

AMPLIACION DE LA C.E.E. Y REESTRUCTURACION DE LA ECONOMIA VITIVINICOLA COMUNITARIA (*)

Por
J. P. LAPORTE y R. LIFRAN (**)

EL acuerdo del 28 de marzo de 1985 entre los Ministros de Asuntos Exteriores de la C.E.E. y sus homólogos españoles y portugueses eleva el número de los países miembros de la C.E.E. de 10 a 12 a partir del 1.º de enero de 1986. La regulación europea sólo se aplicará a estos países después de un período transitorio, variable según los productos y según cada uno de los países.

Se han necesitado ocho años de negociaciones para llegar al compromiso final. La negociación con España ha sido la más difícil, ya que Portugal planteaba menos problemas de competencia.

En cuanto a España, el expediente del vino ha sido uno de los más delicados por solventar junto con el de las frutas y hortalizas y el de la Pesca. En lo relativo al vino, el compromiso precisa que las medidas fijadas en Dublín tendentes a limitar las producciones de los vinos de mesa se aplicarán a España basándose en un límite máximo de 27,5 millones de hectólitros. Precisa igualmente distintas modalidades que permitan las adaptaciones nece-

(*) Esta comunicación recoge un texto presentado en el Comisariado General del Plan en Junio de 1985 y discutido en junio de 1986.

(**) Station d'Economie et Sociologie Rurales - MONTPELLIER
— Revista de Estudios Agro-Sociales. Núm. 139 - (enero-marzo 1987).

sarias en materia de armonización (2) de los precios (aproximación progresiva de los diferentes precios de intervención españoles a los precios comunitarios) con compensación en los intercambios (importes reguladores) para tener en cuenta las diferencias actuales.

El compromiso de Dublín goza, por tanto, desde el punto de vista de la economía vitivinícola, de un doble carácter de acelerador y de amortiguador de la competencia.

Mediante la ampliación del campo de los países competidores y acceso a los mercados comunitarios que dicho compromiso ofrece a estos países, se provoca un incremento de la competencia entre los vinos de la Comunidad ampliada en los mercados europeos importadores.

Simultáneamente a la internacionalización así acrecentada de la competencia, dicho compromiso responde con medidas restrictivas al nivel de las intervenciones de sostenimiento en los mercados, al menos en cuanto a los vinos de mesa. Estas medidas tienden a limitar la obligación a la que se ha comprometido la Comunidad de destruir los excedentes de cada país. Por consiguiente, éstos no se ven impulsados a abandonar sus responsabilidades en el control de su producción, en particular, de los vinos de mesa.

Alrededor de estas dos ideas básicas centraremos nuestra reflexión sobre la reestructuración de la economía vitivinícola comunitaria.

I. ORIENTACION EXPORTADORA DE LOS VIÑEDOS EUROPEOS

La saturación de los mercados interiores ligada, en particular, a una baja del consumo constituye un carácter específico de los mercados vinícolas de los principales países productores. De ahí la búsqueda de nuevas salidas en los mercados exteriores.

(2) Puede escribirse tanto con «h» como sin ella, aunque su uso más frecuente es sin «h».

I.1. Francia, dependiente de los mercados exteriores

El sector vinícola francés es el segundo sector exportador de productos agroalimentarios (después de los cereales), con un saldo favorable de unos 15.000 millones de francos en 1983.

De siempre, los intercambios exteriores han desempeñado un papel importante. Tradicionalmente, se exportan las 4/5 partes de los aguardientes y una tercera parte de los vinos finos comercializados. El nuevo fenómeno que se está produciendo desde los años setenta es el desarrollo de una corriente regular de exportaciones de vinos de mesa que pasó de un millón de hectólitros en los años 1965-70 a 5 millones en 1984, mientras que paralelamente las importaciones bajaban de 15 millones de hectólitros a aproximadamente 5 para estabilizarse a este nivel.

Así, Francia exporta hoy día 20 millones de hectólitros de vino o su equivalente, o sea, alrededor del 30% de su producción. Habida cuenta de la dinámica de su consumo interior, el porvenir de la viticultura francesa está cada vez más vinculado a estos mercados exteriores.

II.2. Esta característica es común a todos los productores europeos

Si bien históricamente Francia ha sido el primer exportador importante de vinos por sus denominaciones de origen, cuya fama se creó tanto gracias al mercado exterior como al interior, la exportación masiva de vinos de mesa es una actividad que ha marcado al conjunto de los grandes productores europeos.

La creación de la Europa comunitaria, que ha vuelto a convertir a Europa en el centro de los intercambios (Italia sustituye a los países del Magreb en el suministro de los vinos de mezcla) y la mejora del nivel de vida van a fomentar nuevos intercambios. Más recientemente, en el último decenio, la baja general del consumo en los países tradicionalmente vitícolas obliga, en un contexto de aumento de la producción, a una intervención creciente en los mercados mediante destilaciones por una parte y, por otra, a una búsqueda más sistemática de mercados exteriores.

