



# La exportación frena la caída de ventas de vino de Rioja en 2020, que se queda en un 8,4%

ARAG-ASAJA cuestiona la falta de proporcionalidad entre la caída de ventas y el precio de la uva que se pagará esta campaña a los viticultores

Según los datos del Consejo Regulador, el cierre de 2020 ha sido mejor de lo esperado en el conjunto de la Denominación de Origen Calificada (DOC) Rioja pese al impacto de la pandemia.

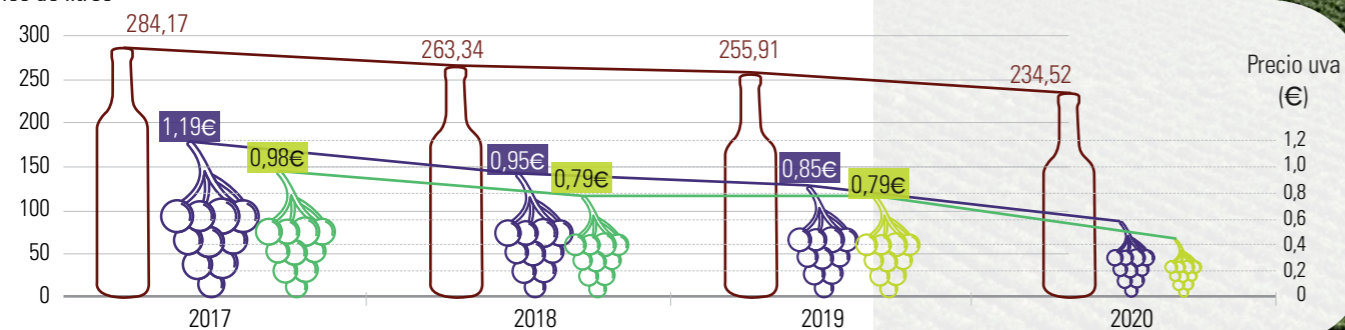
La comercialización ascendió a un total de 234, 51 millones de litros, el 8,4% menores respecto al 2019. El descenso acusado afectó principalmente al mercado nacional por la gran dependencia de los canales de la hostelería y el turismo para las ventas del Rioja, que tradicionalmente venían suponiendo alrededor de un 60% del total de las ventas.

Sin embargo, la exportación ha sido la sorpresa con una evolución más que positiva de mercados muy relevantes para Rioja

como Reino Unido (+ 19%), EEUU (+8%), Países Bajos (+15%), Irlanda (++)60%) o Canadá (+15%). Y, además, la muy mala evolución de China durante la primera parte del año se fue corrigiendo gradualmente y según el Consejo Regulador, hasta cerrar el año con un descenso del 24%.

Por categorías, los Reservas y Grandes Reservas han asumido una función dinamizadora de las ventas; los primeros crecen en torno a un 10% en el mercado nacional y lo hacen en casi un 18% en exportación. Los Grandes Reservas por su parte, alcanzan un espectacular crecimiento con casi un 22% en la venta internacional. También cabe destacar la cifra de exportación de los vinos blancos, que ha crecido por encima del 11%.

Ventas de vino de Rioja  
En millones de litros



Fuente: Consejo Regulador

## Las cifras

**234,52 millones de litros de vino de Rioja se comercializaron el año pasado**

**8,34% es el tanto por ciento de crecimiento de las exportaciones**

**18,46% es el porcentaje de caída de ventas en el mercado español**

## Trabajar desde dentro

El Consejo Regulador cuenta con seis comisiones de trabajo que se reúnen periódicamente para estudiar los temas de su competencia y elevar al Pleno las propuestas para su aprobación. Analizamos con los miembros de ARAG-ASAJA presentes en las distintas comisiones, el trabajo desarrollado durante 2020 tras el impacto del COVID-19.

### Comisión del plan estratégico

David Orodea, Cárdenas.

**¿Qué pasos se van a dar a través del plan estratégico para mejorar la posición de los viticultores y el valor de la uva?**

El esfuerzo que estamos haciendo en Asaja es trabajar porque se prime en los contratos con los viticultores la calidad de las uvas. Tenemos que conseguir que más allá de que nos paguen las uvas por encima de los costes de producción, que es lo que dice la ley, las bodegas no pueden pagar las uvas que produce una viña de 5 años de la misma forma que lo que valen unas uvas cultivadas en una viña de 50 años. Solo así conseguiremos que la marca Rioja siga diferenciándose y funcionando.



### Comisión de reglamento

Julio Leza, Uruñuela.

**En relación a las iniciativas frustradas en materia de crear una nueva DO en Álava, ¿por qué se ha opuesto ARAG-ASAJA?**

Porque es un debate vacío puesto que estaba cerrado dentro del Consejo Regulador de DOC Rioja con la creación de las clasificaciones del vino Rioja.

