

# ARAG-ASAJA INFORMA

www.aragasaja.com  
T. 941 36 07 63  
comunicacion@aragasaja.com



Imagen de la pasada vendimia con un remolque lleno de uva . SONIA TERCERO

## ARAG-Asaja plantea medidas para mejorar la situación de Rioja en el actual contexto

La organización reclama compromisos para evitar una campaña con precios de la uva que no están a la altura de la DOCa Rioja

### LA RIOJA

LOGROÑO. No están siendo los mejores años del sector vitivinícola en La Rioja. La gran helada de la campaña del 2017 sirvió de preámbulo a una sucesión de temporadas en las que la producción de vino ha superado las ventas.

Hay más vino del que se vende. Y es que, el potencial productivo de los viticultores riojanos es superior a la oferta ya que cada temporada se elabora cerca de 300 millones de litros mientras que, estos últimos años, las ventas no han superado los 250 millones de litros, aproximadamente. Por lo que, en palabras del portavoz de ARAG-Asaja en el Consejo Regulador, Álex Las Heras, «si no somos capaces de ajustar rendimientos como lo estábamos haciendo, llega un momento en

el que cada vez se van acumulando más existencias en las bodegas».

Este descenso continuado de las ventas llega de la mano de factores externos que han dañado intrínsecamente las exportaciones a nivel internacional. Así, la helada de 2017 significó el inicio de una sucesión de campañas que se han visto salpicadas por crisis como la pandemia, 'brexit', aranceles, incremento de costes, la más actual guerra en Ucrania.

En este contexto, ARAG-Asaja propone medidas extraordinarias

ante una situación extraordinaria. En primer lugar, plantean una reducción de rendimientos que también extienden a la parte comercializadora. «Creemos que ha llegado el momento

«Creemos que ha llegado el momento de que las bodegas de Rioja sean solidarias»

de que las bodegas de Rioja, que tienen el problema de las existencias, sean solidarias y asuman también medidas en torno a la reducción de rendimientos de transformación tras tres campañas en los que el esfuerzo lo ha hecho el viticultor sin que, en la mayoría de los casos, haya sido compensado en el precio que han recibido por sus uvas».

En segundo lugar, Las Heras cita otras en las que es necesario el apoyo económico de las diferentes administraciones públicas, sobre todo las regionales,

País Vasco, La Rioja y Navarra, a para un sector que hasta ahora nunca lo había reclamado porque siempre se ha regulado por ella misma en el mercado.

En estas medidas, cita la cosecha en verde que, aunque «no forma parte del ADN del viticultor, en un año como éste nos lo llegaríamos a plantear si la compensación fuese favorable». «Sin embargo –añade–, los valores que tenemos encima de la mesa son irrisorios y no creo que nadie se lo plantearía». Una medida coyuntural a la que ha sumado otras como la destilación de crisis, que «no es el objetivo para las bodegas» o la de descalificar vino de Rioja para mandarlo a vino de mesa.

«Todas ellas son medidas que pueden suponer una ayuda para aliviar al sector, pero no son medidas definitivas» ya que para el portavoz de Asaja en el Consejo, «lo único que va a hacer salir de esta crisis es aumentar las ventas de Rioja».

Es decir, añade, «hasta que no haya un equilibrio entre producción y venta los agricultores no vamos a recuperar la rentabilidad ya que nuestro producto lamentablemente es perecedero y la Ley de la Cadena Alimentaria no está funcionando», concluye el portavoz de ARAG-Asaja en el Consejo Regulador.

### MEDIDAS COYUNTURALES

► **Desde la producción.** Ajustes de rendimientos de producción para esta campaña y aplicación de la medida de cosecha en verde siempre que esté financiada para cubrir los costes de producción de referencia para la uva producida en la DOCa Rioja.

► **Desde la comercialización,** Destilación voluntaria de vino calificado, la cual debería estar financiada a través de fondos regionales aprovechando al actual marco temporal de ayudas de Estado y descalificación voluntaria de vino calificado, siempre y cuando esté también financiada.

► **Desde la transformación,** Reducir rendimientos de transformación, tras el esfuerzo que lleva haciendo ya tres campañas seguidas el sector productor. Se trata de una medida no solo con efectos cuantitativos, sino también cualitativos.