EXPORTACIONES VINICOLAS TOTALES EN EQUIVALENTE VINO
(UNIDAD: 1.000 HL), 1982

Francia	Italia	R.F.A.	Grecia	España	Portugal
18.800	21.000	2.057	315	6.800	1.692

Así, para todos los países vitícolas europeos, la cantidad exportada se sitúa entre el 10 y el 30% de la cosecha o de las utilizaciones:

CANTIDADES DESTINADAS A LA EXPORTACION EN RELACION CON LAS
UTILIZACIONES TOTALES Y LA COSECHA

	Francia		Italia	España		Grecia	Portugal	
	Aguard. incluidos			Brandy incluido	R.F.A.			
Exportación (1981)	15	28	26	23	20	12	9,5	15,5
Utiliz. total (1982)	16,5	28,5	17,5	19	27,5	12,5	10	14
Export. (m. 81-82)	14,1	25,5	24	12,9	14,5	31,5	7,4	14
Cos. (med. 80-82)								

Francia sigue siendo el primer operador en el mercado mundial, así como primer exportador, con Italia, por delante de España, si se incluyen los aguardientes, y además cuenta con flujos más regulares. También se sigue encontrando entre los primeros importadores, detrás de la R.F.A., la U.R.S.S., el Reino Unido y los EE.UU. Señalemos al respecto que Francia es el único país tradicionalmente vitícola que importa. Las importaciones italianas, griegas, españolas y portuguesas son insignificantes incluso para vinos de calidad y la integración en la C.E.E. no ha supuesto ningún cambio para los dos primeros países.

Los intercambios entre países productores tienden más a cubrir déficits cuantitativos que a ser complementarios (lo que no excluye la compra de productos de renombre: Italia ha sido el primer importador de champaña). El caso de Francia está ligado a razones históricas que proceden de un déficit cuantitativo (creación del viñedo argelino durante el período de la filoxera).

I.3. *Cierta especialización en lo relativo a los intercambios*

El análisis de las exportaciones de los países vitícolas comunitarios (Francia, Italia, R.F.A. y Grecia) y de los países de la Península Ibérica (España y Portugal), o sea, los países de la futura Europa ampliada pone de manifiesto que:

- Estos países representan las 3/4 partes de las exportaciones mundiales de vino.
- Italia supera ampliamente a Francia y a España con cerca del 50% de las exportaciones europeas. Sin embargo, si se incluyen los derivados vinícolas y especialmente los aguardientes de vino, Francia se sitúa a un nivel equivalente al de Italia.
- Las exportaciones de vinos tranquilos son las predominantes, con mucho, en todos los países —salvo Francia, que exporta más o menos la mitad en forma de aguardientes de vino— y entre aquellos los vinos de menos de 13° representan alrededor de las 2/3 partes, pero, sin embargo, asciende al 80% o más en el caso de Francia y Alemania.
- Más de la cuarta parte del total de las exportaciones de Italia y España la constituyen vinos de base (para espumosos, vinos de más 13° para mezclas o destilaciones).
- De 1/4 a 1/3 de las exportaciones de la Península Ibérica son sus ventas en vinos de postre o de aperitivo; Francia y la R.F.A. de 1/2 a 3/4 partes en V.C.P.R.D. (vinos de calidad producidos en regiones determinadas).
- Los vinos selectos de gran valor añadido predominan en las exportaciones alemanas, francesas, griegas y portuguesas.

Se observará, por otra parte, que si Francia supera ampliamente a Italia en lo que se refiere a los V.C.P.R.D. tintos, esta última comercializa la mitad de los V.C.P.R.D. blancos a granel, mientras que la R.F.A. exporta tantos blancos de calidad (embotellados) como Francia.

En lo que se refiere a los vinos ordinarios, Italia predomina en los vinos a granel sea cual fuere el color (con más de las 3/4

partes), y Francia en los embotellados (con alrededor de la mitad). Se habrá que mencionar, igualmente, que la R.F.A. vende tantos vinos blancos ordinarios embotellados como Italia.

Así aparece cierta especialización en la exportación, lo que permite localizar los principales países competidores por sector del mercado.

- Italia sobresale en los mercados de los vermouths, de los vinos de aguja, de los vinos de base y de los vinos de mesa (sobre todo, a granel), o sea, principalmente en los mercados de escaso valor añadido.
- Por el contrario, Francia sobresale en los mercados de los aguardientes, de los V.C.P.R.D. especialmente embotellados, está en igualdad de condiciones con Italia, en lo que se refiere a los espumosos y a los vinos de mesa embotellados; está, por consiguiente, más especialmente presente en los mercados de alto valor comercial.

Igualmente, la R.F.A. está cada día más presente en los mercados de los vinos selectos.

La Península Ibérica compite más particularmente en el mercado de los vinos especiales. Pero la situación presente procede en gran parte de las barreras a la entrada en los mercados comunitarios, y por consiguiente, se corre el riesgo de que se vea profundamente modificada por la supresión de aquellas. El aumento de los flujos resultante estará necesariamente acompañado de su desviación en el sentido de un aumento de los flujos de vinos de mezcla y de una modificación de su configuración geográfica.

Cada país tiene, pues, una estructura particular de su comercio de exportación, algunos están orientados más bien hacia vinos que son materia prima (vinos de base o de mezcla a granel, mostos), otros más bien hacia productos acabados (vinos selectos, aguardientes...). Pero a pesar de esta especialización, habida cuenta de los volúmenes y de las capacidades de exportación, la competencia no deja de mostrarse fuerte en casi todos los sectores (vinos de mezcla y de base, vinos especiales tipo V.D.N., V.D.L., espumosos, vinos intermedios —denominación o marca—).

