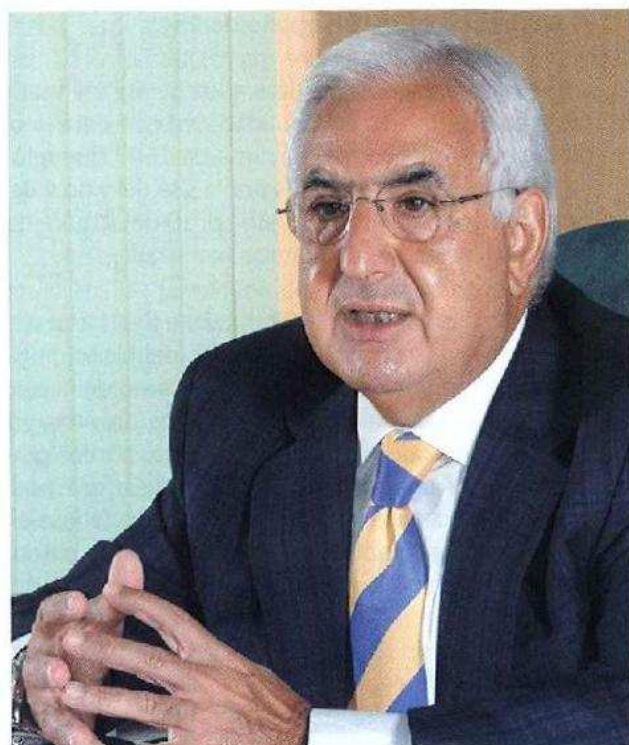


► Entrevista

D. Pablo San José es titulado mercantil con máster en ADE y treinta y cinco años de trabajo entre Bodegas Vile y Bodegas Señorío de Nava. Además compagina su labor con la presidencia de la Federación Nacional de Consumo Interior de Vino y otros cargos en la Cámara de Comercio.

D. Pablo San José

Director Gerente Bodegas Vile y Bodegas Señorío de Nava



Nos recibe en un despacho acogedor y funcional dentro de las oficinas situadas en León y como estamos en plena mañana con la agenda repleta de citas, no le robamos más tiempo y comenzamos con la entrevista.

Como experto en torno al sector vinico y la proyección de éste hacia diferentes sistemas de protección de la calidad, resulta altamente relevante disponer de su opinión en relación a este sector clave de nuestra economía regional y local.

¿Cuál es su valoración global de la situación del sector vinico en la actualidad?

El sector del vino ha tenido una evolución en estos años muy importante al igual que la sociedad española. Se consume menos cantidad pero más calidad. El consumidor tiene más formación, analiza más su compra y aunque con moderación es un alimento más; si bien tiene un componente de alcohol que no se ha de obviar. Hace veinticinco años el consumo per cápita en España

era 72-75 litros por habitante y año y los últimos datos disponibles son de 33-34 litros por habitante y año.

¿Cómo describiría usted al consumidor en relación a este producto?

Ha existido una tremenda transformación. Antes se producía vino para un consumo masivo, mientras que ahora se produce para un consumo restringido, a la vez que más selecto y más cualificado. De ahí que en estos últimos años hayan aparecido nuevas D.O. que de alguna forma han venido a potenciar la producción autóctona de cada región. Se ha perfeccionado todo el sistema de cultivo, empezando por la viña, con tratamientos más ecológicos, buscando la calidad de la producción. Esto mismo se ha trasladado a las bodegas.

