



COMUNICACIÓN

EL SECTOR VITIVINÍCOLA

Juan Sebastián Castillo

Doctor Europeo en Economía. Instituto de Desarrollo Regional. Universidad de Castilla-La Mancha

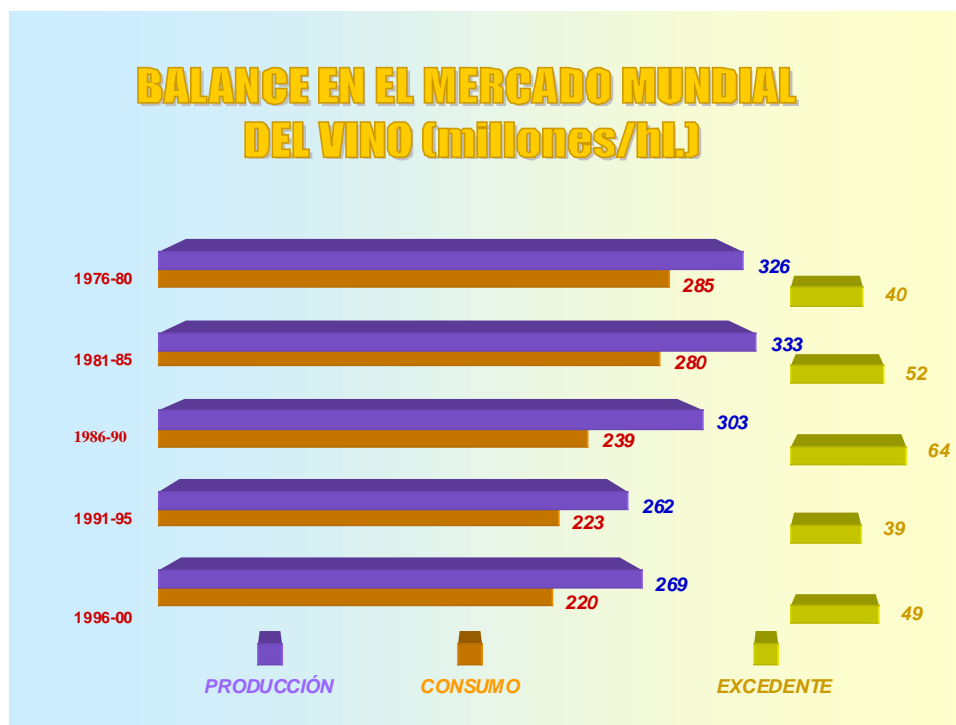
I. ESPAÑA Y EL MERCADO EUROPEO Y MUNDIAL DEL VINO.

Hablar del sector vitivinícola en España es imposible sin incardinarlo en la Unión Europea, que constituye el territorio base, a su vez, para entender la situación mundial del mercado del vino. Su posición de predominio cuantitativo aplastante, en todos los niveles, le convierten en punto de referencia esencial para la evaluación de la coyuntura del mercado mundial: más del 60% de la producción mundial, casi el 60% del consumo mundial, más del 70% de las exportaciones, incluyendo el comercio intracomunitario y más de la mitad de las importaciones mundiales; hacen de nuestra zona el enclave básico para abordar el análisis del mercado mundial. En el plano de la actuación pública, además, la Unión Europea tiene la legislación más prolija en el sector, derivada de la configuración general de la Política Agraria Común y de la caracterización de segmentación y heterogeneidad de productos propia del sector.

Por otra parte, el sector vinícola padece, continuamente, una serie de coyunturas regresivas que se repiten cíclicamente y que han derivado en actuaciones públicas igual de erráticas con lo que un diagnóstico más certero puede propiciar actuaciones más consecuentes con la realidad de los mercados, así el proceso de reducción de superficies, la bajada de producción, más modesta que la de superficies, el abandono de los segmentos de vino de mesa de más bajo precio en la UE, el avance competitivo de los denominados países emergentes, las medidas de reestructuración y los cambios en las pautas de consumo entran dentro de esta casuística en los tiempos más recientes.

Normalmente se suele achacar a las situaciones coyunturales de excedentes, la presencia de crisis de precios, recurrentes en el sector, sin embargo, esta primera consideración, que se

suele vincular a la bajada continua del consumo per capita y a la inadecuación de la producción a las demandas específicas del mercado, hay que matizarla con los datos prospectivos que se pueden recopilar. En primer lugar, hay que decir que el mercado mundial del vino es excedentario, estructuralmente, en las últimas cinco décadas, como puede observarse en el gráfico, no es por tanto un mercado dónde se produzcan coyunturas transitorias de sobreproducción, sino que el descenso moderado de producción no ha absorbido todo el descenso del consumo, con lo que los excedentes y las existencias se convierten en situación estructural, por tanto, difícilmente, pueden explicar las alteraciones circunstanciales y erráticas de precios que se producen, aleatoriamente, en el tiempo.



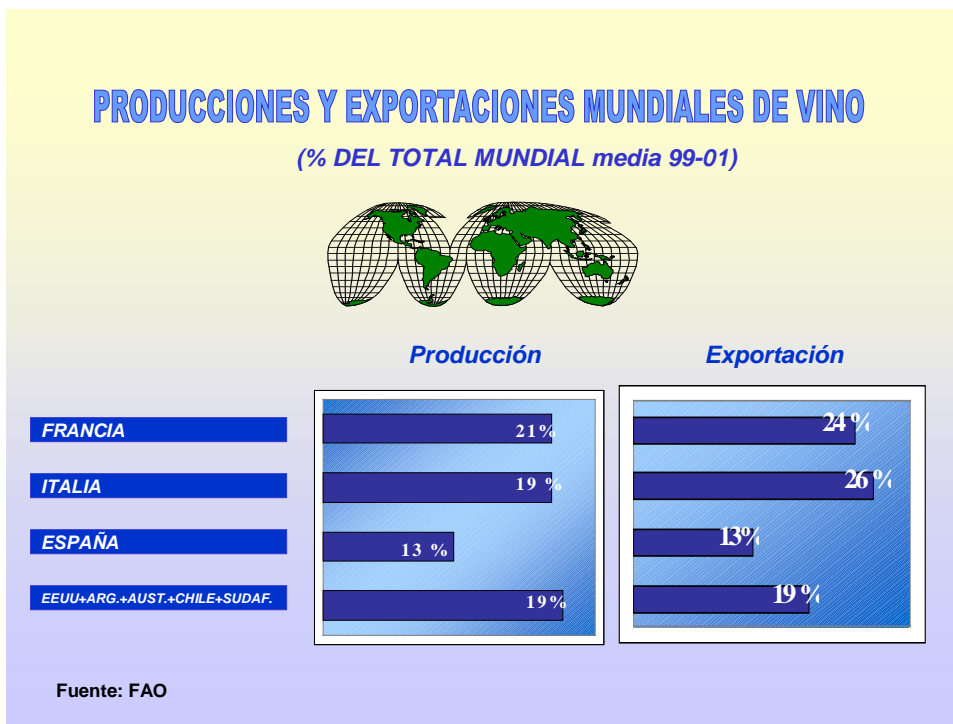
Tampoco la evolución del comercio exterior en el ámbito mundial tiene la entidad suficiente para explicar circunstancias de movimientos compulsivos de precios reiterativos, como se producen en el sector. Ciertamente, en la década de los noventa se ha producido un cambio importante en la dinámica comercial de la Unión Europea y su posición competitiva en el mercado mundial, por un lado, la tendencia generalizada en las producciones agroalimentarias a aumentar la propensión a la exportación han hecho del comercio exterior una vía de salida de las producciones de los países denominados emergentes, que han experimentado, en los años

finales de la década de los 90, crecimientos exponenciales en sus exportaciones, fundamentalmente derivado de la etapa de precios excesivamente altos en la Unión Europea, que ha propiciado la entrada competitiva vía precios de estos países, así, la UE ha abandonado los segmentos de más bajos precios y ha permitido, por defecto y omisión, la entrada comercial a estos países (obsérvese en el gráfico cómo el crecimiento se concentra sobre todo en los últimos años).

