

# EL MERCADO DEL VINO DE CALIDAD EN EL REINO UNIDO

■ LUIS M. ESTERUELAS HERNANDEZ

CONSEJERO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACION. EMBAJADA DE ESPAÑA EN WASHINGTON (\*)

Hasta hace unos diez años la imagen que nuestros vinos tenían en el Reino Unido se resumía en las expresiones conocidas como "plunk wine", "cheapo wine" o vino barato. Mientras las marcas "Don Cortez", "Rocamar" y "Corrida" eran vendidas en grandes cantidades en el Reino Unido, su única atracción era el precio competitivo y su nombre español.

Retrospectivamente, las dos últimas cosechas de 1994 y 1995 afectadas por la sequía, forzaron a determinadas denominaciones de origen españolas ("vcprd" en terminología comunitaria) a concentrarse más en la exportación del vino embotellado que en los graneles, lo que ha sido muy beneficioso para la mejora de la imagen exterior de los vinos de calidad españoles en el Reino Unido.

Una gran parte de nuestros caldos eran exportados como graneles y embotellados con marcas blancas por las grandes cadenas de distribución a precios extremadamente competitivos y con calidades de escasa reputación. De ahí la imagen mercedamente ganada.

Una gran parte de las exportaciones de vinos españoles con denominación de origen tiene como destino el Reino Unido, considerado por el ICEX como uno de los mercados de primera calidad. Como se describe más adelante, en el mercado británico concurren vinos del mundo entero y es uno de los mercados más exigentes y competitivos del mundo. Nadie hubiera pensado, hace sólo treinta años, que España estaría entre los primeros proveedores de vinos "vcprd" en este mercado, actualmente en alza. Tampoco se hubiera pensado que nuestros exportadores iban a perder interés en proveer graneles que servirían para ser mezclados en la obtención de vinos de baja calidad.

Por otra parte, el proceso de educación del consumidor británico hacia los vinos españoles y el cambio de aptitud del mercado hacia los mismos, se ha produ-



cido en los últimos seis años. Este fenómeno coincidió en el punto álgido de la invasión de los vinos procedentes de los productores americanos y australianos. La oferta de estos últimos ha presionado el mercado enormemente y ha resultado especialmente afectada la oferta de los vinos europeos. En 1995, la cuota australiana del mercado británico ascendía a un 7,6% (en 1990 era sólo de un 1,7%). También han ocupado un puesto importante en el mercado, como veremos más adelante, algunos países del Este europeo.

## EL MERCADO BRITANICO

Aunque el Reino Unido ha estado en recesión económica desde principios de la década de los 90 hasta bien avanzado el año

1994, el mercado británico del vino, considerado en su conjunto, ha permanecido estable durante todo este tiempo, con una ligera tendencia al alza. Aunque se han producido cambios en el mercado del vino, el volumen total de todos los vinos (tranquilos, espumosos, generosos, vermouths y British made wines) consumidos en el Reino Unido gira en torno al número mágico de 1.100 millones de botellas en el momento actual.

De cualquier forma, todas las indicaciones apuntan a un lento pero firme crecimiento en el consumo del vino en el Reino Unido en los próximos años. De hecho, este país es uno de los pocos mercados donde todavía existe incremento en el consumo de vino.

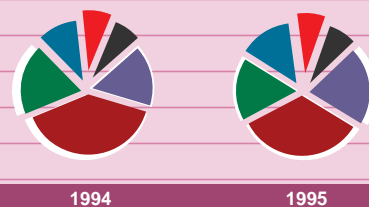
Los analistas apuntan a un crecimiento del mercado hasta el año 2000 en torno a un 2-3% por año. A su vez, las cifras de consumo de vino per capita reflejan la misma realidad. Es decir, el consumo para 1995 era de 15,31 litros, y el de los "made wines" de 3 litros per capita (excluyendo de esta cifra a los menores de 15 años). De ahí que exista una gran competencia entre todos los países productores del mundo entero por el mercado británico.