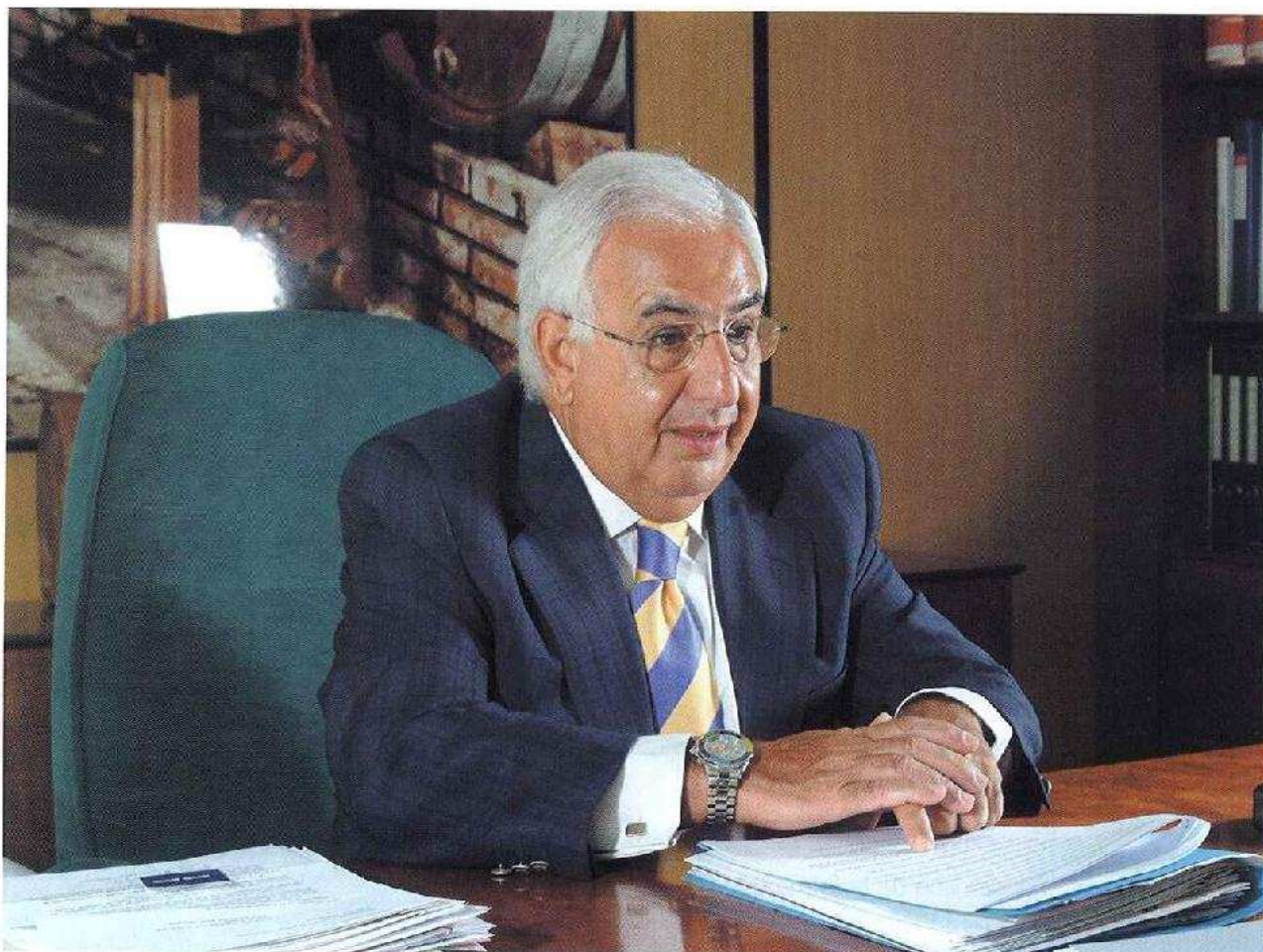
¿Cuál es su opinión acerca del descenso de precios que viene experimentando el sector?

Dentro del análisis del vino a nivel nacional e internacional se ha producido un descenso del consumo, por lo que existe un desfase entre lo que se produce y lo que efectivamente se consume. El consumo ha aumentado en aquellos países que tradicionalmente no son productores, mientras que en los productores desciende, fundamentalmente en España. Fijándonos en nuestro país este descenso no tiene justificación ni comparación con cualquier otro que tenga nuestra cultura europea. Francia ha descendido levemente su consumo que ronda los 70 lit por habitantes y año, Italia con 60, Portugal ha aumentado y Luxemburgo así como Alemania superan el consumo per cápita español.

¿Considera adecuado el sistema de valoración que existe en el mercado en torno a los diferentes distintivos que protegen la calidad del vino?

El mercado del vino a nivel mundial tiene dos sistemas:

-uno tradicional europeo, que trata de implantarse en países con cultura vitivinícola, consistiendo en proteger la calidad del vino desde la producción hasta la distribución del mismo en el mercado.



otro vigente en países con nuevos mercados : Chile, Australia, EEUU , Sudáfrica... el cual está totalmente liberalizado, no existiendo reglamentación alguna que afecte al vino.

