línea que ha seguido Josep Vicens, viticultor de Gandesa heredero de una tradición de más de 130 años de bodega familiar, una bodega que hasta el año 2000 se limitaba a producir vino para su comercialización a granel. Pero de momento debe luchar contra la costumbre persistente de comprar en garrafa –evidentemente es un producto más barato, aunque con peores acabados– y sobre todo las dificultades de la comercialización, tanto en tiendas como en restaurantes. Su producción anual es de 4.000 botellas, y no consigue colocarlas todas. Por eso, ahora que prevé ampliar su capacidad de producción se plantea también la necesidad de contactar con un representante.

Otro productor que inició hace 10 años su propia producción y embotellado es Martí Socarrats, de Abrera. En su caso, el detonante fue que su hijo enólogo quiso entrar en el negocio familiar, por lo que decidieron elaborar su propio vino en vez de vender la uva a una embotelladora como hacían. El éxito le ha respondido, y el Vi de Cal Garrigosa ha tenido una muy positiva respuesta: cada año se queda sin existencias cuando llega el mes de agosto, y a esperar la próxima cosecha. «Cuando sólo producía las uvas se trataba de recolectar y esperar a cobrar; ahora es mucho más trabajo, entre la elaboración, los temas fiscales y el papeleo administrativo. Pero es una buena salida para el payés que tiene una pequeña extensión», afirma Socarrats.

Los inicios de su actividad como embotellador bajo la marca Vines del Grau no pudieron ser mejores: su primera cosecha de syrah ganó el primer premio de la Fira del Vi de Gandesa. Y dos años más tarde consiguió posicionarse entre los 100 mejores vinos españoles, según Radio Turismo.

Vicens cree que se trata de una salida de futuro, ya que el beneficio que se obtiene en cada botella

