



Adaptarse o morir. El vino a granel se reinventa

Nos guste o no, España es el gran proveedor de vino a granel del mundo. Un mercado que, en buena medida, está en el ADN de nuestras bodegas. Es más, el desarrollo de nuestra viticultura está muy ligado a ese negocio. Pero llegan tiempos de cambio. El mercado mundial se transforma al mismo ritmo que los gustos de los consumidores. Nuestras bodegas tratan de adaptarse a nuevas formas de hacer negocio, que otros países han explorado con notable éxito.



Antonio Martínez
Periodista agroalimentario

La legislación en vigor en Europa define el vino a granel como aquel que la bodega comercializa en envases de más de dos litros de capacidad. Eso nos da un amplio abanico de posibilidades, desde poco más de dos litros a una cisterna de 25.000. “Para empezar, tenemos que tener claro que todo el vino es vino a granel hasta que se envasa. La diferencia llega cuando hay bodegas que abordan el embotellado, mientras que otras no quieren asumir ese coste. Pero siempre estamos hablando de un mismo producto: el vino”. Y como tal, Ángel Villafranca, presidente del consejo sectorial del Vino de Cooperativas Agro-alimentarias, se niega a asumir

que estemos hablando de vino de segunda categoría, a la sombra de los embotellados que dan prestigio a nuestras denominaciones de origen.

Los graneles tienen mala prensa y así lo asume Rafael del Rey, director general del Observatorio Español del Mercado del Vino (OeMv), “hemos menospreciado el vino a granel. El vino a granel se ha convertido en una expresión peyorativa”. Y la verdad es que resulta realmente chocante que menospreciemos un producto que ha dado de comer a incontables generaciones de viticultores y bodegueros españoles, como nos recuerda oportunamente Rafael del Rey, “el vino a granel es la base del negocio en España y muchas empresas españolas viven de él”. Ángel Villafranca suscribe esa idea, “ahora mismo el vino a granel es el que está permitiendo sobrevivir a buena parte del sector”.

Rafael Puyó, secretario de la Asociación Regional de Empresarios Vitivinícolas de Castilla-La Mancha (Asevicaman), pone las cifras, “tengamos en cuenta que en Espa-

ña producimos unos 40 millones de hectolitros (Mhl) de vino al año. De esa cantidad, unos 20 ó 21 millones se producen en Castilla-La Mancha, en donde entre 12 y 13 millones se comercializan a granel. Generamos el 25% de todo el vino a granel que se comercializa en el mundo”.

// ESPAÑA, QUE PRODUJO UNOS 40 Mhl DE VINO, MOSTO Y ZUMO EN 2009, COLOCÓ EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES CASI 8 Mhl DE VINO A GRANEL. //

Para hacernos una idea precisa de lo que estas cifras suponen, hay que tener en cuenta que la producción mundial de vinos, mostos y zumos alcanzó, en 2009, los 269 Mhl y las exportaciones supusieron 86



LA CAJA DE VENDER VINO

Si algo hemos aprendido en estos últimos años, es que el consumidor de vino tiene gustos tan variados como países existen en el mundo. Consumidores que con sus decisiones están forzando cambios de entidad en un negocio muy conservador. Un negocio en el que la botella de cristal y el corcho parecían intocables en los vinos de calidad. Eso ha cambia-

do y las bodegas tratan de adaptarse lo más rápidamente a los deseos de esos consumidores.

Las bodegas de Castilla-La Mancha han descubierto el *bag in box*, "una opción que estamos planteando desde Asevicaman y que tiene un mercado muy interesante en el norte de Europa. Es una forma de que el vino llegue al consumidor final con todos sus atributos y con la marca de España bien presente", explica

convencido Rafael Puyó. Efectivamente la caja de cartón con una bolsa en su interior está viviendo un momento dulce, especialmente en los países escandinavos, "las ventas de vino en ese envase llegan al 50% del total. Allí funciona muy bien. Sudáfrica lo ha sabido aprovechar muy bien. Nos han tomado la delantera. *Bag in box* es una de nuestras asignaturas pendientes", asegura categórico Rafael del Rey.