CUADRO Nº 1

**IMPORTACIONES BRITANICAS DE VINO DE MENOS DE 15º**

VOLUMEN. HECTOLITROS		
PAISES	1994	1995
FRANCIA	2.492	2.138
ALEMANIA	1.214	1.058
ITALIA	663	871
ESPAÑA	506	478
AUSTRALIA	470	478
OTROS	1.013	1.312
<b>TOTAL</b>	<b>6.358</b>	<b>6.335</b>

CUOTA DE MERCADO		
PAISES	1994	1995
FRANCIA	39,20	33,80
ALEMANIA	19,10	16,70
ITALIA	10,40	13,70
ESPAÑA	8,00	7,60
AUSTRALIA	7,40	7,60
OTROS	15,90	20,60
<b>TOTAL</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>



Un factor poco esperanzador en los países tradicionales productores y consumidores de vino de Europa (particularmente Francia, Italia y España) es que el consumo de vino per capita está disminuyendo, y en algunas áreas, la costumbre de beber vino entre los jóvenes ha desaparecido. Una reciente investigación europea señalaba que sólo el 8% de los estudiantes franceses, italianos y españoles eran consumidores de vino. Sin embargo, la cifra de la población estudiantil británica bebedora de vino es del 23%.

**EVOLUCION DE LA CUOTA POR PAISES**

En los últimos cinco años, los tres principales países exportadores en el mercado británico (Francia, Alemania e Italia) han visto disminuir su cuota de mercado en más de 18 puntos. En 1990 estos tres países concentraban el 82,3% de la totalidad del mercado británico. Los datos de 1995 arrojan un resultado de 64,2%. Dichos países han dejado de exportar cerca de 3 millones de cajas.

En los últimos cinco años, el mercado británico ha pasado de 6,6 millones de hectolitros en 1990 a 7,2 millones en 1995. En la participación de esta ampliación apenas han tomado parte los exportadores tradicionales, por lo que la pérdida de mercado de los mismos duplica las cantidades referidas anteriormente. Es decir, teniendo en cuenta las cantidades exportadas en 1990, en un mercado ampliado en 1995 sus exportaciones habrían alcanzado 6 millones de cajas más.

Por lo que respecta a las ventas de vino español, éste ha batido todos los récords y nuestro país se ha afianzado en el mercado británico a pesar de la competencia creciente.

No hay duda de que Australia está comercializando sus vinos blancos con el mismo interés que demuestra para los tintos. Igual política debería ser adoptada cuanto antes por los productores españoles. Tanto

Sudáfrica como Hungría han dado muestras de afianzarse a largo plazo en el mercado británico a través de sus vinos blancos. Bulgaria, por su parte, adelantó a los demás países después de haber superado las dificultades de años anteriores, y gracias a la promoción de vinos a bajo precio en el comercio minorista.

**EXPORTACION DE VINOS "VCPRD" ESPAÑOLES**

Al principio de la década de los noventa, coincidiendo con el período más agudo de la recesión británica, la exportación de vinos "vcprd" españoles era superior al medio millón de hectolitros, con una cuota de mercado del 3,8%. Francia, en ese mismo período, disfrutaba de una cuota de mercado del 43%, Alemania de más del 29%, y la de Italia era superior al 10%.

A finales de 1995 la exportación de vinos "vcprd" españoles al Reino Unido parece haberse estabilizado en torno a los 600.000 hectolitros, lo que representa una cuota de mercado próxima al 8%. Las estimaciones para 1996 apuntan a un mantenimiento del crecimiento del Cava, y a una inversión en la tendencia a la disminución del consumo de jerez en el Reino Unido (podría haber un incremento del 1 ó 2% gracias a la caída de cerca del 10% en el consumo de la antigua denominación British sherry).

Asimismo, es de destacar la participación de un número cada vez más elevado de distintos Consejos Reguladores que ofrecen sus vinos en el mercado británico y que merecen el reconocimiento por parte del consumidor y de la prensa especializada británica. Hasta hace unos años, el vino español "vcprd" se asociaba exclusivamente con Rioja. Hoy en día, gracias a la labor de divulgación, un gran número de "vcprd" españolas son conocidas en el mercado británico.

Lo que es más valioso es que España ha podido incrementar su cuota de mercado a pesar del aumento de los precios motivado por la sequía y por la fortaleza

## El sabor del éxito



Parece que fue ayer y ya estás celebrando las Bodas de Plata. Un éxito compartido que hay que disfrutar. Y qué mejor que hacerlo alrededor de un buen vino. Un vino como Viña Alcorta Reserva que también ha recorrido mucho tiempo para llegar a la madurez. Tiempo y paciencia que le dan un sabor único, como sólo tienen los grandes vinos de Rioja.