Esto conduce, pues, a analizar con mayor profundidad las modalidades de la competencia para cada categoría de productos.

II. COMPETENCIA Y DINAMICA DEL SECTOR VITICOLA

En el ámbito mundial, la C.E.E. de los 12 representará alrededor del 50% de las superficies vitícolas, el 60% de la producción de vino y 55% del consumo. Además, estos países comercializan más de la mitad de las importaciones mundiales y las 3/4 partes de las exportaciones, es decir, que la ampliación generaliza la competencia dentro de la propia Comunidad.

Este aumento de la competencia se hará sentir tanto en los vinos que son materia prima como en los vinos que son productos acabados.

II.1. *Condiciones de la competencia en los vinos que son materia prima*

La competencia internacional en estos productos de base tiene lugar en un número limitado de países europeos (esencialmente, la R.F.A., Francia y los países del Este, sobre todo, la U.R.S.S.). Una parte de estos vinos se reexporta luego como productos acabados (caso de la R.F.A.).

En efecto, esencialmente, cada país productor se surte en sus propias regiones vitícolas, fuertemente competidoras ante el descenso del consumo interior.

Estos productos a granel son manipulados por empresas especializadas que disponen de infraestructuras específicas para el tratamiento de los vinos.

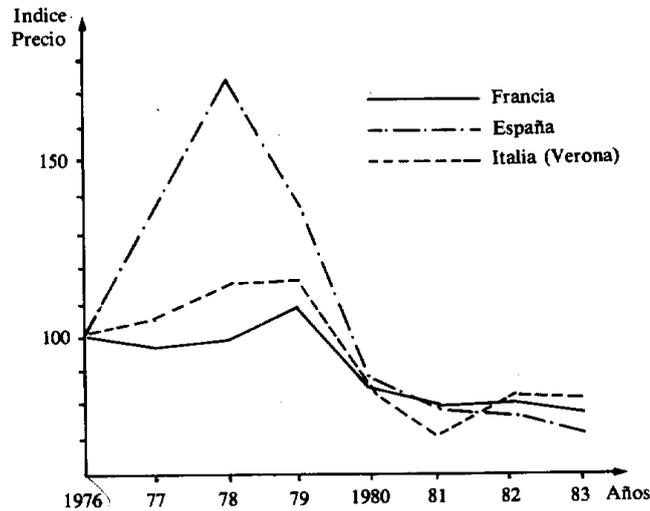
El mercado internacional de estos vinos se halla en retroceso. Su desarrollo exigiría la implantación de infraestructuras industriales en los países no productores. Las características del mercado español (en especial, en lo que respecta al consumo y al desequilibrio de producción entre vinos blancos y tintos) podrían, en cierta medida, ampliar este mercado.

La saturación de estos mercados se traduce en una gran tendencia a la baja de los precios, aminorada por las intervenciones de los Estados en un marco comunitario o nacional, principalmente a través de las destilaciones de intervenciones.

II.1.1. Tendencia a la baja de los precios

En los tres principales países productores europeos los precios pagados a los productores en moneda nacional constante han descendido una media del 20 al 25% entre 1976 y 1983, y debido a la diferencia de precios entre los vinos españoles y los europeos se puede pensar en una nueva nivelación de los precios a la baja.

TENDENCIA DE LOS PRECIOS DEL VINO A LA PRODUCCION
(Indice 100 = 1976 - Base del precio del vino en moneda nacional al que se ha restado el índice del coste de la vida del país)



COMPARACION DE PRECIOS DE MERCADO: FRANCIA-ESPAÑA (1984)
(Vino de mesa y de mezcla: cotización en la producción)

	España		Francia	
Tinto	(266 ptas)	14,36 F/d°hl	Tinto y rosado	17,29
Rosado	(218 ptas)	11,77 F/d°hl	Blanco	16,70
Blanco	(157 ptas.)	8,50 F/d°hl		

II.1.2. Importancia de las destilaciones

Para amortiguar la baja de los precios y garantizar la comercialización de los excedentes se han establecido destilaciones de sostenimiento, tanto por parte de la C.E.E. como por parte de España.

DESTILACIONES DE INTERVENCIONES DE VINOS DE MESA

Campañas	España		Francia		Italia	
	Cosecha	Indice de destilación	Cosecha	Indice de destilación	Cosecha	Indice de destilación
79-80	48,2	26,5	55	17	62,7	14
80-81	42,4	17	47,5	18,3	75,8	18,6
81-82	33,7	17	43,4	6,7	63,6	15,4
82-83	39	12	52,5	15,4	64,1	8,3
83-84	32,5	16	40	13	64	18

En este contexto, incluso si habida cuenta de la creciente voluntad de cada Estado miembro de responsabilizarse de sus excedentes, no se puede razonablemente prever que vuelva a existir una localización radical de los viñedos de vinos que son materias primas en la nueva Europa vitícola, parece, sin embargo, necesario estudiar los principales factores de la competitividad de productos procedentes de viñedos con condiciones de suelo, clima, económicas y sociales en extremo heterogéneas.