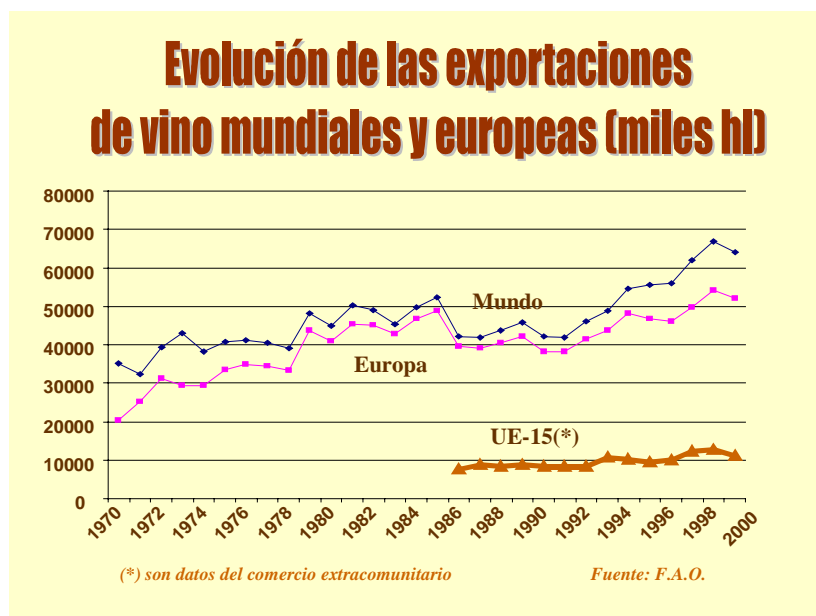
EXPORTACIONES ml/hl.

	81-85	86-90	91-95	96-01
Alemania	2.604 (5)	2.756	2.715	2.337 (6)
España	5.901 (3)	4.645	7.353	8.472 (3)
Francia	10.164 (2)	12.776	11.478	15.098 (1)
Italia	17.319 (1)	12.551	15.069	14.920 (2)
Portugal	1.399 (8)	1.554	1.948	2.004 (8)
Chile	131 (20)	183	868	3.525 (4)
Australia	84 (24)	249	1.002	2.298 (7)
Estados Unidos	301 (17)	623	1335	2.402 (5)
Bulgaria	2.428 (6)	1.804	1.162	1.024 (11)
Argentina	182 (19)	221	591	1.103 (10)
Sudáfrica	68 (25)	46	371	1.244 (9)

Pero con estas premisas, también hay que situar en su justo término esta ‘invasión’, dado que la posición de los tres principales productores mundiales, Francia, Italia y España sigue siendo una posición de privilegio en el comercio mundial, así, cada uno de ellos tiene una cuota de exportación relativa por encima de la que le corresponde de acuerdo a su peso en la proporción que representa su producción en el mundo, así Italia o Francia que tienen sobre el 19 y 21% de la producción mundial de vino, respectivamente, representan entre el 24 y el 26 % de las exportaciones mundiales. Por su parte, si sumamos los cinco países ‘emergentes’ más competitivos, USA, Australia, Argentina, Chile y Sudáfrica representan en conjunto apenas el 19% de la producción mundial y su cuota exportadora relativa llega justo a ese peso relativo, eso sí con una dinámica muy expansiva ganando cuota, repentinamente, en los últimos años.

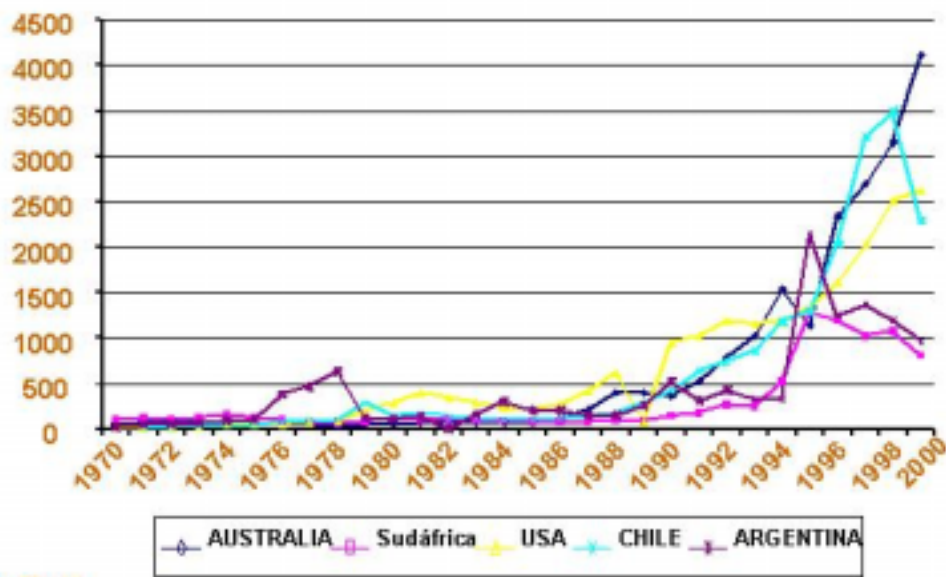


En un nivel agregado, en la última década, como ya hemos señalado, se ha producido una internacionalización creciente de los intercambios a nivel mundial, como puede apreciarse en el gráfico, que recoge la evolución de las exportaciones de vino por zonas y regiones geográficas, y dónde resalta la brecha que se abre en los datos del continente europeo cuando se contabiliza la UE sin los intercambios intracomunitarios lo que nos da idea de la dimensión mundial predominante del mercado interior intracomunitario.



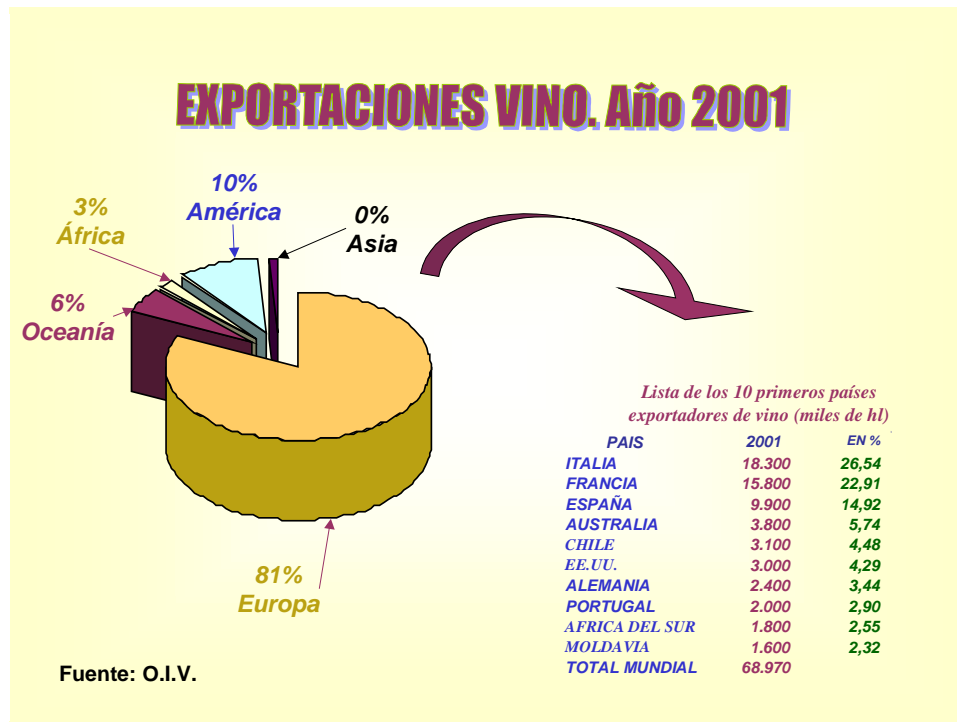
Respecto a la posición competitiva de los países emergentes, si bien en niveles cuantitativos no han alcanzado su cuota exportadora de nivelación, en términos de dinámica evolutiva, en el gráfico puede observarse cómo, en la última década, surgen con fuerza, estos países, haciendo honor al apelativo de emergentes con que se les ha bautizado en el contexto vinícola (países del Nuevo Mundo y del Hemisferio Sur).

Exportaciones de vino en los países del nuevo mundo y hemisferio Sur (miles hl).