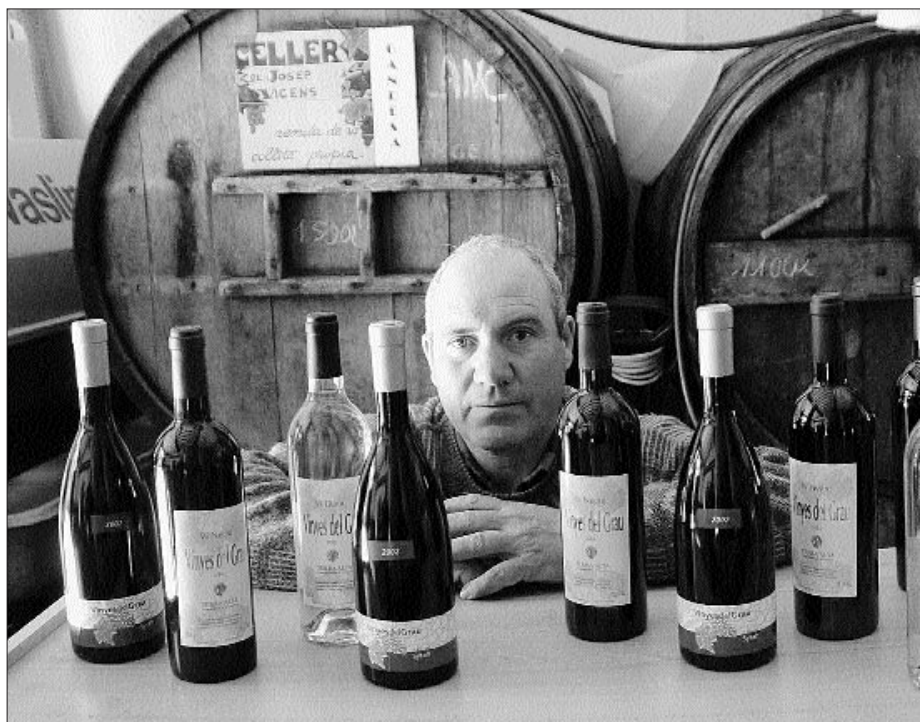
EL APUNTE

Seis nuevas bodegas en Porrera

Ajenos a los problemas que afectan al sector en general, los vinos del Priorat siguen estando de moda y generando atractivo. Una muestra de ello es que el Ayuntamiento de Porrera ha recibido seis solicitudes de permiso para crear otras tantas bodegas, que se sumarían a las siete ya existentes. La mayoría de estas nuevas inversiones proceden de Madrid. Maria Juncosa, alcaldesa de Porrera, señala que si bien es cierto que la aparición de más bodegas impondrá una mayor competencia a los productores tradicionales, «en cambio es una buena noticia para los payeses que producen uva y necesitan bodegas que la compren». Juncosa argumenta que los problemas por los que pasa el sector vitivinícola tienen su explicación en la situación económica general: «Cuando la economía vaya bien, también lo hará el vino».

venta es mayor que el que produce la venta a granel. Pero de momento debe luchar contra la costumbre persistente de comprar en garrafa –evidentemente es un producto más barato, aunque con peores acabados– y sobre todo las dificultades de la comercialización, tanto en tiendas como en restaurantes. Su producción anual es de 4.000 botellas, y no consigue colocarlas todas. Por eso, ahora que prevé ampliar su capacidad de producción se plantea también la necesidad de contactar con un representante.

Otro productor que inició hace 10 años su propia producción y embotellado es Martí Socarrats, de Abrera. En su caso, el detonante fue que su hijo enólogo quiso entrar en el negocio familiar, por lo que decidieron elaborar su propio vino en vez de vender la uva a una embotelladora como hacían. El éxito le ha respondido, y el Vi de Cal Garrigosa ha tenido una muy positiva respuesta: cada año se queda sin existencias cuando llega el mes de agosto, y a esperar la próxima cosecha. «Cuando sólo producía las uvas se trataba de recolectar y esperar a cobrar; ahora es mucho más trabajo, entre la elaboración, los temas fiscales y el papeleo administrativo. Pero es una buena salida para el payés que tiene una pequeña extensión», afirma Socarrats.



LA OPINIÓN

MIQUEL RECASENS

El consumidor es el rei

Tres països –França, Itàlia i Espanya– produeixen el 85% del vi d'Europa i el 52% del vi del món. De fet, Espanya és el lloc del món on la vitivinicultura fa la contribució més important a la seva riquesa. Val la pena analitzar-ho. Les dades són que, el 2000, Espanya va produir 33.723.000 hectolitres, per darrera dels 58.074.000 d'Itàlia i els 60.535.000 de França. Però la producció d'aquests països tendeix a la baixa, i en canvi als Estats Units, Austràlia, Argentina, Xile i Sud-àfrica, la producció creix. La superfície mitjana d'una explotació vitícola a Espanya és de 3 hectàrees, com a la resta de països productors tradicionals. És una gran disgregació que dificulta la mecanització dels cultius. En canvi, els productors emergents disposen de grans extensions de terreny. Alhora, a Espanya, França i Itàlia, les cinc primeres empreses del sector del vi representen entre el 5 i el 8% de la quota de mercat, mentre que als Estats Units, Austràlia, Xile i Argentina oscil·len entre el 40 i el 83%. Per tant existeixen dues estructures productives diferents entre els països elaboradors tradicionals i els emergents.

Si ens fixem en el consum, a França, Portugal i Espanya hi ha un descens sistemàtic que es veu compensat en part per increments en països com Alemanya, el Regne Unit, Holanda, els EUA, Canadà, Japó i Austràlia, i s'espera que aquesta tendència estable continuï els propers anys.

Potser el més important és que els hàbits de compra de vins dels consumidors actuals responen a dues preocupacions fonamentals: la salut i cura personal i el factor moda-prestigi. Per això creix la quota de consum de vi de qualitat enfront la notable davallada

del vi de taula. Els estudis estratègics del sector coincideixen en la necessitat de prendre posicions més proactives, orientades a l'evolució del consum i no tant a les circumstàncies dels productors.

Una de les conclusions més clarividents és la que dóna el president del Grup Freixenet, Josep Lluís Bonet, quan parla de la necessitat d'incorporar el vi a les pautes de consum de la humanitat del segle XXI per evitar que acabi essent un producte de consum marginal.