Culminar un buen negocio es un éxito que, en estos tiempos, merece un brindis con un buen vino. Como Viña Alcorta Crianza. Un Rioja Varietal Tempranillo de aroma suave y sabor agradable, perfecto para acompañar los mejores éxitos.



Parecía que nunca iba a llegar este día, pero ya eres licenciado. Qué bien suena tu éxito. Y qué mejor que saborearlo con un Viña Alcorta Blanco Fermentado en Barrica. Un vino joven, afrutado y con aromas intensos que, bien fresco, es todo un placer.



Todo el año soñando con las vacaciones y por fin han llegado. Qué buen momento para saborear, sin prisas, un Viña Alcorta Blanco Crianza. Un vino ligero, con sabor a fruta y roble que le dará un sabor muy especial a tu éxito.

**RIOJA**  
**VIÑA ALCORTA**

Testigo de tus éxitos



CUADRO Nº 2

**EXPORTACIONES AL REINO UNIDO  
DE LOS PRINCIPALES V.C.P.R.D. ESPAÑOLES  
HECTOLITROS**

V.C.P.R.D.	1994	1995
JEREZ	232.979	236.891
RIOJA	94.742	89.624
VALENCIA	91.067	54.711
CAVA	31.702	44.418
LA MANCHA	33.037	43.700
MONTILLA-MORILES	47.904	40.843
NAVARRA	20.862	19.187
VALDEPEÑAS	12.366	8.905
CARIÑENA	15.794	8.575
PENEDES	7.944	8.165
UTIEL-REQUENA	4.693	6.109
<b>TOTAL V.C.P.R.D.</b>	<b>604.388</b>	<b>578.761</b>
<b>EMBOTELLADO/GRANEL</b>	<b>90/10%</b>	<b>90/10%</b>

FUENTE: Instituto Nacional de Denominaciones de Origen, (MAPA).

de la peseta. Este incremento de la exportación se ha logrado a través de un aumento de la venta de vinos de alto precio, cuya calidad y carácter han atraído al consumidor británico.

**FORMAS DE EXPORTACION**

La primera característica es que el vino exportado en 1995 en un 90% se hizo en forma embotellada. Solamente un 10% se exportó en graneles, destacando La Mancha como la "vcprd" que exportó el 50% del total de los graneles exportados. El total de los graneles exportados para 1995 fue de 55.154 y La Mancha exportó 27.158, seguida de Montilla-Moriles con 14.460 y Jerez con 10.476. Es de destacar el descenso experimentado en la exportación de graneles de Jerez. En 1990 fue de 75.539 hectolitros. El resto de los graneles exportados se distribuye entre 2 "vcprd" con pequeñas cantidades cada una: Utiel-Requena, con 1.951 hectolitros; y Terra Alta, con 1.100 hectolitros.

En lo referente al mercado de vinos españoles en el Reino Unido, existen ciertos problemas que convendría afrontar:

1.- *La debilidad de los vinos blancos españoles en general, y la falta de penetración de los vinos tintos y blancos españoles en el sector de la restauración.*

Las estadísticas demuestran que la venta de vinos tintos españoles ha aumentado notablemente en estos últimos años, mientras que las ventas de vinos blancos no han seguido el mismo ritmo.

La credibilidad y aceptación de los vinos tintos españoles demuestran que se venden de todos los precios, mientras que entre los vinos blancos sólo tienen éxito aquellos cuyo precio no supera las 3 libras por botella, de hecho, aquellos de un precio inferior a las 2,50 libras. Por lo tanto, satisfacen una demanda en donde la calidad y el estilo, aunque importantes, son secundarios al precio.

La revolución del sector de vinos australianos se ha debido en gran parte a los vinos blancos que alcanzan precios de entre 3 y 8 libras, y ésta es el área que interesa a los vinos españoles. Lo que debemos obtener son mejores resultados con las variedades autóctonas aunque éstas se mezclen en ocasiones con variedades extranjeras.

2.- *El crecimiento lento pero insignificante de los vinos rosados.*

Parece que se debe a la influencia de las variedades "secas" de regiones tales como Provenza y Navarra. Es de encomiar el que los consumidores comiencen a apreciar el placer que dichas variedades pueden proporcionar. Sin embargo, el vino en cuestión debe ser joven, limpio, fresco y afrutado.