Más allá de los mecanismos reguladores implantados en el curso del período transitorio, ¿persistirá la diferencia de precios entre vinos españoles y vinos comunitarios (actualmente del 30 al 50% a favor de los vinos españoles)? ¿Cuáles son los factores que determinan la evolución de esta diferencia de precios? ¿Qué papel desempeñan las características propias de los sistemas de producción y los de las condiciones económicas generales? ¿Cómo se articulan estas diferencias con las especializaciones cualitativas anteriormente citadas?

II.2. Factores de la competitividad de los vinos que son materia prima

II.2.1. Los aspectos cualitativos de la materia prima

A pesar de que los aspectos cualitativos sean menos determinantes para los vinos que son materia prima que para los vinos que son producto acabado, se puede, sin embargo, localizar cierto número de flujos ligados bien a cierto «carácter complementario cualitativo», bien a cierto carácter específico tecnológico de la materia prima. Esto es especialmente cierto en el caso de los vinos blancos en los que las características parecen diferenciarse según los destinos del producto (vermuts, aguardientes, espumosos...).

¿Permitirán las evoluciones tecnológicas liberarse, en estas condiciones económicas, de estos imperativos cualitativos?

La situación plétórica del mercado de los vinos blancos parece en todo caso muy favorable a los elaboradores de productos acabados.

En efecto, si la ampliación aporta volúmenes más o menos equivalentes de blancos y de tintos (más de 20 millones de hl), en términos de competencia la producción comunitaria crece 1/3 para los blancos, frente a únicamente 1/5 para los tintos.

DISTRIBUCION DE LA PRODUCCION DE VINOS SEGUN EL COLOR,
POR PAISES (EN %)

(Año 1982. Comparación C.E.E. de los 10 y de los 12)

	Tintos y rosados		Blancos		% blancos por países
	C.E.E. 10	C.E.E. 12	C.E.E. 10	C.E.E. 12	
R.F.A.	2	1,5	22,5	17	89
Francia	55	45	25	19	22,5
Italia	42	34,5	47	35	41
Grecia	1	1	5,5	4	72
España	—	12	—	21	55
Portugal	—	6	—	4	30
	100	100	100	100	
Millones de hl	94,9	115,9	59,5	79,5	41
Δ volumen (10 ⁶ hl)	—	+21	—	+20	—
Δ %	—	+22	—	+34	—

Mientras se respete la prohibición de mezcla entre vinos blancos y vinos tintos, se podrán distinguir dos situaciones:

- En el mercado de los vinos blancos, el desequilibrio de la demanda está más acentuado, en particular si se tienen en cuenta las aportaciones españolas e incluso si se ha de tener en cuenta las tendencias favorables de la demanda internacional.

El mercado presenta numerosos submercados ligados a vinos «subproductos»: vinos de uva de mesa, vinos aptos, etc. La mayor parte de las veces lo utilizan grandes grupos industriales: fabricantes de aperitivos, aguardientes, espumosos, etc..., no ligados a las zonas de producción.

- En el mercado de los vinos tintos, éstos se destinan esencialmente, al menos en el estado actual de la tecnología y de la legislación, a su consumo como bebida de mesa. Las cosechas nacionales se diferencian en gran medida: Francia casi no produce vinos blancos de mesa, mientras que éstos constituyen la casi totalidad de la cosecha española. La cosecha italiana es la única que cuenta con cantidades similares de unos y otros. Teniendo en cuenta las relaciones de precios, el mercado comunitario de los vinos de mezcla tenderá, pues, a desplazarse hacia el Sur, entre Italia y España.

En cuanto al mercado de los vinos de base (para aguardientes y espumosos), posiblemente no se vea demasiado afectado por la ampliación, pues los vinos españoles están cualitativamente poco adaptados a la demanda de los elaboradores.

Por último, no se excluye que ciertos viñedos franceses de buena productividad puedan participar en corrientes de exportación con destino a España, debido a que cualitativamente pueden ser complementarios de los vinos españoles y a su proximidad a los grandes centros de consumo del norte de la Península.

II.2.2. Condiciones económicas de producción

Las disparidades persistentes de los salarios y de las rentas agrícolas no son más que uno de los componentes de las dispari-

dades de precios: la importancia del margen de población activa agrícola disponible, en forma de mano de obra asalariada o familiar, los tipos sociales de explotación (a tiempo parcial, familiar o asalariados), la especialización más o menos irreversible de las explotaciones y de las economías regionales en la actividad vitícola, la naturaleza de las relaciones a lo largo del proceso de producción (importancia relativa de la cooperación y de los industriales), son elementos característicos de los sectores que participan directamente en la determinación tanto del nivel como de la dinámica de la producción y de los precios.

La lógica fundada en el ciclo: baja de los precios, baja de la renta, aumento de productividad, baja de los precios, ya fuerte en el marco relativamente homogéneo de cada uno de los países vitícolas europeos, se ve agravada por la competencia de productos procedentes de condiciones de producción y de comercialización heterogéneas. La heterogeneidad de las condiciones de producción no tiene sólo un contenido descriptivo o histórico, sino también un papel funcional en la reducción del valor unitario de los productos.

