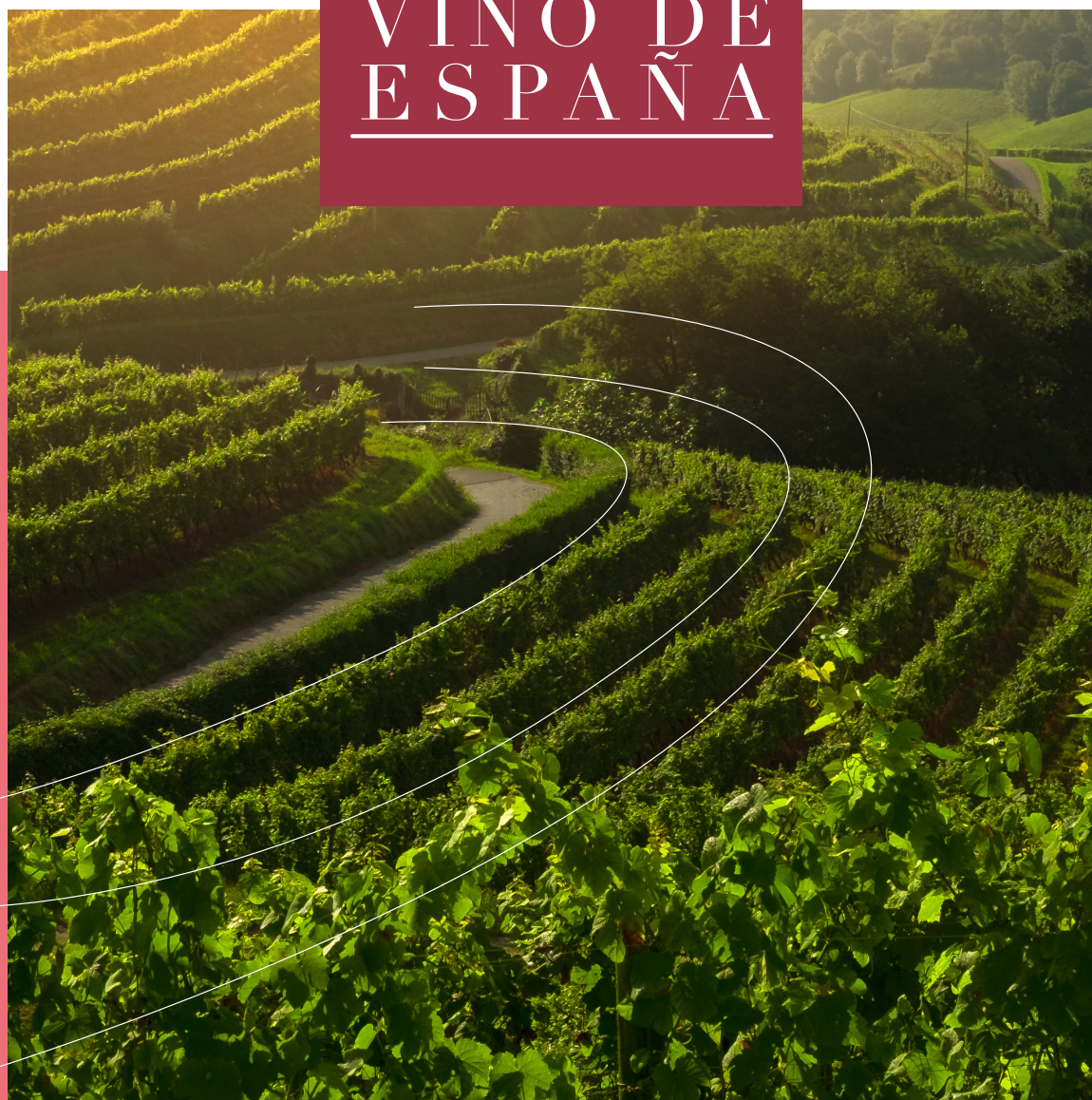


Interprofesional del  
**VINO DE  
ESPAÑA**



**Memoria  
de actividades** **2021**



Interprofesional del  
**VINO DE  
ESPAÑA**

**Memoria  
de actividades** **2021**





## ÍNDICE

<b>1. Carta del presidente</b> .....	3
<b>2. La Organización Interprofesional del Vino de España (OIVE)</b> .....	5
Datos de la Organización .....	27
Estatutos de OIVE .....	27
Composición, Estructura y Funcionamiento .....	28
<b>3. Extensión de Norma</b> .....	37
<b>4. Memoria anual de actividades 2021</b> .....	39
5.1. Promoción e información del sector vitivinícola español y sus productos .....	39
5.2 Inteligencia económica .....	52
5.3 Vertebración sectorial .....	55
5.4 Investigación, desarrollo e innovación sectorial .....	56
5.5 Gestión, comunicación y transparencia .....	58
<b>5. Convenios colaboración</b> .....	62
Anexos: El sector español en 2021 .....	82

# 1. Carta del presidente

Estimado lector, bienvenido un año más a esta Memoria correspondiente a 2021, el año en el que comenzamos a dejar atrás una de las etapas más duras de nuestra historia y en el que nos tocó despertar del letargo que nos había provocado la pandemia, levantarnos y redoblar los esfuerzos para recuperar el terreno perdido. Y eso, en el sector vitivinícola, debo decir sin caer en ninguna complacencia que lo hemos hecho con nota.