Rioja es una unidad formada por varias subzonas dentro de un mismo entorno geográfico y unas mismas prácticas culturales respecto al cultivo del viñedo y elaboración de vinos. Pretender romper esta unidad es un ataque al conjunto de la Denominación y por ende a la marca Rioja.



### Comisión técnica y de control

Juan Luis Martínez, Uruñuela.

**¿Crees que la carga de controles está mejorando la calidad de la uva de Rioja?**

Lo que pienso es que, con independencia de los controles que hay, el máximo garantista de la calidad de Rioja es el propio agricultor. Y el ejemplo más claro ha sido este año en el que pese a que sabíamos cómo estaba el mercado, que los precios de la uva se prevían peores, que tuvimos muchísimos problemas con mano de obra... nos hemos dejado la piel para sacar adelante una cosecha de gran calidad. ¿Por qué? Yo lo tengo claro, porque en la mentalidad de un viticultor de Rioja está cuidar de la mejor manera sus viñas para que las uvas que entregue estén sanas y sean las mejores de calidad.



José María Ruiz Ramírez, Aldeanueva de Ebro

**¿Se ha abordado en la Comisión el reparto de nuevas plantaciones?**

Apenas, porque con la que está cayendo sería absurdo. En todo caso, la propuesta de ARAG-ASAJA es clara: no toca hablar de nuevas plantaciones mientras los precios de la uva no sean dignos. Y respecto a este asunto yo creo que las bodegas lo tienen que tener claro. En Rioja no existen uvas malas, pero sí que las hay buenas y excepcionales. Y es en base a esta calidad, que después se traslada a los vinos, sobre las que las bodegas podían actuar y diferenciar precios. De lo contrario, lo que sucederá es que por mucho que el viticultor de Rioja quiera producir las mejores uvas, si no se ve correspondido en precios, producirá de una forma diferente. Sobre esta reflexión es de la que deberían tomar nota las bodegas ya que este año había ropa en el armario pero si la situación se prolonga...





## Comisión de presupuestos

Miguel Legarre, Calahorra.

**En 2020, buena parte del presupuesto inicial no pudo ejecutarse debido a la pandemia, ¿por qué entonces se ha aprobado para 2021 un presupuesto de importe muy parecido al de 2020?**

El presupuesto aprobado se basa en que el incremento de coste por kilogramo de uva tanto a nivel porcentual como cuantitativo es insignificante respecto a campañas pasadas. Por otro lado, desde Asaja se le ha querido dar continuidad a las inversiones en marketing y promoción ahora más que nunca dados los tiempos que vivimos.

Además, respecto a las posibilidades de ejecución plena del presupuesto, es obvio que no existe garantía de que puede desempeñarse en su integridad, si bien, al igual que ocurrió durante 2020, podremos ir realizando ajustes según la evolución de la pandemia.



## Comisión de promoción

Ernesto Sáenz, Tudelilla.

**¿Por qué consideras importante apostar por una política promoción fuerte de la marca Rioja en estos momentos?**

Para Asaja, la marca Rioja debe tener una política de promoción constante independientemente de las situaciones de crisis que, como nos ha pasado con el covid, puedan suceder. Para ello, apostamos por una política de promoción basada en la ampliación de nuevos mercados externos, sin olvidar el refuerzo de nuestro mercado nacional que hoy por hoy es quien se lleva el grueso de las ventas.

Somos una de las denominaciones más importantes del mundo gracias a la promoción que se ha hecho a lo largo de la historia, así que debemos recoger el trabajo de nuestros predecesores para seguir apostando por una marca Rioja sin desviarnos en disputas de zonificaciones. La singularidad y tipicidad de nuestras zonas la hace una marca inigualable, siempre y cuando estemos unidos



## Comisión de zonas y municipios

Manuel Martínez, Uruñuela.

**Desde 2019 es posible encontrar vinos de zona, municipio y también viñedos singulares. ¿De qué forma crees que pueden contribuir esos vinos a un mejor posicionamiento general de los vinos de Rioja?**

Su importancia en Rioja es incuestionable y creo que está contribuyendo de forma muy positiva a que Rioja siga marcando la diferencia con el resto de denominaciones de origen. Además, tras esta crisis sanitaria y las nuevas técnicas de venta, creo que este tipo de vinos nos acercan más a ese consumidor final que tiene inquietud y quiere tener toda la información de lo que está comprando porque está dispuesto a pagarlo.

Con esta trazabilidad estamos ofreciendo garantías de calidad todavía superiores a las del conjunto de Rioja, y además, estamos atrayendo a la gente a que venga a conocer a Rioja para conocer dónde está la parcela de ese vino que tanto le ha gustado. Es decir, estamos haciendo enoturismo.