Los productores de vino deben prestar especial atención a estos factores, eliminando la oxidación e introduciendo un embotellado periódico para que con ello desaparezcan del mercado las "viejas botellas". Es necesario recordar que la rotación de stocks en el Reino Unido es mucho más lenta, y que desde el embotellado a la venta y, finalmente, al consumo de un vino joven podría transcurrir más de un año.

**DISTRIBUCION DE VINOS EN EL REINO UNIDO**

El modelo seguido en el Reino Unido en la distribución de bebidas alcohólicas tiene una cierta semejanza con el de los países del norte de Europa. La mayor parte de las ventas (cerca del 90%) se hace a través de las llamadas "off licences", es decir, establecimientos no autorizados para la venta de bebidas alcohólicas para ser consumidas dentro del mismo establecimiento. En este grupo se incluyen también los hiper, supermercados y pequeñas tiendas de ultramarinos que tienen su sección dedicada a bebidas alcohólicas.

Las "off licences" propiamente dichas son por lo general cadenas de establecimientos donde únicamente se venden bebidas alcohólicas. Tienen un estricto código de conducta en relación con la venta a menores y el horario de apertura. Las más importantes comercializan marcas blancas y tienen un alto grado de especialización. Editan sus propios catálogos, hacen frecuentes catas de vinos, etcétera. Alguna de ellas está especializada en la venta de cajas en lugar de botellas (Majestic Wine).

Las grandes cadenas de hiper y supermercados también dedican gran atención a la venta de bebidas alcohólicas, y en el caso del vino, la mayoría de ellas

comercializan con gran éxito marcas blancas.

La distribución de la cuota del mercado británico del vino de las "off licence" en 1996 es la siguiente:

<i>Sainsbury (Cadena de Supermercados)</i>	9,8%
<i>Thresher (Cadena vinoteca/off licence)</i>	9,6%
<i>Tesco (Cadena Supermercados)</i>	9,5%
<i>Victoria Wine (Cadena vinoteca/off licence)</i>	8,3%
<i>Argyll (Cadena Supermercados)</i>	7,1%
<i>ASDA (Cadena Supermercados)</i>	5,5%

Entre estos seis (cuatro cadenas de supermercados y dos vinotecas) controlan más del 50% del mercado británico.

Otras importantes cadenas son Safeway y Marks&Spencer por los supermercados, y Oddbins y Augustus Barnett por las vinotecas. Oddbins merece ser destacada por sus frecuentes promociones de vino español en colaboración con el Departamento de Vinos de España de la Oficina Comercial de la Embajada de España. Incluso, recientemente, Oddbins e Iberia Plus han llegado a un acuerdo que permite canjear puntos obtenidos en vuelos de Iberia por vinos españoles.

El volumen total de ventas de vino a través de estas "off licence" fue en 1995 de 6,5 millones de hectolitros, lo que representa unas 870 millones de botellas (cerca de 73 millones de cajas).

El total de las ventas de vino en las "off licence" fue de 2.300 millones de libras esterlinas (cerca de medio billón de pesetas), distribuido de la forma siguiente:

<i>Vinos de menos de 15°</i>	75,0%
<i>Vinos espumosos</i>	4,1%
<i>Champagne</i>	4,2%
<i>Jerez y Montilla</i>	6,0%
<i>Vinos británicos/chipriotas fortificados</i>	4,7%
<i>Oporto</i>	2,0%
<i>Vermouths, etc.</i>	3,9%

La cuota de mercado de los vinos españoles en las "off licence" es del 8,3%. Durante 1995, se comercializaron a través de las mismas 72 millones de botellas de vino español (6 millones de cajas).

Por su parte, bajo el sistema de "on trade" se incluyen todos los restaurantes, hoteles, pubs, clubs, etcétera, autorizados para vender bebidas alcohólicas consumidas en el mismo establecimiento y también sujetos a un estricto control horario, etc. Se calcula que puede haber unos 110.000 locales autorizados, dentro de este apartado, en todo el Reino Unido. Las ventas totales de vino en estos locales ascendió en 1995 a 925.000 hectolitros (123 millones de botellas). La cuota española del mercado corresponde solamente a un 2,5%

### CAVA

La evolución del comercio del Cava en el Reino Unido ha sido espectacular. El nivel de ventas al exterior en el año 1995 según el Instituto del Cava se situó en más de 60 millones de botellas, destacando Alemania con 25 millones y el Reino Unido con 6,5 millones de botellas.