Hemos sido capaces de adaptarnos a las situaciones más complicadas, superando, entre otras cuestiones, el brusco descenso en la caída del consumo experimentada en el año anterior, que comenzamos a recuperar a partir del mes de abril con unos incrementos que se fueron consolidando a lo largo del año.

Eso se logra con mucho trabajo, el de cada uno de los profesionales del sector. Junto a ellos, desde la Interprofesional del Vino de España hemos trabajado sin descanso para buscar soluciones a las dificultades de la única forma en la que estamos seguros que debemos hacerlo para acometer los retos de futuro: de la mano, unidos todos los agentes del sector.

También juntos estamos trabajando en una estrategia sectorial, que verá la luz en 2022, con el objetivo de valorizar nuestros vinos atendiendo todas las realidades de nuestro sector. Para ello no hay nada más valioso que la información sectorial, que es vital para ayudar a los operadores en su toma de decisiones.

También nos ocupamos desde la Interprofesional por trasladar a la sociedad la impagable labor de los hombres y mujeres del sector vitivinícola y su esencial aportación a la economía, al empleo, al cuidado del entorno o a la dinamización de las zonas rurales, entre otras muchas.

Y, además de nuestro trabajo, difundimos las bondades de nuestro producto, el vino, y su consumo moderado dentro de las pautas de una alimentación equilibrada y de unos hábitos de vida saludables. Para ello hemos dedicado importantes recursos a campañas de promoción en el mercado nacional, aunque sin olvidarnos de los mercados exteriores.

Son muchas las tareas que llevamos a cabo y que afrontamos siempre desde la ilusión de apoyar a todos los profesionales del sector, que son en definitiva los que hacen posible que cada botella de vino lleve en su etiqueta el nombre y la calidad de los vinos de España, y el trabajo de un sector que genera empleo, fija población y es sostenible social, medioambiental y económicamente. Por todas estas razones, como presidente de esta Interprofesional, no puedo sentirme más orgulloso del sector al que represento y del trabajo que estamos realizando.

En estas páginas solo es posible incluir una pequeña muestra de lo que somos y hacemos, pero sin duda, es suficiente para que ustedes puedan sentirse igualmente orgullosos de todo lo que es y representa el vino.



Ángel Villafranca

Presidente de la Interprofesional del Vino de España



## 2. La Organización Interprofesional del Vino de España (OIVE)

OIVE en 2021 siguió trabajando con el objetivo de cumplir las líneas de actuación marcadas en la Extensión de Norma 2019-2024. La planificación de la organización fue interrumpida por la crisis de la COVID-19 y en 2021, al igual que ocurriera en 2020, la estrategia programada tuvo que ser modificada y adaptada a las nuevas circunstancias tanto en el ámbito de la promoción como incluso de la logística en las reuniones. En el mes de enero de 2021, en Asamblea General Universal, se procedió a una modificación de Estatutos con el objetivo de recoger en los mismos la posibilidad de celebración de reuniones de los órganos de OIVE por medios telemáticos.





### COMPOSICIÓN, ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO



La Organización Interprofesional del Vino de España (OIVE) busca ser el eje vertebrador del sector del vino. Bajo su techo se debaten las necesidades y problemas del vino en España. A efectos prácticos de toma de decisiones, OIVE cuenta con unos órganos de gobierno y comités en los que participan las principales organizaciones representativas del sector a nivel nacional, tanto en la rama de la producción como de la transformación/comercialización.

#### Por parte del sector productor:

- Asociación Agraria Jóvenes Agricultores, ASAJA
- Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos, COAG
- Unión de Pequeños Agricultores y Ganaderos, UPA
- Cooperativas Agro-alimentarias de España

#### Por parte de la comercialización y transformación:

- Federación Española del Vino, FEV
- Cooperativas Agro-alimentarias de España
- Asociación Empresarial de Vinos de España, AEVE

Los **órganos de gobierno y administración de OIVE son:** la Asamblea General y la Junta Directiva. Los miembros de estos órganos y sus suplentes, tanto en la rama de la producción como en la rama de la transformación y el comercio de la categoría de producto, son designados por las Organizaciones miembros de cada una de las ramas, en función de su representatividad. Durante el ejercicio 2018 se procedió a la renovación de la Junta Directiva que según el Artículo 26 de los Estatutos *“El mandato de los miembros de la Junta Directiva tendrá una duración de 4 años, necesariamente coincidentes con los periodos de acreditación de la representatividad, sin perjuicio de que puedan ser reelegidos o, en su caso, separados por la Organización que los designó.”* Tras la fundación de OIVE en 2014 y transcurridos 4 años, se procedió a la renovación de la Junta. En 2022, transcurridos dicho periodo de 4 años, se procederá a iniciar la renovación de nuevo.