# Sin noticias de la cosecha en verde para 2021

**ARAG-ASAJA reclama fondos extraordinarios para hacer frente a las dificultades por las que está atravesando el sector vitivinícola**

Las últimas estadísticas publicadas por el Consejo Regulador han constatado lo que era un secreto a voces: el impacto de la crisis del Covid-19 en el sector vitivinícola no está siendo igual para todos. Y es que, aunque el repunte de las ventas en la gran distribución ha salvado esta campaña, lamentablemente las bodegas más dependientes de la hostelería y sobre todo el viticultor de Rioja están sufriendo mucho con unos precios que ni siquiera, en algunos casos, alcanzan a cubrir los costes de producción.

Ante este escenario, ARAG-ASAJA lo tiene

claro: "necesitamos medidas urgentes para salvar la rentabilidad de nuestros viticultores". Para ello, y a través de las interprofesionales del Vino de España y de Rioja, ha reclamado fondos extraordinarios para el sector.

Sin embargo, añade, la realidad es que en estos momentos lo único que hay encima de la mesa es que "no solo no habrá más, sino menos dinero para las medidas de apoyo al sector vitivinícola (PASVE) durante 2021. En concreto, España sufrirá un recorte del 3,9%, es decir, dispondrá de casi 8,2 millones menos.

NUEVO PRESUPUESTO PASVE SECTOR VITIVINÍCOLA UE-27 (.000 €)					
ESTADO MIEMBRO	2014	2015	2016	2017-2020	A PARTIR DE 2021
ESPAÑA	353.081	210.332	210.332	210.332	202.147

Unas cifras que, para ARAG-ASAJA son "absolutamente decepcionantes" y con las que parece que se van a volver a cumplir los mismos errores del año pasado en el que los fondos para cosecha en verde, si los analizamos de forma comparativa con otras Comunidades Autónomas, pasaron de largo para los viticultores de Rioja al suponer solo un 2,85% del total de fondos.

Es por ello que, para esta campaña, ARAG-ASAJA ha reclamado un cambio en la distribución y aplicación económica de las medidas que se pongan en marcha este año para la cosecha en verde y el almacenamiento privado.

Sin embargo, al cierre de este número de la revista, todavía se desconoce cómo se aplicarán y cuál será su presupuesto final.

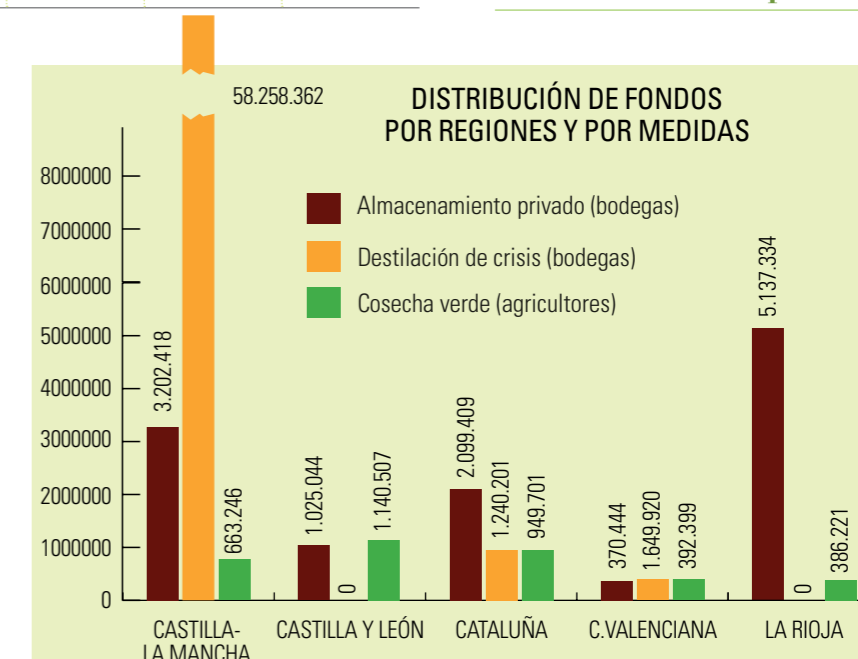


Gráfico simulado Fuente: FEGA



**Pide también un cambio en la distribución económica de las medidas que se pongan en marcha este año para la cosecha en verde y el almacenamiento privado**



**AGRO PORTALADA**

Autoservicio para el Campo y el Jardín

C/Segador, Nave 11 (La Portalada II)

Tf. 941 44 50 15

26006 LOGROÑO

agroportalada@agroportalada.es