Todo ello significa que España se sitúa como el mayor proveedor de vinos espumosos del Reino Unido con 48.100 hectolitros seguido de Francia con 42.300 hectolitros, Italia con 33.800 hectolitros y Australia con 28.800 hectolitros.

### JEREZ

El consumo de Jerez ha experimentado un retroceso importante a lo largo de los últimos años, pasando de un volumen de exportación de 275.000 hectolitros en 1990, a 236.000 hectolitros en 1995. Sin embargo, también se ha producido un cambio importante en la disminución de los graneles exportados. Si en 1990 estos representaban un 27%, las cantidades de los mismos en 1995 eran sólo de un 4%.

La culminación del contencioso del British sherry que se expone más adelante, ha coincidido con la inversión de la curva decreciente de consumo de Jerez. Se prevé que los resultados globales de 1996 presenten un saldo favorable del consumo de Jerez en el Reino Unido de un 2%.

### BRITISH SHERRY

El Tratado de Adhesión de España a la Unión Europea de 1985 estipulada la prohibición del uso de los términos British sherry y Cyprus sherry desde el 31 de diciembre de 1995. En 1992 se alcanzó en la reunión del Ecofin, celebrada en Luxemburgo el 19 de octubre, una discriminación arancelaria que existía en el Reino Unido a favor de la comercialización del British sherry en ese país. Al mismo tiempo, la denominación British sherry dejaría de ser utilizada a partir del 31 de diciembre de 1995.

De las minutas de dicha reunión también parecía desprenderse, y así se confirmó posteriormente, que los términos Irish sherry y Cyprus sherry también dejarían de ser utilizados en la misma fecha.

La industria británica fabricante de estos productos se fue preparando con suficiente antelación para dejar, en algún caso, de producir estas bebidas y cambiar la denominación en la fabricación del llamado "fortified British wine".

Todos estos hechos han supuesto una mayor transparencia en el mercado británico de estos productos, ya que anteriormente a la resolución antes mencionada el capital británico tenía intereses en la fabricación del Jerez y, al mismo tiempo, en la de los anteriormente denominados British sherries. A lo largo de estos últimos años, el capital británico que tenía intereses en la fabricación de Jerez y del anteriormente denominado British sherry ha ido abandonando esta última concentrándose exclusivamente en la primera, produciéndose así una mayor transparencia en el mercado británico.

Como consecuencia de todo ello, durante 1996 se ha observado una reducción significativa del denominado "fortified British wine" y, lo que es más importante para nuestros intereses, una estabilización con ligera tendencia al alza del consumo de Jerez.

### "BRITISH MADE WINES"

En el mercado británico también compiten otros productos autóctonos como son los "made wine" y los "English wine". El British wine, también conocido como "made wine", es un producto elaborado en el Reino Unido a partir de concentrado de mosto de uva, rehidratado, fermentado, y con frecuencia, fortificado, y al que se le agrega sabor y color, se gasifica o endulza para lograr un parecido con el tipo de vino que imita y con el que intenta competir. Su elaboración es muy rápida y de muy bajo costo. El concentrado de mosto de uva utilizado proviene no solamente de países de la Unión Europea, sino de cualquier otro país que lo pueda suministrar bajo precio y sin estar sujeto a ningún tipo de especificación.



El British wine es varipinto dado que puede adquirir sabor, color, estar diluido o fortificado, ser espumoso o natural, dependiendo de la oportunidad comercial más conveniente del momento. En una palabra, el British wine dista mucho de ser vino.

En general, las marcas utilizadas para la comercialización del British wine son reflejo de sus modelos europeos, y hacen competencia a casi todas las regiones vinícolas de Europa. Podría decirse que si algún país tiene éxito en el mercado británico con una nueva variedad de vino, existe la seguridad de que al poco tiempo surgirá una imitación "British made".