Los **miembros de la Junta Directiva** en la actualidad (ratificados en las Asambleas Generales de 12 de enero de 2021 y 14 de abril de 2021) son los siguientes:

#### • ASAJA:

- D. Pedro Barato Triguero
- D. Fernando Villena Cañas
- D. José Ugarrío Sánchez-Brunete (Vocal Suplente)

#### • UPA:

- D. Alejandro García-Gasco Alcalde
- D. Antonio Mayoral Cerrolaza

#### • FEV:

- D. José Luis Benítez Robredo
- D.ª Ruth Chocarro Melgosa
- D. Carlos Nieto
- D. Iñigo Torres Andrés
- D. Juan Vázquez Gancedo

#### • COAG:

- D. Joaquín Vizcaíno Balsalobre
- D. Jaume Bernis Castells

#### • Cooperativas Agro-alimentarias de España:

- D. Ángel Villafranca Lara
- D. Antonio Ubide Bosqued
- D. Joan Josep Raventós Coral
- D. Fernando Ezquerro Cuevas

#### • AEVE:

- D. José García-Carrión Jordán





Los cargos de **Presidente, Vicepresidentes, Secretario y Tesorero** corresponden a:

**Presidente** • D. Ángel Villafranca Lara (Cooperativas Agro-alimentarias de España)

**Secretario** • D. Alejandro García-Gasco Alcalde (UPA)

**Tesorero** • D. Jose Luis Benítez Robredo (Federación Española del Vino)

**Vicepresidente 1º** • D. Pedro M. Barato Triguero (ASAJA)

**Vicepresidente** • D. Joaquín Vizcaíno Balsalobre (COAG)

**Vicepresidente** • D. José García-Carrión (AEVE)

Según establecen los estatutos de OIVE en su artículo 26, el Presidente y el Tesorero pertenecerán a rama profesional distinta que el Vicepresidente 1º y el Secretario.

Como complemento a los Estatutos, OIVE cuenta con un **Reglamento de Régimen Interior** aprobado el 30 de octubre de 2019. En este documento se desarrollan las siguientes cuestiones:

- **Principios rectores**, por los que OIVE rige sus actuaciones. Estos son: legalidad; integridad, buen gobierno y transparencia; lealtad y respeto; objetividad y equidad; y protección de datos personales y confidencialidad.

- **Funcionamiento Ordinario**, por el que se complementa lo establecido en los Estatutos con relación a reuniones de los órganos de gobierno y grupos de trabajo.

- **Régimen Económico**

- **Selección de Personal**

- **Convocatorias**

- **Acceso a la Información**

- **Competencia**

Además de la Junta Directiva y Asamblea General, como órganos de gobierno, en el capítulo dedicado al funcionamiento ordinario se establecen especificaciones (funciones, composición, etc.) de:

- **Comisión delegada**

- **Comisión consultiva**

- **Comisión técnica**

- **Comité de marketing**

- **Comisión de promoción exterior**

- **Comisión de seguimiento de contratos**

- **Comisión de conciliación y arbitraje**

En 2021 se ha constituido un grupo de trabajo de comunicación.

Adicionalmente, cabe destacar que OIVE tiene constituido junto con la Conferencia Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas (CECRV), un comité mixto con representantes de ambas instituciones. Este Comité centra sus actuaciones en el tratamiento de los temas y actuaciones de OIVE que afecten a las Denominaciones de Origen, y de un modo particular a aquellos fines y objetivos del artículo 8 de los Estatutos de OIVE referidos a promoción y adopción de medidas para regular la oferta. Este Comité está incluido en los estatutos. Los acuerdos que por consenso adopte el Comité mixto, entendiéndose éste como la coincidencia entre la postura que formule CECRV y la postura que formule OIVE, se elevan a los órganos de gobierno de OIVE para ratificación en su caso. En enero de 2022 se ha renovado este acuerdo entre OIVE y CECRV.

Por otra parte, en la Comisión Consultiva participan organizaciones del sector vitivinícola que no son miembros de OIVE, pero sí forman parte de la “gran familia” de productos de la vid y del vino, como los mostos, los vinagres, los destilados de vino. Igualmente participan otras entidades del sector que juegan un papel fundamental en el mismo.