Todo el mundo tiene puesta la vista en esos mercados. También la Cooperativa Virgen de las Viñas "entrar en el norte de Europa es muy difícil. Piden vino de calidad y tienes que colocar en el *bag in box* el vino que normalmente meterías en la botella. Aquí hemos castigado a ese envase como de baja calidad". A pesar de todo, esta cooperativa trabaja con este envase "para el mercado japonés que está creciendo muy rápidamente".

millones. Pues bien, el 36,4% de todas las transacciones internacionales de vino que se realizaron en el mundo en 2009 fueron de vinos a granel y las bodegas españolas fueron el origen de una cuarta parte de todo ese vino que se movió por el mundo, con 7,82 Mhl, por un valor de 270 millones de euros (M€).

Para que quede todo un poco más claro, España, que produjo unos 40 Mhl de vino, mosto y zumo en 2009, colocó en los mercados internacionales casi 8 Mhl de vino a granel. Además, se trata de un mercado en franco crecimiento en los últimos años. De hecho, a principios de la década pasada, España superaba por poco los 4 Mhl muy por detrás de Italia.

VOLCADOS EN LOS GRANELES

Estas cifras no han surgido de la nada. Son el reflejo de una larga historia de un sector bien asentado en los mercados mundiales de graneles.



// DE LA PRODUCCIÓN NACIONAL, UNOS 20 Ó 21 MILLONES SE GENERAN EN CASTILLA-LA MANCHA, EN DONDE ENTRE 12 Y 13 MILLONES SE COMERCIALIZAN A GRANEL. //

La Cooperativa Virgen de las Viñas, situada en el epicentro del mayor viñedo del mundo, en Tomelloso (Ciudad Real), es un ejemplo perfecto de una bodega que ha trabajado por y para los graneles. Su director general, Enrique Cepeda, repasa las cifras, absolutamente apabullantes. "Tenemos la que probablemente sea la instalación de recepción y tratamiento de uva más grande del mundo, con una media de 155 millones de kilos de uva por campaña, para producir unos 120 millones de litros de vino".

Aunque esta bodega empezó a embotellar en la década de los años 70 del pasado

siglo, es ahora cuando se ha lanzado en serio a ese negocio. "Esta campaña esperamos embotellar entre un 8% y un 10% de la producción de vino, unos 10 millones de botellas. De hecho este año lo podemos considerar como el del verdadero despegue de la producción de embotellado en esta cooperativa".

Cada año, los socios de esta cooperativa se encontraban con una auténtico mar de vino que ha encontrado salida en el mercado de graneles. "Nosotros hace años que apostamos por el mercado de la exportación. En estos momentos, el 90% de los graneles va a ese mercado. Si no fuera por las ventas en el exterior el mercado estaría paralizado". Pero no es oro todo lo que reluce, el precio medio de ese vino es bajo, extremadamente bajo en opinión de los productores, a los que pone voz Enrique Cepeda, "los viticultores lo están pasando muy mal a estos precios". El problema del precio no es exclusivo de esta cooperativa, ni siquiera de Castilla-La Mancha, nos aclara Ángel Villafraña, "se nos ha situado en el nivel más bajo de precios de toda Europa. Los



LAS NORMAS DE CALIDAD NO AYUDAN



El público en general asocia vino a granel con caldos de baja calidad, lo que antes se denominaba como vino "peleón". Es posible que mucha gente se sorprenda al saber que bajo el epígrafe de granel se venden productos muy distintos.

Es más, de las ventas totales en el exterior de nuestro país de graneles en 2009 (casi 8 Mhl), el 7% correspondió a vinos con Denominación de Origen, que generaron unos ingresos de 30 M€, a un precio medio de 0,59 €/l. El resto correspondió a vino de mesa. A todas luces estamos hablando de cifras muy modestas.

Algo no funciona en nuestro mercado o más bien en las normas de producción de las denominaciones de origen. Esa es al menos la queja que hace el presidente consejo sectorial del Vino de Cooperativas Agro-alimentarias, Ángel Villafranca, "tenemos un problema con la normativa con la que nos hemos dotado. En muchos casos, nuestros vinos embotellados en otros países no pueden llevar la indicación de su origen. Eso es un problema evidente de cara al consumidor. Cuando llega ese vino a la cadena para su envasado pierde su identidad. Así el consumidor no sabe de donde procede ese vino que le gusta". Hay casos extremos como el de Rioja que, al ser una Denominación de Origen Calificada, no permite embotellar vinos fuera de su territorio. Esa limitación no se aplica en otras denominaciones, pero sí que afecta a nuevas presentaciones como el *bag in box* "que muchas denominaciones no recogen en sus normas o lo limitan para ciertos mercados", aclara Rafael del Rey. Mancha lo autorizó el año pasado con capacidades comprendidas entre 1 y 5 litros, pero sólo para comercializar en el mercado de exportación y para vinos sin envejecimiento.