No existe ningún tipo de control legal de la producción de los "made wines". Solamente hay un Código de prácticas voluntario, depositado en el

Ministerio de Industria y Comercio, que obliga únicamente a los integrantes del Comité de Productores de Vinos Británicos de la Wine and Spirit Association. Pero no existe obligación por parte de los productores de pertenecer a dicho Comité, ni nada que impida que si alguno de sus asociados discrepa del Código de prácticas pueda abandonar el Comité. Por consiguiente, los productores, siempre que respeten las leyes básicas de sanidad y seguridad alimentarias, tienen vía libre para la fabricación de "made wine".

Los fabricantes de los "made wine" aducen que los consumidores tienen plena conciencia de que el British wine no es vino, así como que la diferencia de contenido y denominación entre British wine y English wine (vino inglés elaborado con vino de uva) es universalmente conocida. Lo cierto es que los British wine se venden en los mismos establecimientos que el vino verdadero y están considerados por una gran mayoría de consumidores como vino, pero no están regulados por el régimen vinícola de la UE.

A decir verdad, en el Reglamento 822/87 por el que se establece la Organización Común de Mercado del sector vitivinícola, el artículo 70 de dicho Reglamento establece una derogación para la fabricación en el Reino Unido e Irlanda de productos que puedan admitir el empleo de una denominación compuesta que incluya la palabra vino.

El British made wine ha aumentado su participación en el total de las ventas en el Reino Unido, pasando de una cuota de mercado del 8,1% en 1989, al 16,4% en 1995, y se estima que esta cuota puede ser superior en 1996. Todo ello representa claramente una pérdida de beneficios para los productores de vino de uva fresca. Por añadidura, el British made wine es un producto de exportación que, fundamentalmente, tiene como destino Irlanda, Nigeria y otros países.

### ENGLISH WINE

De acuerdo con el Reglamento 822/87, la superficie de viñedo de Inglaterra y Gales está incorporada en la zona vitícola A del Anejo IV del Reglamento. La evolución de la superficie del viñedo de Inglaterra y Gales se ha incrementado en los últimos años, pasando de una superficie de 250 hectáreas en 1979 al millar de hectáreas en 1995. El Reino Unido no ha sido muy escrupuloso en la observancia de la reglamentación comunitaria, y ha venido realizando nuevas plantaciones y arrancando algunas de las existentes sin respetar dicha reglamentación.

Así, por ejemplo, la principal empresa vitivinícola del sur de Inglaterra (condado de Surrey), con una superficie de viñedo de 100 hectáreas, ha sido plantada en los últimos 10 años. El resto de los viñedos son de pequeña superficie y se encuentran ubicados en el condado de Kent, y condados adyacentes, todos ellos del sur de Inglaterra.

Para evitar la aplicación de la normativa comunitaria, la producción oficial vinícola del Reino Unido es inferior a los 25.000 hectolitros. Solamente en el año de 1992 se registró una producción de 26.428 hectolitros, con un rendimiento histórico de 37,70 hectolitros por hectárea (el rendimiento medio suele estar comprendido entre los 20 y 25 hectolitros por hectárea, y muchos años ni siquiera se alcanzan los 20 hectolitros).

### RESUMEN Y CONCLUSIONES

Podríamos concluir subrayando que en el mercado británico se observan, en los últimos años, un cambio en el modelo de consumo con una clara tendencia a expe-



rimentar vinos de países y regiones menos conocidos y más nuevos. Esto se deriva de una mayor familiaridad con el consumo de vinos que ya no sólo se reserva para ocasiones especiales o para acompañar a un plato determinado.

Asimismo se observa un cambio en los canales de distribución, aumentando el poder de los supermercados con una mayor concentración de puntos de venta múltiples y especializados, lo que deja tan sólo dos cadenas de distribución nacionales (1.500 tiendas), y una concentración del poder de venta al por mayor entre unos pocos. Junto con esto, se aprecia una tendencia importante hacia las ventas al por menor a través de almacenes que ofrecen importantes descuentos y que suministran tanto al consumidor

como al comercio. Una importante inversión en la modernización de las tiendas especializadas de venta al por menor, unido a una mayor selección de vinos con el fin de frenar la pérdida continua de una parte importante del mercado a las grandes superficies.

Gran competencia en precio dentro del sector de las grandes superficies en donde la fijación de precios juega un papel importante en la promoción destinada a salvaguardar la lealtad de los clientes.