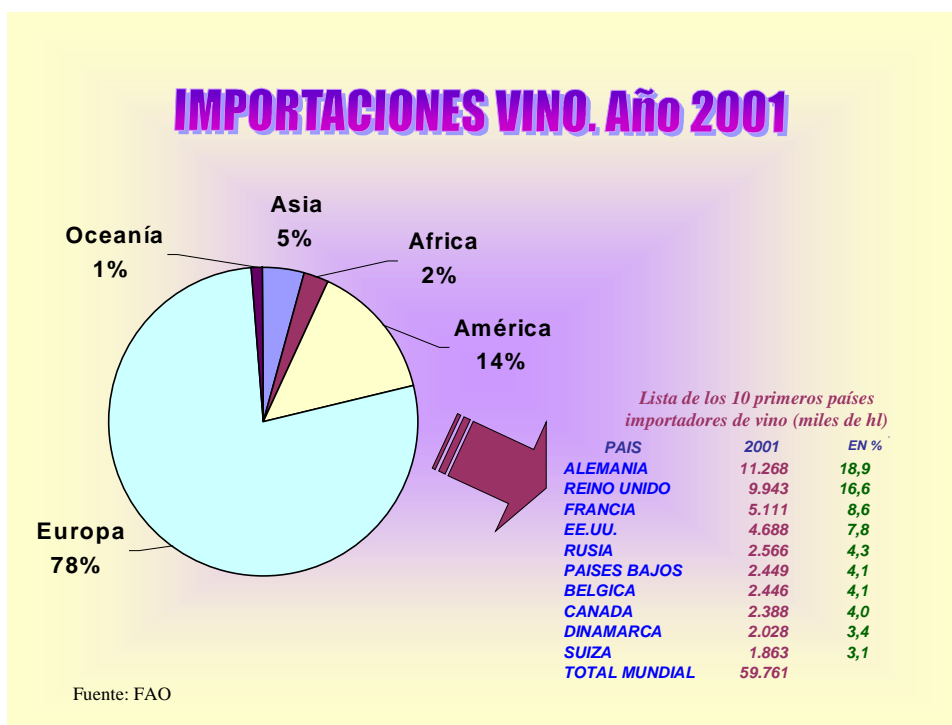


Fuente: F.A.O

Pero a pesar, de esta fuerte competencia en los mercados internacionales, de los países emergentes, puede apreciarse en el gráfico, que los principales exportadores del Mundo (Italia, Francia y España) concentran los dos tercios de la exportación mundial.

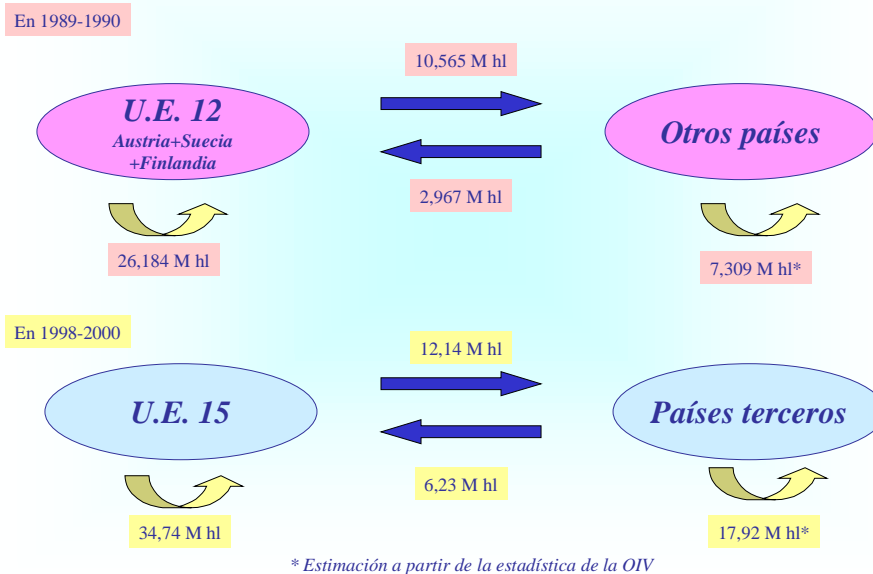


Respecto de las importaciones, se puede analizar en el gráfico, que también se concentran los mercados europeos como los principales mercados mundiales del vino, en el ámbito de importadores, así, Alemania, Reino Unido y Francia concentran casi el 45% de las importaciones mundiales de vino.



En relación con estos datos, también hay que señalar que puesto que la UE es el escenario por excelencia de los intercambios mundiales, tanto en exportaciones como en importaciones, es determinante la diferencia comercio intracomunitario (mayoritario) sobre el extra comunitario, así en la última década, el comercio intracomunitario ha aumentado en un 30%, las importaciones de terceros países lo han hecho en más de un 110 %, en otros términos, si a finales de los ochenta las importaciones representaban el 11% de los intercambios hechos en el interior de la UE, en la actualidad, representan casi el 19%. Por su parte, las exportaciones de la UE apenas han aumentado un 14%, en volumen, en los últimos diez años, pasando de una tasa de cobertura (exportaciones/importaciones en unidades físicas) del 356% hasta el 192% en sólo diez años.

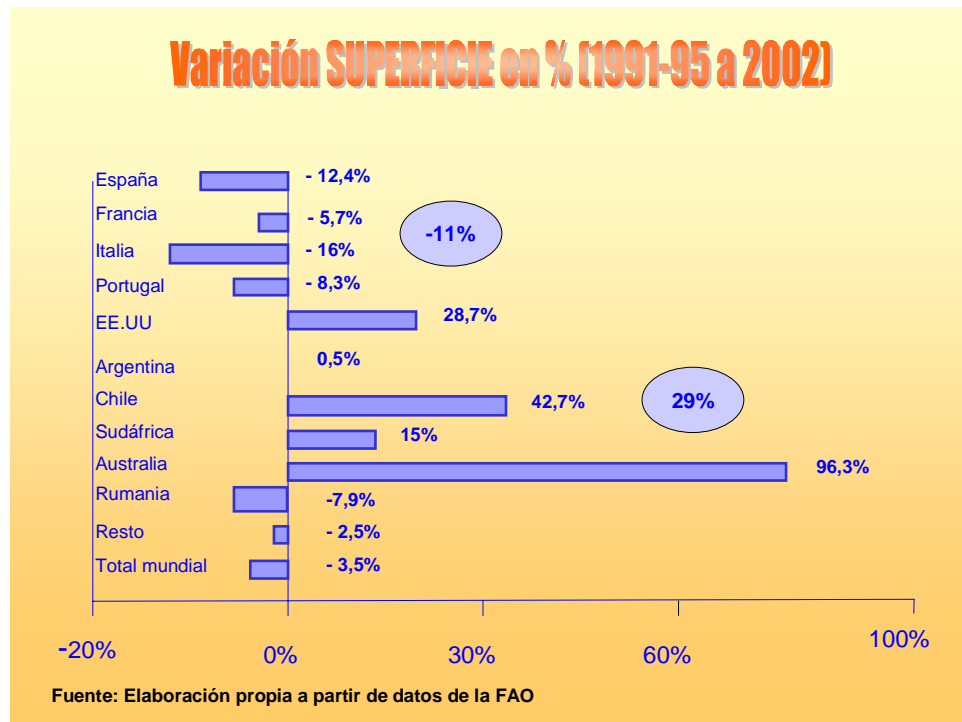
EVOLUCIÓN DE LOS INTERCAMBIOS U.E.-15



Este proceso ha permitido a los países emergentes, sin restricciones de plantación, iniciar un proceso acelerado de expansión de la superficie, así, en el período 1970-2000:

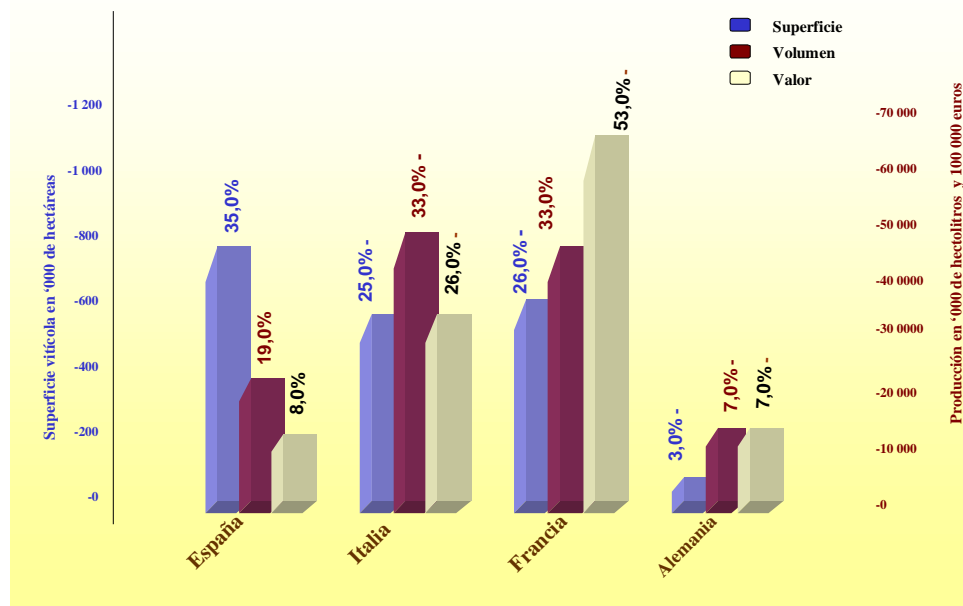
- USA incrementa la superficie, de las 215.000 ha hasta las 355.000 ha.
- ARGENTINA, disminuye sus viñedos desde las 350.000 ha hasta las 200.000 ha.
- CHILE, la incrementa ligeramente desde las 100.000 has hasta 140.000 ha.
- SUDÁFRICA, la incrementa de 100.000 ha hasta 125.000 ha.
- AUSTRALIA, la incrementa de 50.000 ha hasta 100.000 ha.