Las organizaciones que forman parte de este Comité Consultivo son:

- **Asociación de Destiladores Usuarios de Destilados y Aguardientes de Vino (ADUAVI)**
- **Asociación de Destiladores y Rectificadores de Alcoholes y Aguardientes vínicos (ADEVIN)**
- **Asociación Española de Vinagre (AEVIN)**
- **Asociación Empresarial de Zumos de Uva y Mostos de España**
- **El Observatorio Español del Mercado del Vino (OEMV)**
- **La Plataforma Tecnológica del Vino (PTV)**
- **La Fundación para la Investigación del Vino y la Nutrición (FIVIN)**

### ESTRUCTURA INTERNA:

- |  |                       |
|--|-----------------------|
| • <b>Directora General</b>                     | Susana García Dolla   |
| • <b>Directora de Marketing</b>                | Coro Ramos Durán      |
| • <b>Directora de Comunicación</b>             | María Díez Nepomuceno |
| • <b>Responsable Administrativo Financiero</b> | Arantxa Sanz Lázaro   |
| • <b>Responsable de Promoción Exterior</b>     | Tatiana Mier Shapiro  |





# 3. Extensión de Norma

## FINES Y OBJETIVOS

La Organización Interprofesional del Vino de España (OIVE) se constituyó para la representación y defensa de los intereses del sector del vino, respecto a las finalidades contenidas en el artículo 3 de la Ley 38/1994, reguladora de las organizaciones interprofesionales agroalimentarias que contempla:

- a) Llevar a cabo actuaciones que permitan un mejor conocimiento, una mayor eficiencia y una mayor transparencia de los mercados.
- b) Mejorar la calidad de los productos, y de todos los procesos que intervienen en la cadena agroalimentaria, efectuando el seguimiento desde la fase de producción hasta su llegada al consumidor final.
- c) Promover programas de investigación y desarrollo que impulsen los procesos de innovación de los diferentes sectores.
- d) Promocionar y difundir el conocimiento de las producciones agroalimentarias.
- e) Promover actuaciones que faciliten una información adecuada a los intereses de los consumidores.
- f) Realizar actuaciones que tengan por objeto una mejor defensa del medio ambiente.
- g) Desarrollar acciones que permitan una permanente adaptación de los productos agroalimentarios a las demandas del mercado.

Para ello, en el artículo 8 de la misma Ley se especifica que las interprofesionales cuentan con un mecanismo denominado Extensión de Normas:

“Adoptado un acuerdo en el interior de la organización interprofesional agroalimentaria, se elevará al Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, para su aprobación, en su caso, mediante Orden ministerial, la propuesta de extensión de todas o algunas de sus normas al conjunto total de productores y operadores del sector o producto. Cuando dicha propuesta esté relacionada con las competencias de otros departamentos ministeriales, la aprobación se hará mediante Orden ministerial conjunta”.





#### Orden APA/806/2019

El 1 de agosto de 2019 entró en vigor la segunda extensión de norma de OIVE y estará vigente hasta el 31 de julio de 2024. Está recogida en la Orden APA/806/2019, de 25 de julio, por la que se extiende el Acuerdo de la Organización Interprofesional del Vino de España, al conjunto del sector y se fija la aportación económica obligatoria, para realizar actividades de promoción e información del sector vitivinícola y sus productos, inteligencia económica, vertebración sectorial, investigación, desarrollo, innovación tecnológica y estudios, durante las campañas 2019/2020, 2020/2021, 2021/2022, 2022/2023 y 2023/2024.

Las líneas de actuación que se recogen en la citada Orden para el periodo 2019-2024 son:

##### 1. Promoción e información del sector vitivinícola español y sus productos.

##### 2. Inteligencia económica.

##### 3. Vertebración sectorial.

##### 4. Investigación, Desarrollo e Innovación.

##### 5. Seguimiento de un modelo de Buen Gobierno y transparencia en la puesta en marcha y gestión de la extensión de norma.

Esta extensión de norma, que está prevista para 5 campañas vitivinícolas, se continúa trabajando en algunas líneas de actuación ya contempladas en la primera etapa y se han añadido otras como la promoción en el mercado exterior, la vertebración sectorial, trabajar en la imagen del sector y en el binomio vino y salud, basado en evidencias científicas, y en el marco de la dieta mediterránea. En el apartado de vertebración sectorial se incluyen diversas actuaciones para la mejora del funcionamiento de la cadena de valor del vino y de la calidad de los productos y de la estabilidad del conjunto del sector. Este paso en nuevas actuaciones denota la consolidación de la organización y la madurez de la misma.

Las cuotas establecidas en la citada orden de extensión de norma son:

- **cuota de vinos a granel: 0,052€/HI**
- **cuota de vinos envasados: 0,18€/HI**

Para el cálculo de las cuotas, el sistema se apoya en las declaraciones que efectúan los operadores al Sistema de Información de Mercados del Sector Vitivinícola (INFOVI) establecido por medio del Real Decreto 739/2015 sobre declaraciones obligatorias en el sector vitivinícola, que así lo contempla. El devengo de las cuotas se establece con carácter general en el momento de la salida del vino comercializado de las instalaciones donde esté depositado, siempre que dicho movimiento se realice dentro del periodo de vigencia de la extensión de norma e independientemente del año de producción del vino.