Valdepeñas se adelantó en el tiempo. Autorizó su uso en 2006, pero sólo en la modalidad de 3 litros y limitando su comercialización en los mercados de Dinamarca, Finlandia, Noruega, Reino Unido y Suecia.



Fuente: DO Navarra

// DESDE COOPERATIVAS SE LLEVA AÑOS INTENTANDO IMPULSANDO LA CREACIÓN DE GRANDES GRUPOS QUE SEAN CAPACES DE AGLUTINAR LA OFERTA Y DE ESTA FORMA NEGOCIAR EN MEJORES CONDICIONES LA VENTA DEL PRODUCTO. NO TANTO CONGLOMERADOS EMPRESARIALES COMO GRUPOS DE GESTIÓN. //

compradores que vienen a nuestro mercado lo hacen atraídos, en buena medida, por los bajos precios".

PRECIOS MUY AJUSTADOS

Las estadísticas que maneja la patronal Asevicaman son muy clarificadoras, "el precio medio del vino a granel que exporta España es de 0,35 €/l, la cifra más baja de Europa. Italia lo vende a una media de 0,49 € mientras que Francia lo hace a 1,02 €. O lo que es lo mismo, el precio medio al que vende Francia su vino a granel es similar al precio de todas las exportaciones de vino español, embotellado y a granel. Tenemos que vender casi cuatro veces más vino español a granel para ganar lo mismo que las bodegas francesas", se lamenta Rafael Puyó. Así encontramos que Italia, que tan sólo pone en los mercados internacionales el 21% del vino a granel (6,4 Mhl), lidera la clasificación de ingresos por delante de España y Francia.

A esos precios, "es muy difícil cubrir costes. Sólo pueden afrontar ese precio bodegas de gran tamaño que trabajen con uvas de explotaciones muy mecanizadas", se lamenta Ángel Villafranca.

Como es lógico, estas cifras se han convertido en un auténtico quebradero de cabeza para nuestras bodegas que tratan

de rentabilizar al máximo cada litro de vino que sale de sus instalaciones. Las cooperativas llevan años analizando ese problema. "Hay que tener en cuenta que nuestro sector productor, sea el de Extremadura o el de Castilla-La Mancha se encuentra bastante lejos de los Pirineos o de los puertos en los que embarca ese vino para los mercados de destino. Eso encarece el producto en tres euros por hectolitro. Ese coste hay que sumarlo al precio en origen". Ahí poco se puede hacer. No obstante, Ángel Villafranca sí aporta soluciones para otro problema que lastra la rentabilidad de nuestras exportaciones. "Hay un exceso de oferta. Oferta que, además, está en cientos de manos, cuando la demanda está concentrada en muy pocas manos. Eso ocurre aquí y a escala mundial". Villafranca lleva años intentando impulsando la creación de grandes grupos que sean capaces de aglutinar la oferta y de esta forma negociar en mejores condiciones la venta del producto. No tanto conglomerados empresariales como grupos de gestión.

DOS MERCADOS DIFERENCIADOS

Como no podía ser de otra forma, el Observatorio Español del Mercado del Vino (OeMv) ha dedicado mucho tiempo a ana-

LAS BODEGAS SE ADAPTAN

Si algo nos enseña el mercado del vino a granel es que nos encontramos ante un negocio que evoluciona con rapidez. O se está al día o se pierden las oportunidades, que raramente vuelven a presentarse. "Hasta ahora nuestras bodegas elaboraban vino para colocar en el mercado, ahora quieren saber cómo es ese mercado y actuar en consecuencia. Queremos saber qué quieren los consumidores".