Por el contrario en la UE, la reestructuración desde la etapa constrictiva del arranque, ha devenido en una disminución acelerada de explotaciones y superficies, según el último informe evacuado por la Comisión Europea, han desaparecido casi el 35% de las explotaciones vitícolas europeas y se ha disminuido en más de un 11% la superficie de viñedo en la década de los noventa. Los últimos años, este proceso ha invertido esa tendencia, y se ha producido una expansión de la superficie de cultivo en la UE, pero muy lejos de recuperar la situación de partida de 1990.



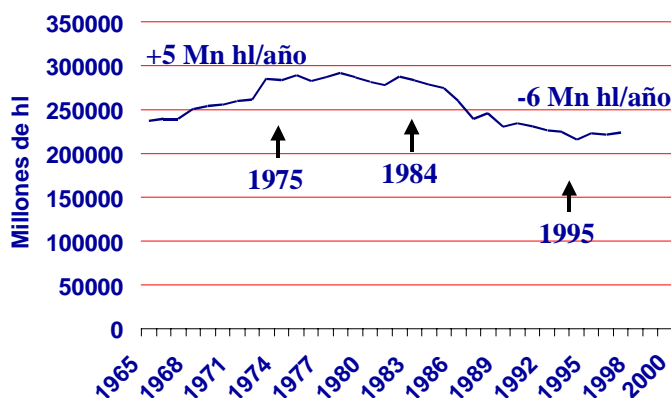
No obstante, los datos de la UE, presentan diferencias cualitativas, muy importantes, así, desde los planos de la superficie, producción en volumen y valor de la producción, entre los tres principales países productores, se observa que Francia consigue unas ratios de valorización de su producción muy por encima de los otros dos (con el 28% de la superficie europea genera un 53% en valor), en el lado italiano, se consigue un equilibrio (en torno al 25%) y sin embargo, España, con el 36% de la superficie solo genera el 8% en valor.

Parte de cada Estado miembro productor en la producción vitícola (Año 2000)



En este análisis del mercado mundial del vino, no podemos dejar de dar una breve descripción de la situación del consumo. En el ámbito global, el consumo de vinos creció hasta 1975. El período 1975-84 supone un cierto estancamiento. A partir de 1984 y hasta 1995 se sufre una caída importante y permanente de consumo. Y parece que en los últimos años, 1995 a 2000 han supuesto una muy ligera mejoría. (Véase gráfico)

CONSUMO MUNDIAL



Fuente: Prof. Montaigne, E. (E.N.S.A.M.)

De los países productores y consumidores, podemos destacar, en cuanto a los consumos per cápita:

- Un ligero incremento en el consumo de vinos para USA y Sudáfrica.
- Una fuerte tendencia a la caída en el consumo de los países tradicionales (Francia, Italia, España, Portugal).
- Una fuerte tendencia al alza en el consumo per cápita de la Europa del Norte (Dinamarca, Alemania, Bélgica, Holanda y Reino Unido).
- Una fuerte tendencia la caída en el consumo en los países sudamericanos (Argentina y Chile).

Por tanto, a modo de resumen, de lo tratado en las líneas que anteceden sobre el mercado mundial del vino, resaltar de nuevo que Europa, y sobre todo la UE., han ostentado tradicionalmente una posición de privilegio en los mercados mundiales del vino. Y especialmente ha detentado posiciones de cuasimonopolio en los mercados de los vinos de calidad. Esta situación todavía se mantiene, a pesar de la fuerte competencia desplegada por los países emergentes, que han aprovechado coyunturas de altos precios para ganar los segmentos más bajos y penetrar sobre todo en los mercados anglosajones y alemanes, todo ello en un marco de tendencia regresiva en el consumo per capita de vinos y en una posición errática y dubitativa de la UE respecto a la política agraria a aplicar en el sector que ha tenido como última manifestación la reforma de la OCM aprobada en la Agenda 2000. En cuanto al futuro y perspectiva del mercado mundial, se pueden avanzar algunas coordenadas de desenvolvimiento en que debe posicionarse España:

- Incertidumbre en la evolución del consumo de vinos.
- Certidumbre en el incremento de producción y estrategias agresivas de mercado de los países emergentes.
- Necesidad de desarrollar estrategias competitivas para “mercados maduros”, sobre todo en cuanto a los vinos de calidad.
- El incremento en el consumo de VCPRD, obligará a los países y regiones productoras a basar sus producciones en “calidad frente a cantidad”, a mejorar su

oferta estableciendo una clara diferenciación por calidad y “señalizando” dicha calidad, cualitativa o territorialmente.

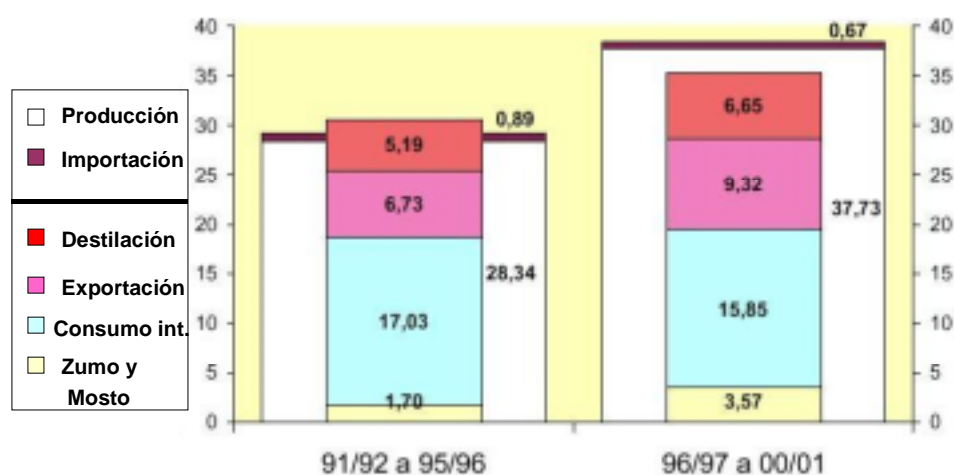
- Marco muy competitivo en los segmentos más bajos del mercado que son una vía, importantísima de salida para grandes regiones productoras, como pueden ser el Languedoc-Roussillon o Castilla-La Mancha.
- Reglamentación nueva en un marco de mercado muy voluble y cambiante, así la OCM ha empezado a entrar en crisis incluso nada más empezar a rodar.



Haciendo una breve mención explícita al caso español diferenciado del marco de la UE, la tendencia en los últimos años ha sido una sustitución constante de la gama y segmentos bajos por otros escalones más altos, cuya salida fundamental es la exportación (fundamentalmente concentrada en 4 países de la UE y en EE.UU) debido a la evolución regresiva del mercado interior . Este trade-off implica ganancias en el margen en estos segmentos vinculados a gamas altas de las DO y una crisis generalizada en el gran volumen de vinos de mesa de gamas más bajas que además está vinculado a zonas muy dependientes, económica y socialmente de esta producción, y con un peso determinante de las cooperativas como forma empresarial. Estas zonas se ven abocadas a una dependencia importante de las medidas de

destilación y por tanto unen su devenir a los cambios en la reglamentación comunitaria. Esta apuesta por la calidad sin embargo ha dado sus frutos en un nivel más microespacial, así el valor de las ventas ha aumentado constantemente, las exportaciones han aguantado el envite de los países emergentes por el aumento del valor añadido en los vinos DO, aunque los vinos de mesa, con exportaciones muy elásticas en precio, sufren un deterioro constante en valorización.