Para la gestión de las cuotas OIVE tiene un acuerdo con la empresa Tragsatec que constituye, de cara a los operadores, el "servicio de gestión de extensión de norma", que atiende a los operadores y gestiona la facturación. Se elaboró un "manual de extensión de norma" dirigido

a los operadores y se le dio amplia difusión, donde se explica con detalle el funcionamiento de la facturación, las novedades con respecto a la etapa anterior, los modelos de declaración complementaria, para aquellos movimientos de vino que se declaran en INFOVI y que, sin embargo, no están sujetos a cuota, etc. Para mayor facilidad a los operadores, se ha previsto, y así se explica en el manual, la domiciliación de pagos y la agrupación trimestral de facturas especialmente interesante para pequeños importes.

Cabe añadir que el artículo 8.1 de la Orden AAA/1241/2016 (primera extensión de norma) estableció que "si transcurrido el período de vigencia de la extensión de norma, existiese un remanente de recursos procedentes de las aportaciones económicas obligatorias, podrán destinarse a financiar las actividades de la interprofesional que se recojan en una nueva extensión de norma con idénticas finalidades o en la prórroga de la presente." Así, los recursos remanentes procedentes de las aportaciones, recaudados en base a esta Orden AAA/1241/2016, se ha previsto destinarlos a financiar las mismas finalidades en el siguiente periodo iniciado el 1 de agosto de 2019. Este ha sido el caso y las cantidades están reflejadas tanto en presupuesto como en contabilidad como "ingresos anticipados".

#### SEGUIMIENTO Y CONTROL DE LAS ACTUACIONES

Para el seguimiento y control de las actuaciones, así como de las aportaciones y su cumplimiento, según se establece en la Orden de Extensión de Norma, el órgano responsable es la Junta Directiva. Ésta se apoya en la Comisión Técnica para las actuaciones y en la Comisión Delegada, creada a tal efecto, de cara a la toma de decisiones.

En cada reunión de la Junta Directiva se da cumplida cuenta de las actuaciones puestas en marcha y la propuesta de nuevas. Igualmente se reporta el estado de la facturación y la recaudación, así como se propone la puesta en marcha de reclamación de impagos.

En este sentido, junto con TRAGSATEC, se emiten quincenalmente informes del estado de recaudación de las obligaciones derivadas de la extensión de norma y se han establecido mecanismos de reclamación a los operadores que se ejecutan periódicamente y casi de forma automática.





# 4. Memoria anual de actividades 2021

## 5.1 PROMOCIÓN E INFORMACIÓN DEL SECTOR VITIVINÍCOLA ESPAÑOL Y SUS PRODUCTOS

A lo largo de 2021 se continuó la actividad de promoción e información del sector vitivinícola y sus productos, pero adaptada a las nuevas circunstancias derivadas de la pandemia. Tras un descenso acusado en 2020, en 2021 se vivió el inicio de la recuperación del consumo en el mercado interior con la apertura paulatina de la hostelería y la reactivación del turismo. El consumo de los españoles se iba acercando a finales de año a las cifras previas al inicio de la crisis de la COVID-19.



### a) Promoción e información del sector vitivinícola español y sus productos

El incremento del consumo de vino en nuestro país es uno de los retos del sector vitivinícola español y, por tanto, de OIVE. Desde 2017, la organización está desarrollando actuaciones, como se indica en la Orden Ministerial mencionada, con el objetivo de hacer más cercano y cotidiano el vino en la sociedad y, por tanto, potenciar la tendencia alcista de los meses anteriores a la pandemia. Por ello, la campaña de la Interprofesional del Vino de España en 2021 fue muy necesaria para esa recuperación.

En enero de 2021, la Junta Directiva de OIVE acordó por unanimidad el nombramiento de Juan Vázquez Gancedo, director general de Bodegas Martín Códax, como nuevo presidente del Comité de Marketing de OIVE. Así, Vázquez sucedía a Emilio Restoy, director general del Grupo Diego Zamora.



**CAMPAÑA EXPERTOS EN DISFRUTAR CON\_VINO**

En el mes de abril de 2021 se lanzó la campaña publicitaria de OIVE bajo el lema “**Expertos en disfrutar Con\_Vino**”. La propuesta buscaba eliminar la creencia de que hay que ser un experto para disfrutar del vino. La primera ola de la campaña se pudo ver hasta final del mes de mayo en televisión, medios digitales y redes sociales. La segunda ola se emitió durante los meses de octubre y noviembre.

Además, para reforzar la propuesta audiovisual y gráfica, OIVE complementó la idea de que no hay que ser experto para disfrutar del vino con la *webserie* #Chateemos, un formato *online* que recogía historias divertidas en torno a un bar de vinos.