La única defensa que tiene la industria agroalimentaria desde mi punto de vista es la calidad y la protección de las D.O. De otra forma nos va a ser muy difícil competir con países que tienen producciones mas grandes que las europeas (Europa 6.000-8.000 kg. por ha. y Australia 15.000-20.000 kg. por ha.). Esta definición del terreno, el saber hacer de cada zona es lo que va a permitir dar a esta producción un valor añadido y a la vez ser competitivos en el mercado.

¿Cuáles son de acuerdo con su punto de vista los principales problemas a los que se enfrentan las D. O. así como otros distintivos de calidad reconocidos en el sector?

El concepto de D.O. ya es conocido y asumido por el consumidor español. No así tanto fuera de nuestras fronteras. En España se sabe ya lo que significa una D. O. y la reputación de muchas de ellas. La nueva ley 24/2003 ha venido a complementar el abanico de términos para reconocer la calidad y la procedencia de los vinos. Viene a dinamizar el sector y sobre todo a permitir la aparición de nuevas D.O. como los Vinos de Calidad y los Vinos de la Tierra que van a tener un recorrido muy importante y

que de alguna manera estaban necesitados de un reconocimiento que permita su exportación.

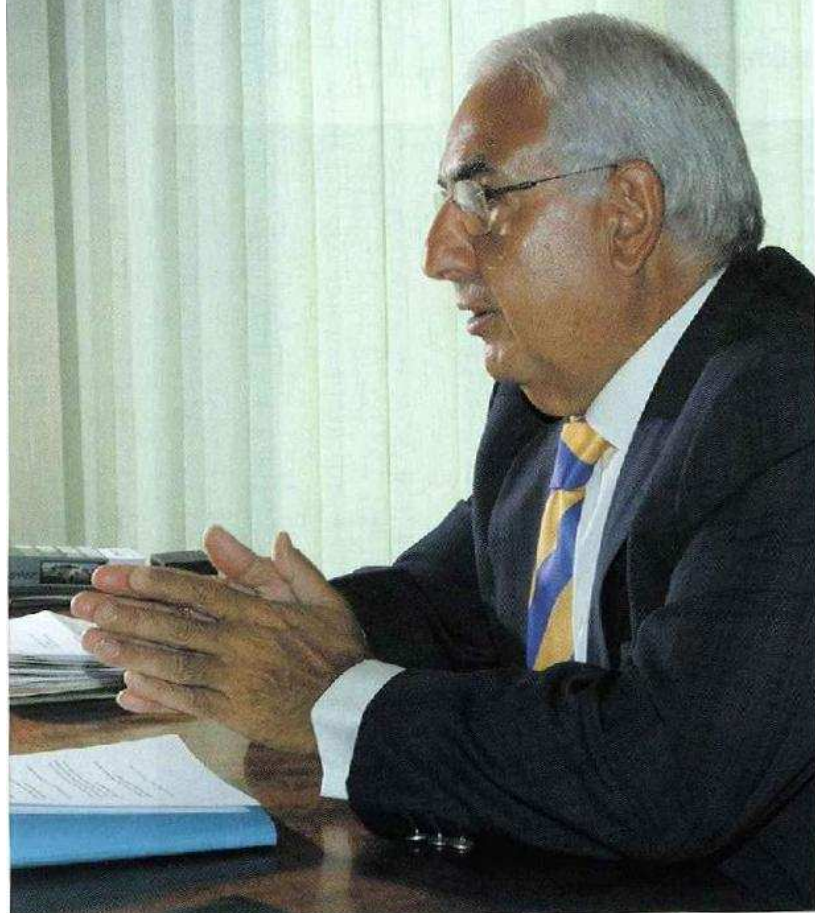
¿Valora al sector preparado para introducir los cambios necesarios ante la creciente globalización del mercado?

El sector del vino español es uno de los más importantes y dinámicos que hay en el mundo, probado por bodegas, datos y experiencia en los mercados. Hoy en día la valorización que va existiendo de zonas desconocidas, hace que haya técnica y expertos para desarrollar la viticultura. Un gran ejemplo es la provincia de León, con el cambio experimentado por la D.O. Bierzo o por la zona de la meseta con el vino de la Tierra de León.

¿Evaluando la imagen de los vinos españoles considera que es la adecuada?. ¿Propondría alguna actuación a este respecto?