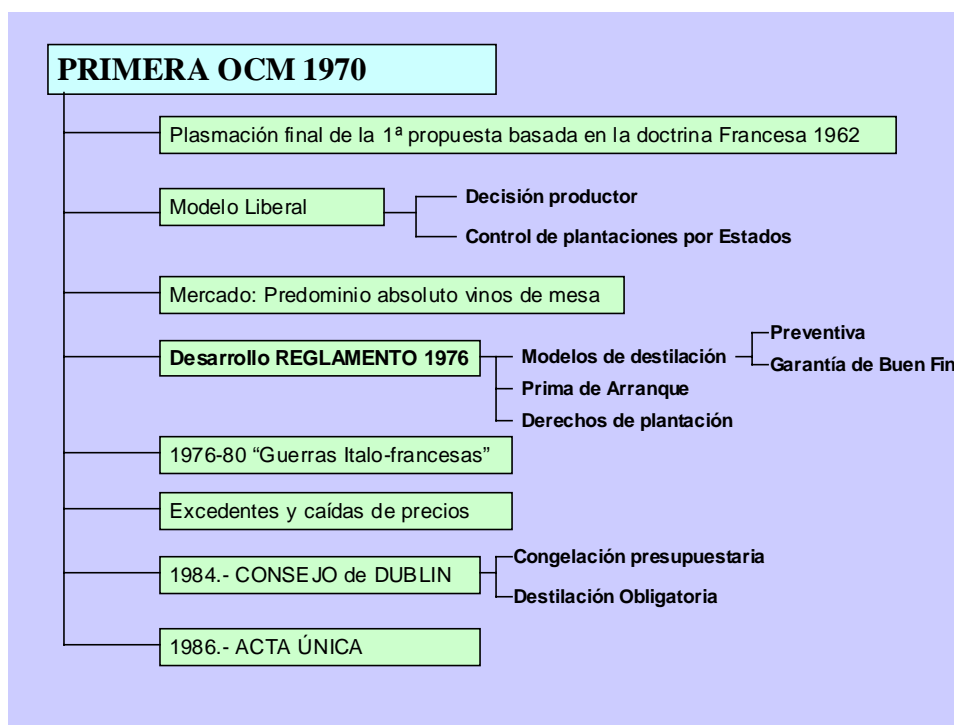
BALANCE VITIVINÍCOLA EN ESPAÑA



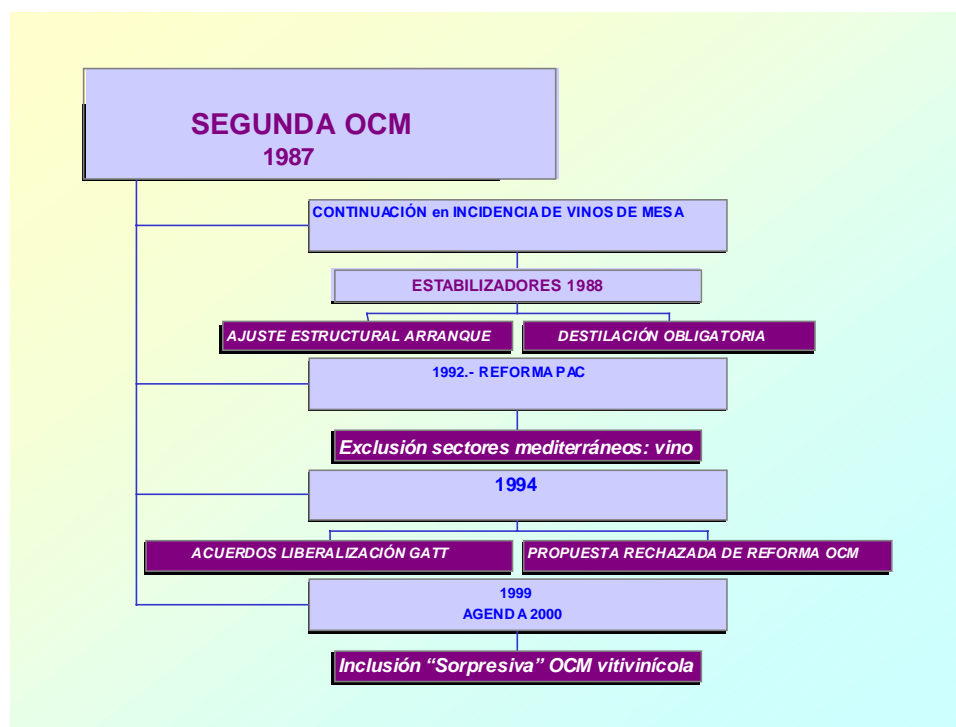
Fuente: FEV

II.- LA PAC Y LA RECIENTE OCM DEL VINO

Para entender la actual OCM, conviene recordar, sucintamente, la evolución de la reglamentación comunitaria respecto del sector vitivinícola. La primera Organización Común del Mercado del vino data de 1970 y recogió, básicamente, la posición francesa de libertad decisoria del productor y traslado del control plantacional por los estados, en un mercado en que predominaban de forma absoluta los vinos de mesa, sólo a raíz de la crisis de excedentes y bajos precios de mitad de los setenta, y las guerras productivas y comerciales entre Italia y Francia, se desarrolla un reglamento (1976) que desemboca en la cumbre de Berlín (1984), dónde se establecieron medidas restrictivas y de contingentación, así cómo de intervención en los mercados (gama de destilaciones) con intención de sacar volúmenes que reactivasen las coyunturas desfavorables del mismo.



Con la entrada en vigor del Acta Única, la entrada de España y Portugal y en un marco de contingentación productiva y presupuestaria de la PAC se aprueba la segunda OCM del vino en 1987, que viene a consolidar la perspectiva restrictiva y la incidencia directa en los vinos de mesa con la implantación y fomento de medidas traumáticas en el plano del arranque subvencionado y la destilación obligatoria con precios de castigo. Con esta OCM en vigor y en medio de la construcción de la UEM aparece la gran reforma de la PAC de 1992, dónde, desde la perspectiva del sector vitivinícola, se consolida la discriminación histórica, productos continentales versus productos mediterráneos, con la implantación de pagos compensatorios para las principales producciones continentales y se deja para el futuro las reformas para las mediterráneas que se acometerán individualmente. Por tanto, se obvia la situación del sector vitivinícola y se pospone hasta 1994 una propuesta de reforma, muy influenciada por la coyuntura excedentaria y de bajos precios, con la articulación de medidas de actuación fuertemente regresiva para el sector, cómo era lógico la presión unánime del sector hace que la plasmación real de la propuesta nunca vea la luz.



En el ínterin, la situación del mercado del vino mejora notablemente en el último quinquenio del siglo, con altos precios y decisiones expansivas de superficies y producción. Y de nuevo, la Comisión va a guiarse por la coyuntura para 'colar', sorpresivamente y en los últimos momentos, en su propuesta, para el nuevo periodo de programación 2000-2006, en la Agenda 2000, la reforma de la OCM del vino.