**PLAN DE APOYO AL CANAL HORECA Y ACTIVACIÓN CONSUMIDOR**

• **Plan formación**

OIVE continuó con el programa de cursos de formación *online* gratuitos sobre el mundo del vino dirigidos tanto a hosteleros como a consumidores. El plan de formación de OIVE también se impartió de manera presencial en Asociaciones y Escuelas de Hostelería. En el caso de los cursos de iniciación los interesados pudieron aprender desde cero el significado de un maridaje perfecto, conocer la gran variedad de tipos de uvas con las que cuenta nuestro país, así como algunas recomendaciones para ayudar a la hora de comprar un vino. Todos los cursos tuvieron una duración de hora y media y buscaron acercar el mundo del vino al consumidor de una forma práctica, facilitándoles las posibles ocasiones de consumo de vino en la vida diaria. Esta edición, además, contó como novedad con varias *masterclass* de vino en directo donde se permitió aprender de forma muy amena cómo preparar multitud de cócteles con vino.





## 4. Memoria anual de actividades 2021

Memoria de actividades 2021.

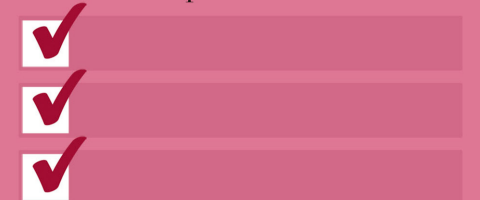
Para aquellos profesionales de la hostelería o consumidores que buscaran un nivel mayor, se ofertó otro plan de formación más técnico en el que se profundizó en temas como las Denominaciones de Origen vitivinícolas en España; los procesos de elaboración de los distintos vinos, así como a crear una carta de vinos desde el inicio. La duración de estos cursos fue más amplia que el nivel de iniciación con una duración estimada de entre 8 y 12 horas, dependiendo de la temática. En estos cursos los alumnos fueron, además, evaluados con un examen final y se les otorgó un diploma acreditativo de OIVE.

### • Plan Activación Consumidor canal hostelería



**Vinopropósito**  
**No dejes para mañana el vino que te puedes pedir hoy.**

**3 locales** para tomarnos un vino...



**Tu y yo...**



**Vinopropósito**  
**Fuera pereza, los amigos son una prioridad.**

**Un vitito** ahora mismo en...



con estos **3 amigos...**



Tras el éxito que la iniciativa “Quiero brindar por mi cumple” tuvo en 2020, OIVE decidió en 2021 activar el concurso ‘Vinopropósitos’. En esta nueva propuesta se entregaron diferentes premios a los ganadores para hacer realidad un propósito muy demandado: poder reunirnos con nuestros seres queridos en bares y restaurantes. Esta original iniciativa buscó reactivar la hostelería y el consumo de vino tras un año especialmente difícil para ambos sectores. Los afortunados recibieron 400 premios de 100 euros para gastar en vino en su local favorito, 200 agendas con ilustraciones de la artista Laura Santolaya (P8Ladas), 20 cenas para 4 personas o una de las cuatro experiencias enoturísticas que se sorteaban. La campaña contó con la colaboración de Martita de Graná como embajadora. La conocida humorista fue la encargada de animar a sus seguidores en redes sociales a participar en esta acción y, por supuesto, a ver la vida con humor y mejor con vino.

### • Plan Activación comida para llevar

Teniendo en cuenta las restricciones de aforo en la hostelería, durante los meses de mayo y junio OIVE activó un plan con plataformas de pedidos de comida para llevar a casa. La propuesta ofreció descuentos y regalos para todos aquellos que hicieran pedidos de comida que incluyeran vino español a través de la plataforma Deliveroo. La acción tuvo muy buena acogida tanto por el consumidor como por los locales participantes.

**¡Ese vino se merece buena compañía y una colección de posavasos molones!**

BY P8LADAS

#Chateemos



**Amantes del vino, disfrutar brindando con tus platos preferidos, ¡tiene premio!**

Llévate **3€** de descuento en tu próximo pedido con Deliveroo añadiendo una botella de vino a tu pedido.

#Chateemos



### • Concursos agencias

Siguiendo su calendario marcado, OIVE abrió en 2021 cuatro concursos. Por un lado, en competencia competitiva se lanzaron las bases para la selección de Agencia de Medios, agencia BTL (Below The Line) y agencia de creatividad y, por otro, mediante invitación se activó el concurso de agencia de comunicación. El comienzo de la actividad de las agencias se iniciaría en 2022 y tendría una vigencia de dos años, hasta finales de 2024, pudiéndose prorrogar por periodos anuales.

### • Concurso logotipo

La Organización Interprofesional del Vino (OIVE) abrió en el mes de diciembre un concurso para seleccionar una propuesta de diseño de un nuevo logotipo, que fuera tanto representativo de la organización como de la categoría del “Vino de España”. El logotipo elegido, que según anunciaría en 2022, será premiado con la cantidad de seis mil euros brutos (6.000€).