En tot cas, es constata que hi ha un gran marge de millora en el camp dels recursos humans i dels recursos intangibles, com el coneixement del mercat o la component de prestigi, amb la que es vinculen, per exemple, aspectes com el manteniment de l'entorn natural de les zones de producció, la recerca de l'harmonia del paisatge i la sostenibilitat del desenvolupament.

Es tracta d'aconseguir una millora dels ingressos globals del sector tot mantenint constants les quantitats de vi elaborades. La lluita per aquest espai serà la clau de la competitivitat entre les zones productores en els propers anys. I la capacitat que cadascuna tingui per posar d'acord les parts implicades –productors, elaboradors, comercialitzadors, mitjans de comunicació i administracions públiques– serà un factor definitiu per seduir i conquerir millor que les altres el rei del món actual: el consumidor.

Miquel Recasens, professor d'Economia Vitivinícola de la Facultat d'Enologia de la Universitat Rovira i Virgili

CRISIS EN EL SECTOR VITIVINÍCOLA

LA CIFRA
50%
La caída del precio al que se paga la uva alcanza el 50 por ciento.

Cómo sobrevivir cuando los gastos superan ampliamente a los ingresos

Los productores de uva están vendiendo a la mitad de lo que se pagaba en 1999

La crisis de precios de la uva para vino se inició en 1999, cuando se alcanzó un precio máximo de 50 pesetas el kilo -30 céntimos de euro- que no ha vuelto a obtenerse nunca más. La situación era entonces buena en el sector, con la moda de consumir vino tinto como producto de prestigio, y esto animó a incrementar la producción. A partir de ese momento comenzó la caída libre de los precios, hasta situarse este año en las cotizaciones más bajas: se paga la uva a la mitad de los valores de 1999. Este año, el vitivinicultor lo cerrará en números rojos, ya que los gastos habrán sido superiores a los ingresos: algunos payeses hacen uso de los ahorros obtenidos cuando los precios iban bien, mientras otros recurren a los créditos.

R.V./TARRAGONA
rvilla@diaridetarragona.com

No está claro que la caída de precios responda únicamente al incremento de producción de uvas para vino, sino que habría que buscar otros factores tanto o más importantes, como el gran dominio que las tres grandes empresas embotelladoras tienen sobre los productores de uva, lo que les permite marcar los precios que pagan, la actuación de agentes intermedios que compran la uva para elaborar vinos base que venderán posteriormente a las embotelladoras, y el creciente peso de los vinos de nuevos países productores. La situación ha llegado a un punto insostenible, ya que nada hace pensar que la caída de precios iniciada en el año 2000 no siga produciéndose el próximo año. Y el agricultor puede perder dinero un año o durante algunos años, pero evidentemente no puede seguir así de forma indefinida.

Los precios de la presente temporada de la uva para vino tinto oscilan entre 15 céntimos de la variedad tempranillo hasta los 21 a

LAS CIFRAS DE LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN EN TARRAGONA

	Superficie (Ha)	Viticultores	Bodagas	Volu. final (Hl)
DO Penedès*	28.148	5.724	191	510.843
DOQ PRIORAT	1.600	600	47	1.857
DO MONTSANT	2.050	782	27	32.968
DO TERRA ALTA	9.200	1.933	29	268.941
DO TARRAGONA	7.400	2.766	24	70.882
DO CONCA BARBERÀ	6.000	2.200	15	21.421
DO TOTAL	54.396	14.005	333	906.912
DO CAVA	32.009	6.848	271	1.538.168
DO CATALUNYA	16.424	3.218	102	299.128

*Las cifras DO Penedès incluyen Alt Penedès y Baix Penedès

JOAN CREUS



JUAN REVILLAS

Josep Vicens, con los vinos que produce en su bodega familiar: blanco y tinto en variedades tradicionales, y un tinto más novedoso a partir de la variedad syrah. Al fondo se ven los toneles que usa para la venta de vino a granel, que aún es la mayor fuente de ingresos.