España ha cometido muchos errores en el campo del vino.

A finales de los 70 la imagen que se tenía de nuestro vino era de un producto malo porque se había vendido a bajo precio. No existía la oferta que hay ahora con el entorno ya predispuesto para la comercialización del vino. Yo creo que vender vino es algo más; es cultura un entorno, se cuida la arquitectura, la gastronomía... es un tipo de vida...



Antes se salía a vender vino de la forma que fuese. La imagen que se forjó de España era la de un producto mediocre a bajo precio. Esto ha sido difícil de cambiar. La descentralización es una medida vital para el vino. Los entes Autonómicos han desarrollado el potencial de cada zona, han permitido dar a conocer y mostrar una cultura. A nivel de Estado esta labor hubiese sido difícil. En Castilla y León en poco más de 20 años hemos visto nacer todas las D.O., La Ribera de Duero sólo se conocía por Vegas de Valcarlos pasando desapercibidas el resto de bodegas. Hoy se conoce Cigales, Toro, Tierra de León, Bierzo, Arribes de Duero... es decir se ha hecho una labor grande en muy poco tiempo motivada por la descentralización.

Del total del vino comercializado ¿cuál es el peso que representan las exportaciones?

Dentro de los vinos tranquilos diferenciamos dos tipos: los de mesa y los de calidad o D.O.

Las exportaciones del vino de mesa fluctúan mucho dependiendo de las cosechas de Francia e Italia. Este año han aumentado alrededor de un 30-40% porque la producción de estos dos países no ha sido buena. Son mercados coyunturales y de bajo precio.

La cuestión importante es conseguir un aumento en la cifra de exportaciones del vino de calidad para lo cual es necesario tener una estructura. El volumen de exportaciones en Rioja está alrededor del 25% y en Ribera no llega al 10% así como en Rueda es del 12%. Ese es el gran reto del vino español. El consumo interior no va a

crecer o por lo menos en tasas significativas, las leyes sobre el alcohol de alguna forma limitan su consumo... etc

La postura ha de ser agresiva a la hora de conquistar nuevos mercados. El vehículo: las marcas fuertes potentes y de prestigio, no haciendo campañas genéricas a través de D.D. que hasta ahora han cumplido su misión: "dar a conocer", sino que para comercializar se han de publicitar marcas.

¿Su opinión en torno a estas exportaciones es optimista en el sentido de las mismas o por el contrario es más bien pesimista? ¿Considera que la incorporación a la UE de los 10 nuevos EEMM puede suponer una amenaza (al resultar 6 de los mismos productores de vino, destacan- do Hungría)?

Las exportaciones han de ser una necesidad si queremos mantener la industria y los niveles de cultivo que hay hoy. La incorporación de los 10 EEMM no debe preocuparnos ya que sus producciones no son importantes y su poder adquisitivo es aún hoy pequeño.

¿En relación a las importaciones de vino de calidad de otros países, éstas podrían representar una amenaza para nuestros caldos españoles?

Se está realizando algún intento pero es difícil por varias razones, y es que el consumidor de vino no es standard. En León se consume Bierzo y Tierra de León; en Euskadi Rioja; en Galicia Rías Baixas... y eso añadido a la promoción y valorización de los entes Autonómicos de sus zonas hacen que cada día sean los mercados más difíciles de acometer. Los regionalismos de alguna forma están incidiendo en el sector del vino español.

¿Cuál es su valoración de la actual Ley 24/2003 de la Viña y el Vino?

La ley ha significado una nueva norma para dinamizar de alguna forma y poner al día la ley del 1970. Lo que sucede en España es que las competencias están transferidas a las Autonómicas. Cada Comunidad legisla como mejor le parece y en defensa de sus intereses lo cual es lícito y legítimo, pero se están produciendo agravios comparativos. Es decir, en Castilla y León no se permite que una misma marca se embottle en distintos Consejos Reguladores: son estos los facultados para autorizarlo y estos en defensa de lo que entienden que puede ser su patrimonio no lo autorizan. Esto conlleva que las marcas fuertes no puedan crecer en Autonómicas como Castilla y León.

Además las características de crianzas, reservas... de cada D.O. pueden variar. Se echa de menos una armonización. Desde la Federación se han hecho consultas al respecto y se trabaja cada día con el fin de llegar a una solución.