### CATAS POPULARES DE DIFUSIÓN DE LA CULTURA DEL VINO EN CASTILLA-LA MANCHA

Desde 2019, la Organización Interprofesional del Vino de España y la Fundación Castilla-La Mancha Tierra de Viñedos, mantienen un convenio de colaboración en el que contemplan actuaciones de divulgación, información, promoción e imagen de los vinos de España. Debido a las excepcionales



circunstancias provocadas por la pandemia de la COVID-19, y por las consecuentes limitaciones sanitarias, las actuaciones programadas, así como su plazo de ejecución se modificaron, quedando todo ello recogido en dos Adendas al convenio firmadas en junio de 2020 y en junio de 2021, respectivamente. El período de vigencia del convenio finalizó, por tanto, el 31 de diciembre de 2021.

### • Catas populares

En el año 2021 se realizaron 18 catas, comenzando el día 9 de junio en Albacete y concluyendo el 25 de septiembre en Molina de Aragón (Guadalajara) alcanzando un total de asistencia acumulado de más de 700 personas.

N.º	Población	Fecha
1	Albacete	09/06/2021
2	Hellín	10/06/2021
3	La Roda	18/06/2021
4	Toledo	30/06/2021
5	Talavera	01/07/2021
6	Illescas	08/07/2021
7	Quintanar de la Orden	09/07/2021
8	Torrijos	14/07/2021
9	Cuenca	21/07/2021
10	Casas de F.A.	22/07/2021
11	Uclés	29/07/2021
12	Ciudad Real	02/09/2021
13	Valdepeñas	04/09/2021
14	V. Infantes	05/09/2021
15	Pedro Muñoz	09/09/2021
16	La Solana	16/09/2021
17	Guadalajara	24/09/2021
18	Molina de Aragón	25/09/2021

En las catas se contó con vinos genéricos cedidos por diferentes Denominaciones de Origen lo que supuso un acercamiento a la gran oferta vitivinícola de nuestro país. Esta acción contó con la colaboración de la Conferencia Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas (CECRV). Las Denominaciones de Origen participantes en las catas de 2021 fueron Almansa, La Mancha, Jumilla, Manchuela, Méntrida, Ribera del Júcar, Valdepeñas, Uclés, Ribera Sacra, Yecla, Ribera del Duero, Rueda, Chacolí de Bizkaia – Bizkaiko Txakolina y Monterrei.



### b) Promoción e información en mercados exteriores para mejorar la imagen, el conocimiento de los vinos de España en el exterior y su posicionamiento: definición estratégica, selección de mercados prioritarios y ejecución de acciones efectivas

Durante el año 2021 la Organización Interprofesional del Vino continuó con la labor iniciada en relación a la promoción del vino español en los mercados internacionales, en virtud del apartado b) del artículo 3 de la Extensión de Norma que establece entre las líneas de actuación de OIVE la “Promoción e información en mercados exteriores para mejorar la imagen, el conocimiento de los vinos de España en el exterior y su posicionamiento: definición estratégica, selección de mercados prioritarios y ejecución de acciones efectivas”.



## 4. Memoria anual de actividades 2021

Memoria de actividades 2021.

### • Programa promoción en China

Por un lado, con cargo a fondos de promoción de vino en países terceros (fondos OCM) se activó un programa de promoción de los vinos españoles en el mercado chino. El programa consistió en la realización de una campaña de publicidad digital genérica dirigida a dos tipos de público objetivo: profesionales del sector del vino y consumidores. Las acciones consistieron en la publicación de artículos divulgativos sobre los vinos españoles en la versión digital de los principales medios especializados del país y contó también con el apoyo de conocidos líderes de opinión en China, quienes publicaron contenidos en sus perfiles en redes sociales. Además, como parte de la campaña dirigida al consumidor, se realizó publicidad digital en webs de medios de comunicación relevantes y en Weibo, una de las principales redes sociales del país. La campaña comenzó en el mes de noviembre y se prolongó hasta finales del mes de enero de 2022, coincidiendo con el inicio del Año Nuevo chino. El objetivo de la campaña genérica es transmitir el mensaje de la gran calidad y la diversidad de la oferta de los vinos de España. La imagen de la campaña se hizo con el logotipo de *Wines from Spain* de ICEX para sumar esfuerzos con otras acciones puestas en marcha por esta institución y otros organismos del vino español.



### • Programa formación OIVE/ICEX

Por otro lado, gracias al acuerdo que OIVE firmó con ICEX España Exportación e Inversiones se puso en marcha una colaboración entre las dos entidades para la realización de cuatro ediciones de *Unveiling Spanish Wine*, un programa formativo sobre los vinos de España destinado a profesionales internacionales, vinculados de manera preferente con el canal horeca. A través de la red de Oficinas Económicas y Comerciales de España (Ofecomes) en el exterior, se seleccionaron profesionales considerados estratégicos para el posicionamiento internacional del vino español en los siguientes mercados: Alemania, Canadá, China, Estados Unidos, Japón, Polonia, Rusia y Suiza. El acuerdo contempló cuatro cursos de formación *online*, que se impartieron íntegramente en inglés, y en los que se proporcionó una panorámica general de las principales regiones vitivinícolas de España, un recorrido por las principales variedades de uva y una muestra de los diferentes tipos de vinos con los que contamos.