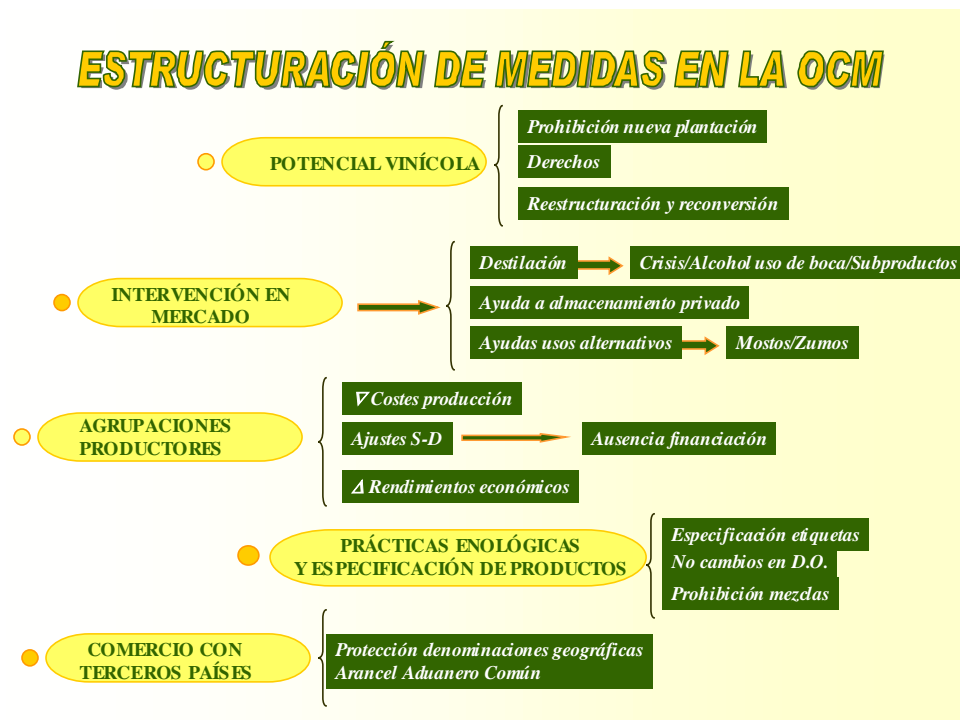
Por tanto, la reglamentación del vino en la UE se aprobó en 1999 dentro del paquete de reformas de la Agenda 2000, en una situación expansiva del mercado con altos precios y producciones estabilizadas. Esta aprobación se ve sesgada, como ya hemos comentado, por el hecho de diferenciarse claramente de las llamadas producciones continentales, que llevan adosados regímenes de compensación de rentas frente a las mediterráneas de apoyo a mercado con mayor erraticidad y aleatoriedad. Ciertamente, la OCM tiene aspectos positivos, como reflejamos en el cuadro, cómo la apuesta por la calidad, las medidas de comercialización o el papel de las organizaciones de productores, pero precisamente en esa línea se presentan sus mayores déficit puesto que está pensada y estructurada para la etapa expansiva en que se generó.

La nueva OCM del vino en Europa, en efecto, se encuadra en la tipificación mediterránea, no hay apoyo a mercado vía precios, ni garantía de rentas vía compensación, sólo en situaciones

de crisis no regladas y por tanto subjetivadas, aparece un laso sistema de **destilaciones** con la de permitir situaciones nacionales diferenciadas por el hecho de la cofinanciación.

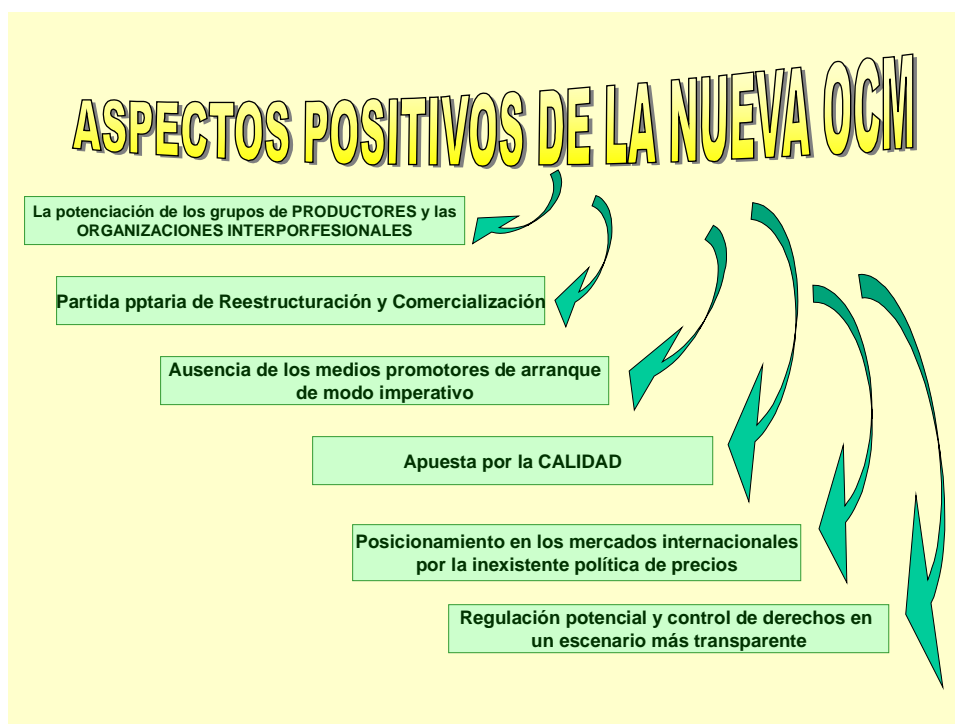
Por otra parte, podría esperarse una **diferenciación medioambiental** para el cultivo del viñedo, con una diferenciación territorial: cultivo del paisaje, fundamento antierosivo, mantenimiento de la cultura rural ancestral,etc. Nada de esto se ha producido. En estos territorios podrían haberse estipulado acuerdos para no expandir la oferta, con vendimia en verde, compromiso máximo de sacar al mercado, siempre que no se hablase de excedentes territoriales como se pretende con un término de tan escasa precisión,etc.

En un producto tan complejo como el vino con parámetros que van desde la influencia de la diferenciación de la materia prima,la potencialidad , altísima, del valor añadido, a la elaboración, la imagen, la estética, el ritual/esnobismo, la salud, la celebración,los componentes sociales y territoriales..etc. la nueva OCM trata linealmente al sector, lo que da lugar a que la **segmentación del sector es mucho más amplia que la de la reglamentación**, dando lugar a una homogeneidad poco adaptativa a situaciones variables o cambiantes. De hecho las reglamentaciones nacionales están yendo más allá, a modo de ejemplo en España con diferenciaciones territoriales de tradición francesa, como los apelativos a la tierra o a pagos, o las marcas de calidad individual de tradición más anglosajona.



Además la OCM se autolimita en el **potencial vitícola**, afectando a su competitividad cuando el resto del mundo no acomete la misma táctica, entrando en los segmentos bajos y vía precios para mejorar su posición con una dinámica agresividad comercial.

En esta dirección, también la desconsideración hacia el **consumidor** está presente, la permisividad en prácticas, como la **chaptalización o la vinificación con mosto de terceros** países no lleva implícita la necesidad de anunciarlo al consumidor en las etiquetas, con lo que en la etapa de la PAC dónde esto ha tornado en la mayor preocupación en la crisis de alimentos reciente, el vino no se ha preocupado en demasía.





PERSPECTIVAS DE FUTURO

CONDICIONANTES

- ◆ Incorporación PECOS
- ◆ Alcance Revisión Intermedia de la PAC
- ◆ OMC

VIAS NECESARIAS DE FUTURO

- ◆ DIMENSIÓN MULTIFUNCIONAL.- Ayudas territoriales directas diferenciadas. Acoplamiento social no productivo.
- ◆ NORMALIZACIÓN INFORMÁTICA y SEGMENTACIÓN
- PLAN ESTRATÉGICO EUROPEO y
- ◆ apuesta por ingeniería financiera en procesos cooperativos y corporativos
- ◆ APOYO DECIDIDO OPTICA DE DEMANDA y mayor defensa CONSUMIDOR
- ◆ Mayor apoyo SEGMENTOS bajos VINOS de MESA
- ◆ Objetivación de la intervención en el Mercado
- ◆ Eliminar riesgo renacionalización

III. CONSIDERACIONES FINALES.

A modo de conclusión, creemos que la OCM aprobada en Europa no representa ni de largo los mínimos intereses y requisitos que necesita el sector en España, que a nuestro modo de ver, debería haber configurado un doble plano, por un lado el productivo con explotaciones viables económicamente, de visión comercial y competitivas por segmentos. Por otro, el plano territorial de grandes regiones, como Castilla-La Mancha, que deberían imbricar el sector con el desarrollo rural, aglomerando las dimensiones sociales, medioambientales o culturales para dar viabilidad al sector en estas zonas sin entorpecer la dimensión liberalizadora del escenario mundial y facilitando la apertura de vías de rentas complementarias, como podrían ser el 'cultivo' del paisaje o el enoturismo.

En esa dirección la revisión de las subjetivas y erráticas disposiciones sobre las destilaciones y la incorporación de pagos directos, diferenciados territorialmente y ecocondicionados sería una buena línea de avance para la imprescindible reforma de la nueva OCM, fácilmente integrables en la propuesta actual de Reforma Intermedia de la PAC.

Entre los cambios también es imprescindible cambiar la filosofía de la OCM y entra más por la demanda y no solo por la reglamentación en oferta, acometiendo la segmentación y diferenciación del producto y sobre todo situando en primer término al consumidor.