Los mecanismos introducidos en el curso de los años posteriores al establecimiento de la organización común del mercado vitícola se verán todavía más reforzados por la ampliación y continuarán teniendo un peso importante en las cotizaciones de los vinos que son materia prima.

En este contexto, la cuestión de los «modelos productivos», sin ser despreciable, posee en lo referente a la competencia intercomunitaria un interés, a fin de cuentas, bastante relativo. En cambio, adquiere más importancia en cada uno de los marcos nacionales e igualmente en lo que se refiere a las posibilidades de adaptación de cada sistema productivo nacional al nuevo régimen de intervención comunitaria.

En efecto, en lo que se refiere a estos dos conceptos, las capacidades de cada sistema productivo nacional para «valorizar» lo mejor posible las nuevas formas de intervención se pueden considerar como muy distintas.

En efecto, los modelos productivos vitícolas se caracterizan todos por un impuesto sobre el valor añadido elevado.

Pero se diferencian profundamente según la cuantía de las inmovilizaciones, ligada esencialmente a la producción del viñedo.

Los dos «modelos extremos» de la viticultura europea están representados:

- Por una parte, por los modelos italianos: muy altos rendimientos ligados al sistema de espalderas, requiriendo una gran dedicación de trabajo y de difícil mecanización.
- Por otra parte, por los modelos españoles: rendimientos muy bajos ligados a la escasa densidad de plantación, requiriendo por ello poco trabajo y pocas inversiones por hectólitro, pero igualmente de difícil mecanización para las operaciones de poda y de vendimia.

Las posibilidades de evolución de los dos modelos extremos (el italiano y el español) son en definitiva relativamente escasas, habida cuenta de la situación del mercado vitícola:

- Los modelos intensivos italianos son limitados en lo referente a la consecución de rendimientos más elevados, a la vez porque están próximos a la zona de los rendimientos decrecientes, tanto a nivel biológico como económico, y porque les es más difícil reducir las cargas de trabajo unidas a una producción muy estancada.
- Realmente, los modelos extensivos españoles pueden lograr una progresión limitada de su producción, pero es poco probable que puedan sumirse en su gran mayoría en un proceso de cambio radical de su modo de producción, único capaz de permitir un aumento notable de ésta.

En este contexto, la situación de los viñedos franceses de vino de mesa aparece como una situación media relativamente favorable: para una producción por hectárea relativamente elevada, las reservas de productividad son aún bastante fuertes debido a la «plasticidad» bastante alta de los modos de producción («go-belet» languedociano), que permite un grado elevado de mecanización de las operaciones como la poda y la vendimia, y conduce a cargas de mano de obra próximas a las de la situación española.

II.3. *Las condiciones de la competencia para los vinos que son productos acabados*

A priori, se podría pensar que estos vinos, debido a los precios, están a cubierto de los efectos de una competencia: sin duda, para estos productos la notoriedad, el seguimiento de la calidad, la naturaleza de los circuitos comerciales son elementos importantes de competencia.

Excepto en algunas campañas, la evolución de los precios a la producción de las grandes denominaciones francesas está muy por encima de los vinos italianos más afamados, sin que por ello sus elevadas exportaciones se vean afectadas. El análisis de los valores en aduana confirman el grado de jerarquía existente, pero además permite evidenciar la penetración, en términos de precios, de los vinos alemanes y españoles, nuestros competidores directos en materia de vinos finos. Hay, pues, incluso respecto a estos últimos, una importante competencia para los vinos franceses en los mercados exteriores.

Expresados en francos constantes, los valores en aduana de los vinos exportados han sufrido efectivamente un claro deterioro desde 1977, sea cual fuere el tipo de vino y el acondicionamiento (cfr. Anexo).

En lo relativo a los vinos exportados selectos, la erosión es tanto más fuerte cuanto más elevado es el nivel de los precios, lo que se explica bastante bien por la estructura de éstos.

Respecto a la exportación, la situación de los V.D.C.S. (vinos delimitados de calidad superior) es análoga a la de los vinos de mesa y de la tierra, lo que pone de manifiesto su dificultad para establecer propio status. Se podría hacer la misma observación para los vinos de la tierra: estos últimos se exportan a precios inferiores a los de los vinos de mesa.

De hecho, se observa que en el mercado de los vinos se enfrentan cada vez más dos tipos de productos, los vinos de denominación y los vinos de marca procedentes de combinaciones y mezclas.

En efecto, la notoriedad puede apoyarse en dos conceptos, el de denominación de origen (este concepto es el que aún preva-

lece en Francia), o el de marca comercial (prevalece generalmente en el extranjero).

En un principio, el primero corresponde a una estrategia de productores que se ha beneficiado del apoyo de estructuras industriales y comerciales ligadas a la denominación. El segundo es fruto de los transformadores y distribuidores. Sin embargo, tenemos que señalar que estas dos políticas no son necesariamente contradictorias. En efecto, las políticas de marca se pueden asociar a una denominación de origen. Es el caso en nuestros principales competidores y especialmente en España donde se ha podido observar una gran actividad de promoción de los viñedos por la vía reglamentaria, a pesar de que se tenga un desfase muy claro entre las situaciones formales y las situaciones económicas y comerciales. Se debe señalar que para el 60% del viñedo de este país se puede reclamar una denominación.