Con ese objetivo nació el Observatorio Español del Mercado del Vino que dirige Rafael del Rey. "La OeMv es una fundación privada creada a instancias de las bodegas agrupadas en la Federación Española del Vino (FEV) con el apoyo del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM) para tratar de conocer el mercado y los deseos de los consumidores. Toda esa información se transmite a las bodegas para que puedan preparar estrategias que les permitan vender mejor su vino". Se trata de un auténtico cambio en la filosofía de nuestras bodegas, "con la OEMV las bodegas tratan de cambiar el chip".

// UN ESTUDIO FRANCÉS AVANZA, COMO TENDENCIA DE FUTURO, QUE LOS MOVIMIENTOS DE GRANELES SE JUSTIFICARÁN POR LOS MENORES COSTES DE TRANSPORTE, PERO TAMBIÉN POR SU MENOR IMPACTO MEDIOAMBIENTAL. //

tradicional y es muy importante en estos momentos". Mercados que, según nos explica Rafael del Rey, ha sido copado por los nuevos productores. "Un ejemplo perfecto lo tenemos con los vinos de Australia o Chile que se venden a granel en el

lizar las tendencias en este negocio. Rafael del Rey habla de dos mercados bien diferenciados para los vinos a granel del mundo. "En primer lugar tenemos el vino que se vende a los países productores. Ahí tenemos a Francia, Italia o Portugal, tradicionales compradores de nuestros graneles. Qué hacen con esos vinos, no lo sabemos. Lo que parece evidente es que se emplean para mejorar otros caldos". Según las cifras que maneja la OeMv, España exportó en 2009 nada menos que 2,5 Mhl de vino a granel a Francia y 1,4 a Portugal. Rafael Puyó habla de negocio redondo para esos países, especialmente para Francia, "mucho vino del que vendemos a los países productores se vende como producto propio en países terceros".

Pero hay otro mercado para los graneles que vive un notable auge en los últimos años y "lo forman países como Reino Uni-

do, Alemania o Bélgica. Se trata de países que importan nuestro vino para envasar en destino. Es muy distinto del mercado



31 RAZONES MÁS PARA COMPRAR UN PUMA CVX

23% MÁS PRODUCTIVIDAD, 8% MENOS CONSUMO

EFFICIENTPOWER EP

MAYOR PRODUCTIVIDAD • MENOR CONSUMO

CASE IH

AGRICULTURE

SIMPLICIDAD: Le ahorra dinero. Controlado por la tecnología más productiva y fácil de usar, Gestión Automática de la Productividad (APM).

PRODUCTIVIDAD: 23% de potencia adicional del motor con la gestión de potencia.

ECONOMÍA: Ahorre tiempo, combustible y costes de operación, calificado como "el mejor de su clase" en cuanto a economía de combustible y rendimiento.

COMODIDAD: La cabina más silenciosa de su clase. Extremadamente cómoda, y diseñada para dar al conductor el más alto nivel de protección y sencillez de operación.

Puma CVX con EfficientPower

Presenta de la DUS

MAX-Soporte al Cliente
00 800/22 73 44 00

www.caseih.com

mercado británico. Allí se embotella y se vende en grandes superficies como Tesco. Llega al consumidor final como vino de Chile o Australia. Esos países se han especializado en ese tipo de mercado". Rafael del Rey no duda de que ése es el futuro.

Todo el mundo en el sector coincide con ese diagnóstico, empezando por las bodegas. Enrique Cepeda nos explica que su cooperativa (Virgen de las Viñas) está preparada para dar ese salto, "ahora trabajamos los vinos varietales. Además, podemos hacer coupages para adaptarnos a la demanda. Eso te da acceso al mercado más interesante, el que embotella directamente. Te conviertes en su proveedor, al igual que el fabricante de botellas".

Si repasamos las cifras correspondientes a 2009 comprobamos que Rusia compró vino de mesa a granel por algo más de 20 M€. Puyó destaca el gran avance que se ha logrado en ese mercado, "estamos desembarcando con éxito en mercados con muchas posibilidades como el chino o el ruso. Allí se incre-

mentan las ventas pero a costa de precios muy bajos". El precio medio del vino vendido allí fue de 0,25 €. Algo muy distinto ocurrió en Suecia, país al que se vendió por valor de 8 M€ y lo más importante, el precio medio por cada litro fue de un sorprendente 1,38 €.