En el nuevo escenario mundial, es imprescindible que las reglas sean comunes para todos, sobre todo EE.UU y Australia donde hay que perfilar el sentido comercial de las ayudas públicas a comercialización, marketing e I+D. Ello permitirá además acompasar más la situación internacional de los mercados con la legislación europea y así hacerla más adaptativa.

En la etapa de las nuevas tecnologías y de la comunicación, la normalización informativa y la intersección en la gran segmentación de los mercados es imprescindible para una clarificación del escenario mundial.

Respecto de la estrategia comercial debe reorientarse hacia actuaciones en un nivel micro y eliminarse el concepto y también la percepción de reconversión masiva, que es

inmediatamente descontada por los mercados (en un ejemplo palpable y 'de manual' de la plasmación práctica de la teoría de las expectativas racionales) como ha sucedido en la actualidad con la incipiente reconversión varietal implantada e incentivada por las actuaciones públicas que ha desembocado en una etapa depresiva de precios anticipada, y en la generación de excedentes acumulados en las bodegas, incluso de vino tinto. En lo que respecta a la crisis de los últimos años, se ha caracterizado por pasar de una etapa de precios altos (sobre todo para el vino tinto) acompañándose con una expansión continua de la oferta a una bajada sin precedentes en los precios. La buena evolución en el pasado del sector, se transforma ahora en inquietud y serias dudas para el futuro dados los excedentes que se prevén para los próximos años, con una competencia incipiente de los viñedos americanos y oceánicos, unido al estancamiento del consumo y una reconversión varietal descontada ya por los mercados. Esta amenaza subsectorial se transforma en el caso de Castilla-La Mancha en un riesgo trasladado al conjunto del mundo rural castellano manchego.

En otro plano comercial se detecta que una de las debilidades del sector es la falta de un segmento empresarial de mayor dimensión y con economías de escala en las fases de marketing y comercialización por lo que la apuesta debería venir en el apoyo a procesos de ingeniería financiera que integren estas fases en estrategias corporativas y cooperativas. Junto a ello el papel de la actuación pública ha de ser determinante en el marketing territorial del producto.

Aisladamente para este sector, la incorporación de los PECOS supone mayor potencialidad que amenaza, puesto que la ampliación del mercado se sobrepone con creces al aumento de oferta derivado de su integración, a lo que se añade que el único país que se incorpora con carácter inmediato con cierto nivel de producción es Hungría, quedando dilatada la entrada de Bulgaria y Rumanía.

En definitiva la nueva OCM, no ha andado prácticamente, pero ya es obsoleta y la Comisión Europea lo reconoce así, al plantearse su reforma, que debería ser posible integrarla dentro de esa profunda reforma de la PAC más social y con una dimensión multifuncional que es, precisamente, el argumento básico de Europa frente al mundo y el baluarte de la filosofía que se quiere implementar con la propuesta de Revisión Intermedia de la Agenda 2000.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- Food and agriculture organization. The United Nations.[en línea]. <http://www.fao.org>
- MONTAIGNE, E. (2000): *Les tendances du marché Mondial des vins et qualité*. En “La Mundialización de la Agricultura”, coord.: Castillo, S. y Olmeda, M. Cuenca: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Castilla-La Mancha (en imprenta).
- OLMEDA, M. (2.002): *Panorámica del Sector Vinícola de Castilla-La Mancha*. En “Estrategias del sector vinícola en Castilla-La Mancha”, Cuenca: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Castilla-La Mancha .

ANEXOS

**PREVISIONES DE PRODUCCIÓN VITIVINICOLA. MEDIA DE LAS
CAMPAÑAS 2001/02 Y 2002/03. (Miles HI)**

<i>PAIS</i>	<i>TOTAL VINOS 2001/2003</i>	<i>VINOS MESA</i>	<i>VINOS VCPRD</i>
España	32.125	55%	45%
Alemania	10.250	6%	94%
Italia	45.177	73%	27%
Francia	47.950	38%	62%
UE	153.243	52%	48%

**BALANCE DE SITUACIÓN DE LOS VINOS V.C.P.R.D. EN LA UE.
MEDIA DE LAS CAMPAÑAS VITIVINICOLAS 2001/02 Y 2002/03 (Miles HI)**

	<i>ITALIA</i>	<i>FRANCIA</i>	<i>ESPAÑA</i>	<i>ALEMANIA</i>
Disponibilidades	24.454	64.786	36.229	20.339
Saldo Comercio Exterior	4.935	7.145	3.948	-2.416
Saldo Comercio Extra EU-15	2.037	2.410	703	489
Consumo/Disponibilidades	27,7%	24,9%	18,7%	60,9%
Consumo/Producción	58,0%	63,6%	46,8%	128,2%

BALANCE DE SITUACIÓN DE LOS VINOS DE MESA EN LA UE. MEDIA DE LAS CAMPAÑAS VITIVINICOLAS 2001/02 Y 2002/03. (Miles HI)

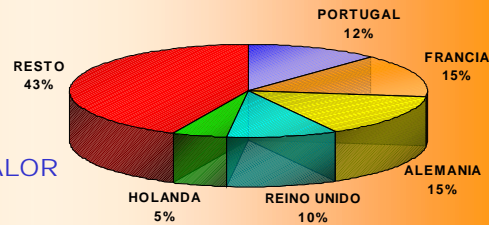
	ITALIA	FRANCIA	ESPAÑA	ALEMANIA
Disponibilidades	56.333	34.173	28.867	5.768
Saldo Comercio Exterior	9.317	3.395	5.350	-5.380
Saldo Comercio Extra EU-15	2.202	1.922	1.581	123
Consumo/Disponibilidades	36,9%	42,5%	24,1%	90,0%
Destilación	4,9%	7,7%	23,5%	0,20%
Consumo/Producción	62,8%	78,9%	40,3%	980,4%

EXISTENCIAS DE PRODUCCIÓN VITIVINÍCOLA CAMPAÑA 2001-02

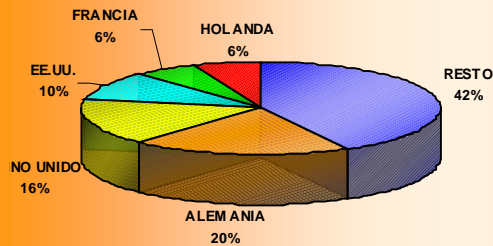
	VT Blanco	VT Rojo	VQPRD Blanco	VQPRD Rojo	TOTAL
Alemania	1.300	200	8.500	2.500	12.500
España		12.000		20.500	32.500
Francia	2.050	10.450	8.300	16.700	37.500
Italia					32.500
Portugal	1.702	3.074	1.329	4.215	10.320
TOTAL UE15					117.500

CONCENTRACIÓN GEOGRÁFICA DE LA EXPORTACIÓN ESPAÑOLA. (Ene-Sep 2002)