En casi todos los países, tratándose incluso en lo que se refiere a sus denominaciones más afamadas, se contempla la existencia de vinos de marca procedentes frecuentemente de combinaciones de vinos complementarios, el caso de la Rioja es ejemplar a tal efecto (1).

Además, otra característica de la Península Ibérica (como de Italia), es que en ella predomina el negocio exportador en la transformación de la uva (y también la producción) de las denominaciones más famosas.

ESTRUCTURA DE LA ACTIVIDAD DE VINIFICACION EN EUROPA
(Datos aproximativos. Conjunto de todos los vinos. % vinificados)

	Francia	Italia	R. F. A.	Grecia	España	Portugal
Productores	53	50	52	31	10	20
Cooperativas	45	36	40	29	50	35
Elaboradores industriales	2	14	8	40	40	45

La actividad exportadora española es relativamente fuerte y diversificada (brandies, vinos de Jerez, denominaciones y vinos de mezcla). Dispone de una estructura industrial moderna, a menudo infrutilizada, así como de estructuras comerciales, especial-

(1) Señalemos que en Champaña estamos en presencia de un mercado de marcas.

mente en los países del Norte de la C.E.E. consumidores de productos típicos (Gran Bretaña, Holanda, Bélgica, Dinamarca...).

En el sector de los vinos de marca, correspondiente a vinos intermedios, competidores de las denominaciones de poca notoriedad; España dispone con sus potentes «criadores exportadores» de bazas nada despreciables. En los vinos de denominación, sólo los vinos de Rioja y los Jerez y Málaga dentro de los vinos especiales gozan de una notoriedad internacional. Los vinos espumosos gozan igualmente de buena reputación.

En suma, en el sector de los vinos que son productos acabados, la ampliación podría conducir a relativizar un poco más el papel de las denominaciones de origen en favor de las marcas comerciales. Las obligaciones impuestas por la conquista de nuevos mercados, así como la ampliación o el mantenimiento de los antiguos pueden suponer un mayor impulso en ese sentido.

CONCLUSION

El estudio de los principales datos de la economía vitícola europea ampliada a los países de la Península Ibérica conduce, si no a cambiar completamente al menos a matizar de forma muy considerable determinadas previsiones «catastrofistas».

Paradójicamente, las competencias más vivas podrían ponerse de manifiesto allí donde no se esperan:

- En los mercados exteriores, en efecto, la intensificación de la competencia entre vinos que son productos acabados (de denominación de origen o de marca) será tanto más fuerte cuanto que España está bien situada en esos mercados.
- Por el contrario, en el ámbito de los vinos que son materia prima, las consecuencias de la ampliación quedarán amortiguadas por los efectos de carácter complementario cualitativo, por una parte, y por otra, por los efectos «amortiguadores» del compromiso de Dublín y de las nuevas modalidades de intervención comunitaria.

Se corre el riesgo de que estos dos tipos de efectos se aúnen en un aumento de la competencia interregional dentro de cada país

productor a gran escala, tanto más fuerte cuanto que la producción de cada uno de ellos se encuentra confrontada con una regresión de la demanda interna.

En tal caso, no sería nada paradójico observar cómo la ampliación del campo internacional de competencia se traduce en un incremento de la competencia entre productores nacionales.

Así, la cuestión que se plantea consiste en saber cuáles son las posibilidades de adaptación de los distintos viñedos franceses competidores.

R E S U M E N

La ampliación de la C.E.E. con el ingreso de España y Portugal obligará a una armonización de la economía vitivinícola de la Comunidad. Los autores analizan esta problemática de un sector en el que la importancia de los mercados exteriores es definitoria de su equilibrio. Se destaca la especialización en los intercambios y las condiciones de la competencia en los vinos, así como las características de la producción y la estructura toda de la actividad de vinificación en Europa.

R E S U M E

L'élargissement de la C.E.E. avec l'entrée de l'Espagne et du Portugal obligera à une harmonisation de l'économie vitivinicole de la Communauté. Les auteurs analysent cette problématique d'un secteur dans lequel l'importance des marchés extérieurs est définitoire de son équilibre. On y souligne la spécialisation dans les échanges et les conditions de la concurrence dans les vins ainsi que les caractéristiques de la production et de toute la structure de l'activité de la vinification en Espagne.

S U M M A R Y

The enlargement of the E.E.C., with the membership of Spain and Portugal, will make it necessary to bring about a harmonisation of the Community vineyard and wine-making economy. The authors analyse the problems of a sector whose equilibrium is intrinsically bound up with foreign markets. Attention is drawn to the specialised nature of the wine trade and its conditions with respect to competition, as well as the characteristics of its production and the overall structure of the winemaking operations in Europe.