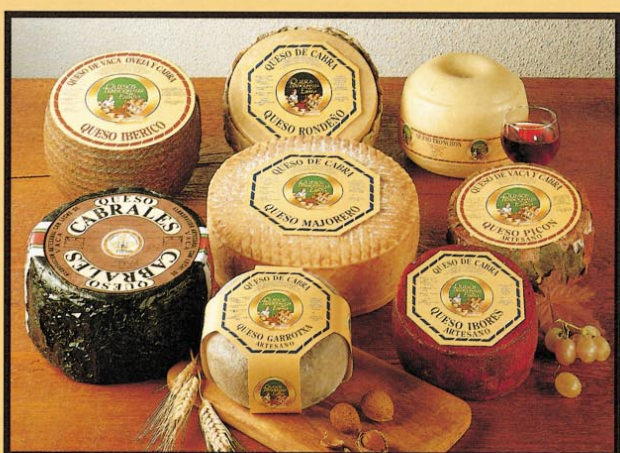
El crecimiento del mercado de vinos españoles está a un nivel récord, con un aumento general del 32% en las vinotecas –“off licence”–, dentro de las cuales las ventas de vino tinto aumentaron en un 56%, mientras que las de vinos blancos sólo crecieron en un 12%.

La distribución de vinos españoles al sector de la restauración continúa siendo totalmente inadecuada, y esto se debe a la resistencia de los restauradores a cambiar de suministro, ya que están acostumbrados tradicionalmente a ofrecer vinos sobre todo franceses. Esta razón ya no es válida dada la reciente aparición en las listas de vinos de muchos restaurantes de vinos australianos y vinos americanos, así como el éxito de las ventas de estos vinos. España no se puede permitir el lujo de perder más tiempo y debe afrontar este problema rápidamente. □

(\*) Luis M. Esteruelas Hernández ha sido Consejero de Agricultura, Pesca y Alimentación en la Embajada de España en Londres entre 1991 y 1996.



**QUESOS DE LECHE DE OVEJA:** MANCHEGO, RONCAL, IDIAZABAL, ZAMORANO, LA SERENA.



**QUESOS DE LECHE DE CABRA:** IBORES, MAJORERO, GARROTXA, RONDEÑO.  
**QUESOS DE PASTA AZUL:** CABRALES, PICÓN, VALDEON.  
**QUESOS DE MEZCLA:** TRONCHON, IBERICO.



**QUESOS DE LECHE DE VACA:** MAHON, TETILLA, NATA CANTABRIA, QUESUCO, AHUMADO DE ALIVA, CEBREIRO, SAN SIMON.

## CONSORCIO DE LOS QUESOS TRADICIONALES DE ESPAÑA



**El Consorcio de los Quesos Tradicionales de España, S.A.**, está poniendo de manifiesto que España reúne condiciones únicas en Europa para disponer de una amplia gama de quesos tradicionales, teniendo en cuenta la materia prima excepcional de que se dispone, los diferentes ecosistemas, paisajes y microclimas de que disfrutamos y las antiquísimas y variadas culturas y tradiciones de que somos herederos.

**El Consorcio de los Quesos Tradicionales de España, S.A.**, sabe que el buen queso no es otra cosa que el resultado armonioso de una elaboración esmerada, que se fundamenta en los ricos legados culturales, que partiendo de una leche sana de ovejas, vacas y cabras de razas autóctonas y aclimatadas perfectamente al territorio, saben transformar adecuadamente los pastos sabrosos y aromáticos locales y regionales de los que se alimentan.

**El Consorcio de los Quesos Tradicionales de España, S.A.**, viene a cubrir un hueco de honor existente en el mercado internacional con su gama de quesos tradicionales españoles de calidad contrastada, con presentación atractiva y ofreciendo un servicio regular a la distribución mundial.

Estamos seguros que los paladares más exquisitos y cultos sabrán valorar la potencialidad de nuestra oferta.



**CONSORCIO DE LOS QUESOS TRADICIONALES DE ESPAÑA, S.A.** C/ Gran Vía, 8 - 2.º  
 28022 MAJADAHONDA - MADRID - ESPAÑA  
 Tfno.: 91 - 634 08 32 - 634 42 80. Fax: 91 - 634 15 64