EXPORTACIONES DE VINO EN VOLUMEN

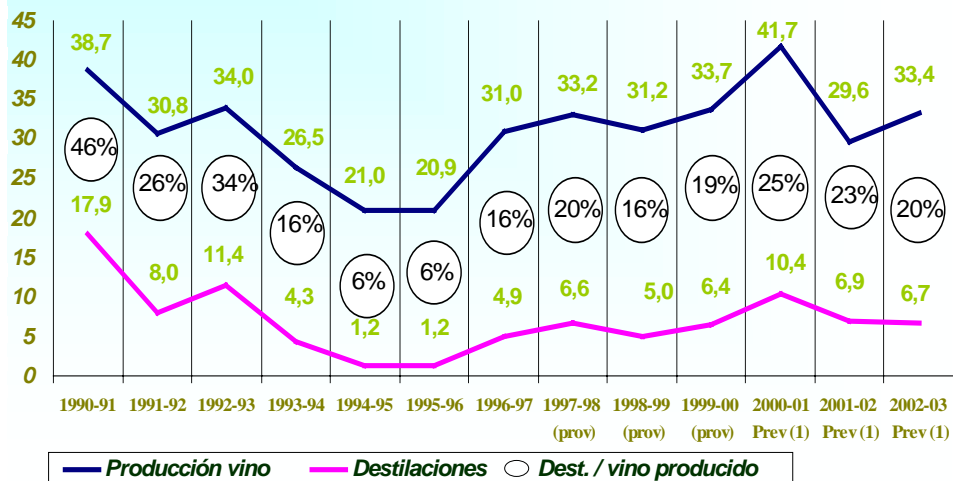


EXPORTACIONES DE VINO EN VALOR

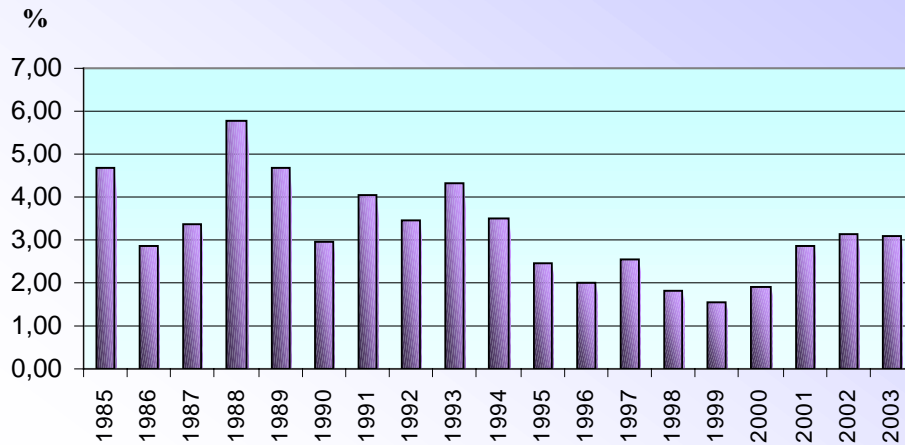


Fuente FEV

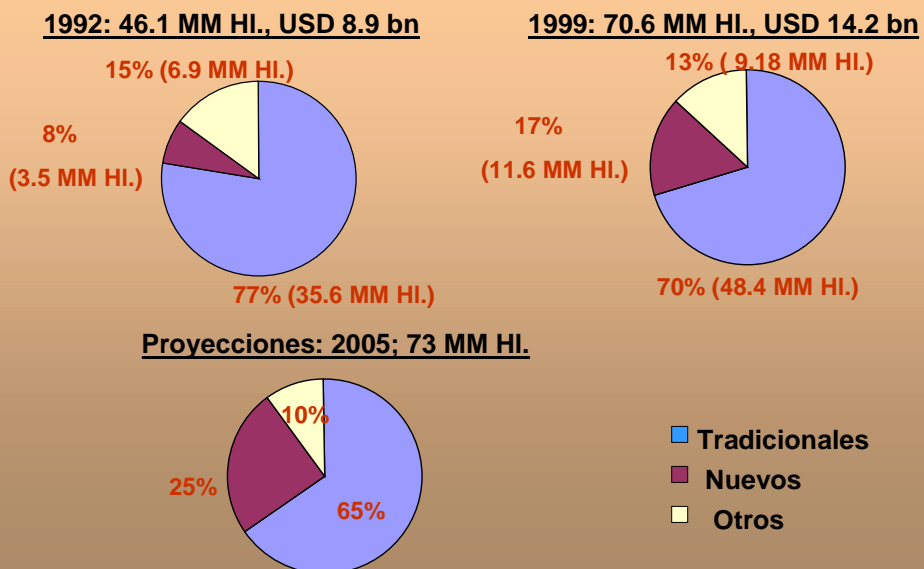
Evolución de la Producción de vino y Destilaciones en España (mill HI)



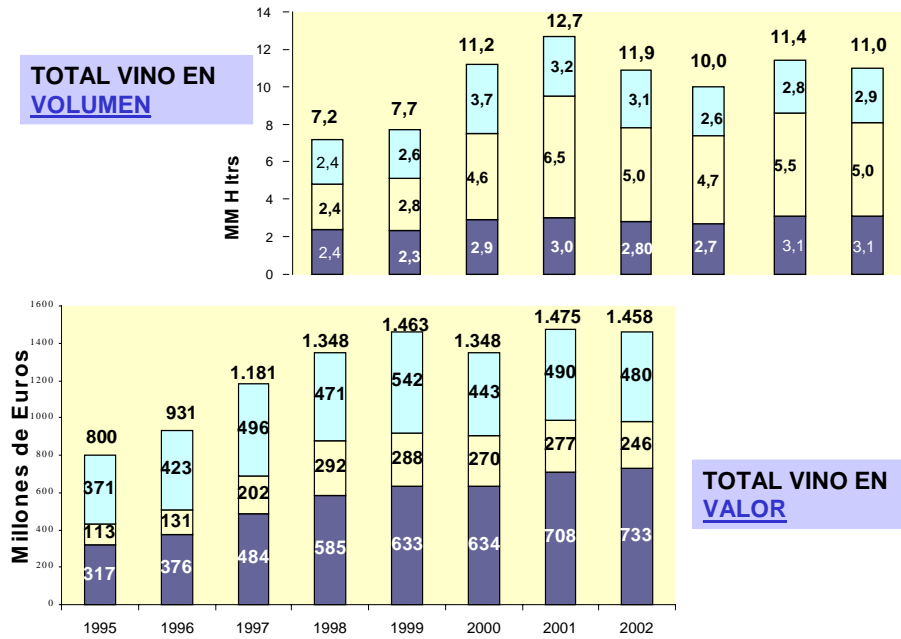
Peso presupuestario del sector vitivinícola de la UE en el FEOGA-G



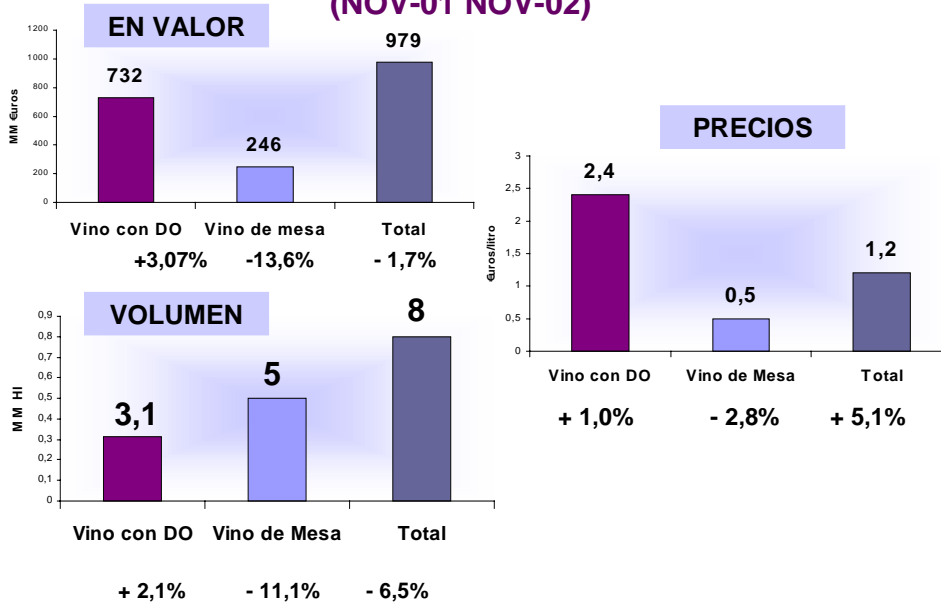
EXPORTACIONES MUNDIALES DE VINO



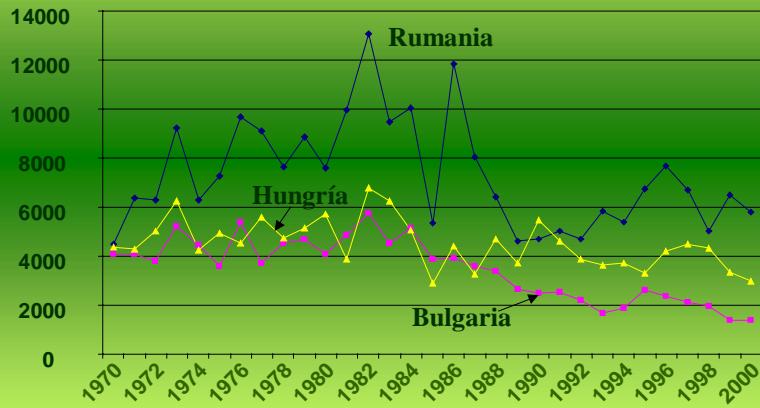
EXPORTACIONES ESPAÑOLAS



EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE VINO (NOV-01 NOV-02)



EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE VINO EN LOS PAÍSES PECO (M.IHI.)



Fuente: F.A.O.

FUTURO DEL SECTOR VITIVINÍCOLA EN LA UNIÓN EUROPEA