ANEXO I

LAS EXPORTACIONES FRANCESAS DE VINOS Y DE AGUARDIENTES

	Volumen export. (1.000.1)			Vinos blancos (1)	Vinos tintos rosados (1)	Export. ventas francesas totales % (1)	Export. C.E.E. % (1)	Precio venta medio botella F/1 (1)
	Media trienal 1974-76	1980-82	1983					
1. Vinos	6.260	8.877	10.277,3					
<i>Vinos de base</i>	1.148	1.011	1.184,7					
Vinos encabezados ..	648	511	484,7				86	3,61 (2)
Otros vinos de base ..	500	500	700,0				100	2,00
<i>Vinos tranquilos</i>	4.469	7.133	8.367,1	3.003,2	5.335,5		65,4	
Vinos de mesa			2.995,1	1.492,7	1.502,4	9,3	62,5	
% botellas			42,1	46,1	38,2			7,02
Vinos de la tierra ..		3.168	862,0	151,3	710,7	24,0	92	
% botellas	1.791	37,5	38,5	49,7	36,1			6,52
V.D.C.S.		317	371,3	24,2	347,1	21,0	75,8	
% botellas		56	55,3	72,3	54,2			8,03
D.O.C.	2.622	3.594	4.110,4	1.335,0	2.775,4	33,4	62,7	
% botellas		68	73,4	83,7	68,5			17,79
Vinos de licor	56	54	28,3			5,0	72	21,00
(No D.O.C.)			47,3					
<i>Espumosos</i>	643	733	725,5				61	
Champaña	243	365	379,1			32,5	51	73,66
Otros D.O.C.	400	44	53,9				76	19,72
Otros espumosos ..		324	292,5			20*	70,2	8,69
2. Aguardientes								
(hl-AP)	415	679	718,5				40	
Coñac	215	307	313,7			90	36,3	147,60
% botellas		90	83,4					
Armañac	20	21	16,9			50	73,7	105,60
% botellas		56	68,6					
Otros aguardientes ..	180	351	387,9			Essentiel	42,0	31,00
% bouteilles		20	21,8					
3. Vermouths y aperitivos a base de vino	397	350	324,3			15-20	12	7,00 (2)

Fuente: C.F.C.E.

(1) Para el año 1983.

(*) Previsiones.

(2) Precio medio a granel.

V.D.C.S. = Vinos delimitados de calidad superior.

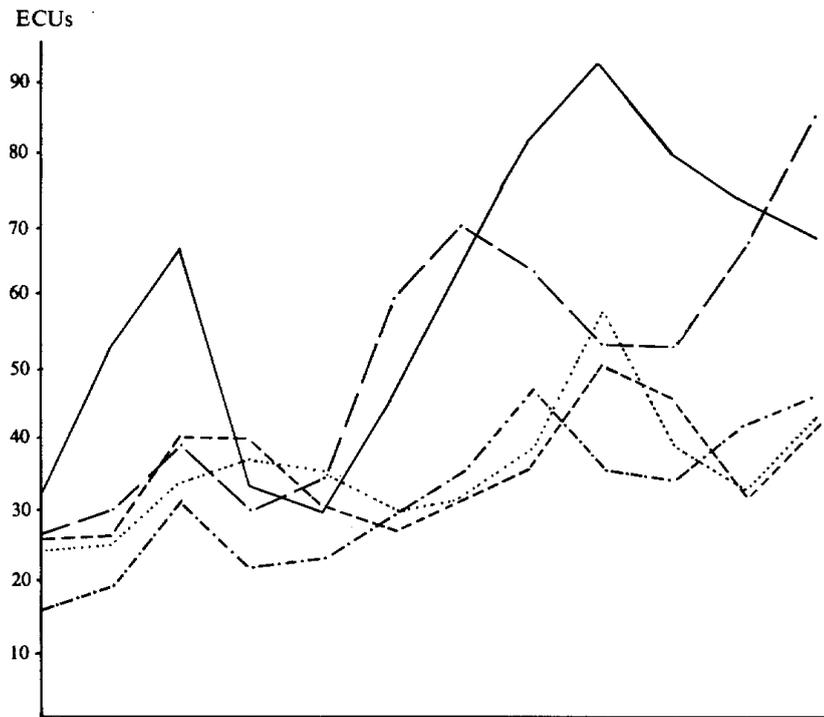
D.O.C. = Vinos de denominación de origen controlada.

ANEXO 2
ANALISIS COMPARATIVO DE LA ESTRUCTURA DE LAS EXPORTACIONES DE PRODUCTOS VINICOS
DE LOS PRINCIPALES EXPORTADORES EUROPEOS

	Francia 1981	Italia 1981	R.F.A. 1981	Grecia 1981	España 1980	Portugal 1980	Total
1. <i>Vinos tranquilos (1.000 hl)</i> ..	8.144	16.353	1.898	198	80	1.685	33.736
• Botellas	(4.053)	(3.022)	(1.750)	(145)	(70)	(956)	(11.053)
• Máximo 13°	7.072	11.253	1.898	198	80	886	23.983
• Botellas	(4.037)	(3.022)	(1.750)	(139)	(70)	(623)	(10.181)
— V.C.P.R.D.	4.098	2.817	1.481	55	22	86	9.712
• Botella	(2.797)	(1.689)	(1.385)	(25)	(45)	67	(6.483)
• Otros	2.974	8.436	417	128	52	800*	14.255
— Botellas	(1.240)	(1.333)	(380)	(114)	(90)	(556)	(3.713)
• Vinos de base (1)	1.000	5.100	3	5	2	153*	7.758
• Vinos especiales	72	11	3	10	4	614	1.966
• Botellas	(16)	(22)		(6)		333	872
2. <i>Vinos espumosos y de aguja</i> (1.000 hl)	737	2.637	157	50	20	7	3.671
• Espumosos	737	805	66	50	20	2	1.700
• Champaña	365	483					4,5
• V.C.P.R.D.	44	322					
• Otros	328	1.832	91	50	20	5	1.978
• Vinos de aguja	8.881	18.990	2.055	248	100	1.692	37.414
• Todos los vinos	333	1.093	2	1,5			100
3. <i>Vermuts y aromatizados</i>							
4. <i>Aguardientes de vino</i> (1.000 hl)	757	40	Σ			61	
• D.O.C.	340						
• Otros	417						
5. <i>Mostos de uva (1)</i> • Concentrados	1.500	13.000	1.400	1.300		12.000	
• Otros	29.500	90.000	—	14.000		nc	

