

## INFORMACIÓN MUNDIAL DEL CULTIVO DE LA VID



## TENDENCIA ACTUAL

- Durante la segunda mitad del siglo XX, el cultivo fue en aumento.
- En la década de los 80 se sufrió una reducción, debida a la política de arranques de la C. E. E. para regular sus excedentes.
- Desde los últimos años de la década de los 90, se están realizando nuevas plantaciones de viñedo.
- Tendencia a reconvertir variedades de uvas más acordes con las circunstancias del mercado.
- Gran empuje de nuevos países dedicados al cultivo de la viña, como EE.UU, Australia, Chile, Sudáfrica y Nueva Zelanda.

## ANÁLISIS DEL SECTOR

- Incremento del volumen de producción.
- EEUU y Australia marcan el ritmo futuro: STRATEGY 2025.
- Futuro del vino español: Exportación.
- España ya posee plan estratégico propio.
- Fuerte incursión de países latinoamericanos.

## ESCENARIO COMPETITIVO MUNDIAL

- **PAISES PRODUCTORES TRADICIONALES (PPT):**  
Calidad de vinos reconocida, constatada en años de experiencia. Grandes profesionales del sector.  
Estos países son: Francia, Italia, España...
- **NUEVOS PAISES PRODUCTORES (NPP):**  
Se centran en el marketing para vender su producto. Sin acogerse a las normas y técnicas de los productores tradicionales. Plantan variedades de "moda". Syrah, Cabernet, ...  
Estos países son: Australia, Estados Unidos, Argentina, Chile, ...
- Sólo 5 países exportan el 70% del vino mundial, Italia, Francia, España, Alemania y Portugal. % EN DESCENSO. España aumenta las exportaciones. Australia y Sudáfrica incrementan las suyas por 25 y 12, respectivamente.

## RETO ACTUAL

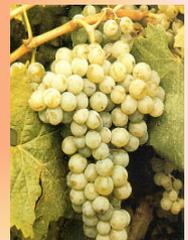
**Mantener el nivel de producción**  
**Vs**  
**Descenso de la demanda interna**  
**Vs**  
**Un mercado con competencia creciente.**



## ESLABONES DE LA CADENA

El sector está formado por 5 grandes grupos:

- Enólogos y profesionales agrícolas.
- Agricultores productores.
- Bodegas o Cooperativas.
- Distribuidores.
- Consumidores.



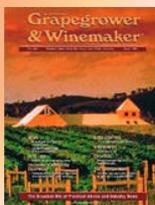
## VIAS DE INFORMACION

TANTO EN UVA DE MESA COMO EN UVA PARA VINIFICACION

La mayoría de las publicaciones actuales van dirigidas específicamente a cada eslabón de la cadena de producción y comercialización.

Tratan principalmente sobre:

- 1º Venta, comercialización y marketing.
- 2º Producción Integrada y manejo.
- 3º Variedades.
- 4º Estudio del suelo.



## VIAS DE INFORMACION II

### ● PARA ENOLOGOS Y PROFESIONALES DE LA AGRICULTURA.

Estudios llevados a cabo por centros pioneros en investigación. Universidad de California y Universidad de Australia. American Journal of enology and viticulture.

Revistas y publicaciones tradicionales procedentes de zonas de prestigio en viticultura. Vignevini (Italia), Winemaker (Francia).

Publicaciones en Internet, OIV (Oficina internacional vid y vino, Francia)

Publicaciones sobre las ventas y el mercado. Winnebitz (Ingles), ACE revista escrita por enólogos.

Publicaciones de los órganos gubernamentales de los distintos países. Que ofrecen una información técnica del manejo del cultivo. Plagas, riegos, tecnificación,... En España, MAPA. En Aragón, DGA.

## VIAS DE INFORMACION III

### ● PARA AGRICULTORES PRODUCTORES

Existen 2 tipos de agricultores los que obtienen la información del ambiente que los rodea y los preocupados e interesados en las nuevas tendencias.

Revistas especializadas en el sector escritas en su idioma. Viticultura y Enología en España.

Información en publicaciones propias de las distintas Denominaciones de Origen.

Publicaciones oficiales del Estado o las Comunidades. Surcos, Informaciones Técnicas, EVE, Centro de Protección Vegetal, Boletín fitosanitario y del Regante.

Publicaciones ofrecidas por la DGA en Aragón.

## VIAS DE INFORMACION IV

### ● PARA BODEGAS:

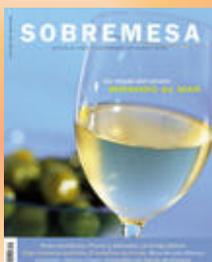
- Casas comerciales de maquinaria vitivinícola. Casals viticola, Deloule, etc.

- Publicaciones y boletines oficiales de la región.

- Revistas de análisis de mercado.

- Nuevas técnicas de procesos de vinificación.

## VIAS DE INFORMACION V



### ● PARA CONSUMIDORES Y DISTRIBUIDORES:

Revistas para consumidores que buscan características determinadas del vino. Publicidad y marketing. Sobremesa, Vinos de España y Wine Day.