24 céntimos de las uvas merlot o cabernet. Según los estudios de costes, debería pagarse a 44 céntimos el kilo, pero únicamente para cubrir costes e incluyendo el sueldo que se supone debe obtener el productor. Este precio de costes no incluye, en cambio, el beneficio empresarial. Por lo que respecta a la uva para vino blanco o cava, se ha pagado entre 13 y 15 céntimos el kilo, cuando los estudios de costes fijan la cantidad que debería pagarse en 30 céntimos.

Evidentemente, son precios de ruina, y que únicamente han contado con las excepciones de los precios pagados por las grandes empresas embotelladoras: así, Freixenet ha pagado 33 céntimos por la uva para sus cavas y vinos blancos, mientras que Codorniu ha pagado 27 céntimos. Por lo que res-

pecta a la uva para vino tinto, Torres ha abonado 48 céntimos a los vinos de la zona Penedès, un mínimo garantizado que también se ha convertido en máximo.

Producir el doble

Los productores empiezan a buscar salidas, como las que se discutieron en una reciente jornada de encuentro de vitivinicultores efectuada en Reus y organizada por Unió de Pagesos. Ante la caída de precios a la mitad, hay quien es partidario de producir el doble para volver a cobrar en cifras absolutas lo que se ganaba en 1999. Y hay quien plantea la opinión exactamente contraria: producir la mitad de uva para así disponer de tiempo para que el productor elabore su propio vino y lo comercialice, con lo que sería el quien se quedaría el valor añadido que supone el paso de uva a vino.

Joan Santó, responsable nacional de Unió de Pagesos de la viña y el vino, es precisamente de esta segunda opinión. «Hay que hacer autocrítica: hasta ahora los productores nos hemos acomodado produciendo uvas para venderlas a un segundo, que es quien hace la comercialización y obtiene el va-

lor añadido. Y está muy bien que quien comercializa saque el valor añadido, porque hasta ahora nosotros no hemos sabido hacerlo. Tenemos que cambiar el chip y dedicar parte de nuestro tiempo a la comercialización», argumenta.

Uno de los primeros pasos obligatorios ante la actual situación ha sido abrir conversaciones con las grandes empresas embotelladoras que compran un inmenso porcentaje de la producción para crear mesas de diálogo en la que puedan alcanzarse acuerdos entre las partes afectadas. «Tienen que entender que nosotros somos el primer eslabón de la cadena, y que les somos necesarios. Si no hay primer eslabón, tampoco podrá haber el último», explica Santó, quien remarca que en unos momentos en que los productores están perdiendo dinero, las grandes bodegas siguen obteniendo pingües beneficios. «Nos dicen que las cosas no van bien, que hay muchos problemas y que el mercado está muy duro, pero al final cierran el ejercicio con resultados de decenas de millones de euros. Su negocio debe repercutir en todos nosotros o no podremos subsistir», afirma Joan Santó.

La producción de la uva cuesta 30 céntimos, pero se paga a sólo 15

COMPRANT ARA UN FORD* I

NO PAGUIS FINS AL JULIOL

I, a més, si veïns a provar qualsevol model participarem en un sorteig per assistir a la final de la UEFA CHAMPIONS LEAGUE.

Vine a la Champions Ford, de segur que hi guanyes.

Només fins al 29 de febrer!

TARRAGONA Ctra. Vallén c/a. 248, 8 877 513 514	REUS C/M C/ Cambriells, s/n 877 751 500	WALLS Ctra. Plà Santa Maria, s/n 877 888 161	EL VENDRELL Ctra. Tarragona, s/n 877 888 780	CAMBRIELS CENTER Ctra. N-340, Km. 11,45 877 791 403
---	--	---	---	--

*Oferta vigent per tots models Kia, Peugeot, Hyundai, Porsche i Focus C-MAX fins al 29/02/04. Basada en previsions d'informació de models: Cambrils, Ford i Reus. Previsió Porsche i Focus C-MAX. Consums citats de 4,4 a 5,1 litres per litre de cada 100 de 118 a 218 g/km.