Fuente: C.F.C.E.—E.U.R.O.S.T.A.T.—Nimex-Asociación comerciantes e industriales de bebidas, licores y vinos (Portugal).
(1)
(*)

ANEXO 3

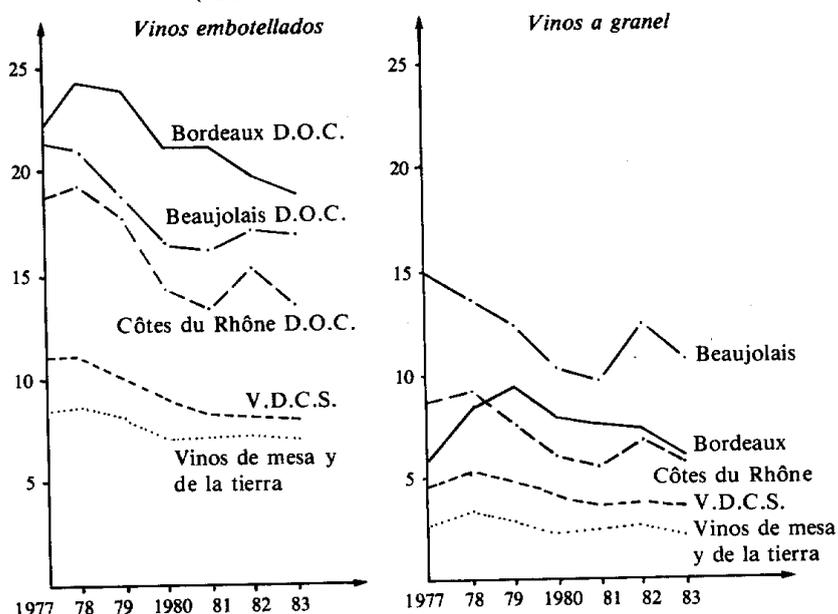
EVOLUCION DE LOS PRECIOS DE ALGUNOS «VINS FINS»
EN ITALIA Y EN FRANCIA

Fuente: E.U.R.O.S.T.A.T.

- Bordeaux tinto
- - - Côtes du Rhone
- · - · Corbières
- - - Chianti Sierra
- · · · · Barbera Asti

ANEXO 4

EVOLUCION DE LOS PRECIOS DE ALGUNOS VINOS DE EXPORTACION
(Valor aduanero en F/hl (francos constantes 1983))



Fuente: C.F.C.E.

ANEXO 5

LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN EN ESPAÑA (1982)

Denominaciones (1)	Superficie total (1.000 Ha)	Superficies inscritas (1-1-83)	Producción superficie inscrita (1.000 hl)	Volumen protegido y comerc. con D.O.-1982
La Mancha	481,5	119	4.800	2.990
Jerez	23,4	21,1	1.395	1.301
Jumilla	47,6	37,3	532	437
Rioja	39,5	36,5	1.131	862
Utiel-Requena	49,5	35,4	1.250	53
Valdepeñas	35	29,3	929	768
Valencia	47,7	21,2	677	366
Otros	295,8	189,7	5.786	3.864
Total	1.020	489,5	16.500	10.641

Fuente: Instituto Nacional de Denominación de Origen (I.N.D.O.).

(1) 27 denominaciones están delimitadas en 1982.

ANEXO 6

LAS PRINCIPALES REGIONES VITICOLAS EUROPEAS

	Superficies (1.000 Ha)	Cosecha (1.000 hl)	Rendimientos (hl/Ha)
<i>Francia (1)</i>			
Languedoc Roussillon	421	29.000	68
Aquitaine	141	5.597	40
Provence Côte d'Azur	131	7.120	54
Poitou Charentes	110	9.000	82
Midi Pyrénées	77	3.582	46
<i>Italia (1)</i>			
Puglia	161	9.765	61
Sicilia	185	10.687	58
Venezia	118	10.733	91
Toscana	126	4.748	38
Emilia Romagna	99	11.000	111
Piemonte	95	4.467	47
<i>España (2)</i>			
Centro	774	18.000	23
Levante	235	3.200	14
Duero	122	1.500	12
Andalucía	110	3.800	35
Aragón	110	934	10
Extremadura	101	2.100	21
Cataluña	108	2.700	26
R.F.A.-Rheinland	60	6.500	108
Baden-Württemberg	21	2.300	109

(1) Media de las declaraciones de cosecha 77, 78, 79, 80.

(2) Media sobre cuatro cosechas.