Pero para desarrollar ese mercado hay que superar la principal debilidad de nuestros vinos en los mercados de exportación a juicio de Enrique Cepeda, "tenemos una evidente falta de marca de país. Como no vendemos vino en botella con la marca de España, los graneles no se pueden benefi-



Fuente: Comunidad de Madrid

ciar de ella". Rafael Puyó, al frente de la patronal bodeguera de Castilla-La Mancha, comparte el diagnóstico, "la solución pasa por valorizar el vino de España. El vino a granel francés llega al consumidor con la etiqueta de francés. Francia tiene imagen de país. Nosotros no lo hemos logrado en casi ningún producto. Tendríamos que tomar ejemplo de Francia e Italia".

UN VINO PARA CADA CONSUMIDOR

Es necesario mejorar nuestra imagen, pero también la forma en la que nos acercamos a esos nuevos mercados. Rafael del Rey hace autocrítica, "el vino hay que sacarlo al mercado y de forma digna. Cuando hablamos de calidad hay que aclarar que existen distintos tipos de calidades. También el vino económico deber ser de calidad. Ciertamente en España existe buen vino a granel aunque a veces su calidad es mejorable. Lo que España no se puede permitir es elaborar vinos defectuosos".

El director general del OeMv apuesta por adaptarnos con rapidez a los gustos de esos mercados y aprender rápido qué es lo que están dispuestos a comprar. Y ahí hay muchas cosas que aprender, especialmente en lo que afecta a los envases, "en cada mercado funciona uno distinto. En Escandinavia el bag in box, en Canadá el prisma octogonal, en otros la botella con tapón de rosca o incluso la lata. Nosotros tenemos que adaptarnos a lo que pide el consumidor y a lo que mejor salida tenga en ese mercado. Si queremos estar en todos los mercados tenemos que tener una cartera muy amplia de productos, eso no está reñido con los vinos de calidad".

UN MERCADO AL ALZA

Cabe preguntarse si vale la pena hacer todo ese esfuerzo de cara al futuro. Rafael del Rey no tiene ninguna duda de que así será, "en el futuro, el mercado de graneles destinados a mercados finales va a seguir creciendo". Pero es muy probable que no se parezca mucho al que existen ahora. "Un estudio francés avanza, como tendencia de futuro, que los movimientos de graneles se justificarán por los menores costes de transporte, pero también por su menor impacto medioambiental. Los grandes grupos bodegueros españoles deben empezar a pensar en instalar plantas embotelladoras en los países de destino. No debemos perder esa oportunidad".

QUIÉN DICE QUÉ

// "Ahora mismo el vino a granel es el que está permitiendo sobrevivir a buena parte del sector". **ÁNGEL VILAFRANCA, COOPERATIVAS AGRO-ALIMENTARIAS //**

// "Nosotros hace años que apostamos por el mercado de la exportación. En estos momentos, el 90% de los graneles va a ese mercado. Si no fuera por las ventas en el exterior el mercado estaría paralizado". **ENRIQUE CEPEDA, COOPERATIVA VIRGEN DE LAS VIÑAS //**

// "El precio medio del vino a granel que exporta España es de 0,35 €/l, la cifra más baja de Europa. Italia lo vende a una media de 0,49 € mientras que Francia lo hace a 1,02 €". **RAFAEL PUYÓ, ASEVICAMAN //**

// "La solución pasa por valorizar el vino de España. El vino a granel francés llega al consumidor con la etiqueta de francés. Francia tiene imagen de país. Nosotros no lo hemos logrado en casi ningún producto. Tendríamos que tomar ejemplo de Francia e Italia". **RAFAEL PUYÓ, ASEVICAMAN //**

// "Si queremos estar en todos los mercados tenemos que tener una cartera muy amplia de productos, eso no está reñido con los vinos de calidad. En cada mercado funciona uno distinto. En Escandinavia el *bag in box*, en Canadá el prisma octogonal, en otros la botella con tapón de rosca o incluso la lata". **RAFAEL DEL REY, OEMV //**

// Hay otro mercado para los graneles que vive un notable auge en los últimos años y "lo forman países como Reino Unido, Alemania o Bélgica. Se trata de países que importan nuestro vino para envasar en destino. Es muy distinto del mercado tradicional y es muy importante en estos momentos". **RAFAEL DEL REY, OEMV //**