En 2021 se concede a OIVE una subvención derivada del programa de ayudas europeo para la promoción de productos agroalimentarios en el mercado interior. Es un proyecto múltiple que se desarrolla junto con la organización interprofesional del vino portuguesa (Viniportugal) para la promoción de vinos españoles y portugueses en el mercado interior. Las actuaciones dirigidas a los turistas que visitan España y Portugal y a líderes de opinión de los principales mercados europeos, se van a extender durante los años 2022, 2023 y 2024 y la UE cofinancia hasta el 80% de las mismas.

Con relación al programa de promoción europeo NGO (*Native Grape Odissey*) iniciado en 2019 al amparo de las ayudas europeas para la promoción de productos agroalimentarios en países terceros junto a su socio en este proyecto *Unione Italiana Vini* (UIV) en los mercados de Canadá, Japón y Rusia, ha permanecido suspendido ante la imposibilidad de realizar las actividades promocionales previstas en los mercados de destino, afectados en su mayoría, al igual que España e Italia, por fuertes restricciones a los viajes, la movilidad y la organización de eventos por la COVID-19.

### c) Plan de comunicación e imagen sobre el sector vitivinícola español. Puesta en valor del vino y del sector vitivinícola: aspectos económicos, sociales y culturales; contribución a la preservación del medio ambiente; fijación de la población rural y dinamización de la economía rural; beneficios del consumo moderado de vino en el contexto de una dieta equilibrada

La contribución del sector vitivinícola a la economía española, en términos de PIB y de empleo es relevante, como también lo es su aportación desde la perspectiva del desempeño del sector exterior, la dimensión social y la gestión de los retos en materia de sostenibilidad medioambiental. Sin embargo, esta importancia socioeconómica no siempre es conocida, al menos de forma suficiente. De ahí que en 2020 la OIVE pusiera en datos esa importancia a nivel nacional a través del estudio elaborado por Analistas Financieros Internacional (AFI). En 2021 continuó esa apuesta



a través de la realización de estudios, en este caso, regionales en diferentes comunidades autónomas. Así, durante 2021 se finalizaron los estudios regionales de Castilla-La Mancha, Comunidad Valencia, Extremadura, Cataluña y Castilla y León. A finales de año se presentó el primero de ellos en Castilla-La Mancha y está previsto que en 2022 se presenten públicamente el resto de ellos.

Este año, además, se decidió crear un Grupo de Comunicación de OIVE compuesto por los responsables de comunicación de las distintas organizaciones que componen la Interprofesional. Con esta iniciativa se busca sumar esfuerzos para conseguir llegar a los objetivos propuestos en el plan de comunicación definido por la Interprofesional centrado principalmente en poner en valor el sector vitivinícola en todos sus ámbitos y trabajar con rigor en los aspectos en torno a vino y salud. La primera reunión se produjo en el mes de julio y se invitó a la Fundación para la Investigación del Vino y la Nutrición (FIVIN) para que explicara de primera mano a los responsables de comunicación las acciones dentro del convenio con OIVE y los retos a los que debe enfrentarse el sector en esta materia.

### • Presentación estudio importancia sector en Castilla-La Mancha

La Organización Interprofesional del Vino de España y la Fundación Tierra de Viñedos presentaron en el mes de octubre de 2021 en Tomelloso el informe que cifraba el papel destacado del sector vitivinícola castellanomanchego en diferentes ámbitos. Emilio Ontiveros, presidente de AFI, fue el encargado de presentar el informe en presencia del consejero de Agricultura, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Castilla-La Mancha, Francisco Martínez Arroyo, el presidente y la directora general de la Organización Interprofesional del Vino de España, Ángel Villafranca y Susana García respectivamente; la directora de la Fundación Tierra de Viñedos, Diana Granados; el director territorial de CaixaBank en Castilla-La Mancha, Jaime Campos Muñoz; y la alcaldesa de Tomelloso, Inmaculada Jiménez. El acto, fue conducido por Jorge Jaramillo, periodista especializado en información agroalimentaria en CMM Televisión.



En el estudio se arrojan datos tan relevantes como que el sector vitivinícola de la región aporta más de un 4,6% al PIB de Castilla-La Mancha, generando un Valor Añadido Bruto total superior a los 1.740 millones de euros anuales, y presenta un saldo positivo en su balanza comercial, que se sitúa, en media, por encima de los 770 millones de euros anuales en el último lustro.

Tras la jornada en Tomelloso, se organizaron jornadas regionales para llevar el estudio por las diferentes provincias. Así durante los meses de noviembre y diciembre de 2021 se presentó el estudio en Iniesta (Cuenca), Madridejos (Toledo) y Albacete, donde además se organizaron catas guiadas de las diferentes Denominaciones de Origen de las regiones.

### • Iniesta (Cuenca), 17 de noviembre

### • Madridejos (Toledo), 1 de diciembre

### • Albacete, 14 de diciembre



### d) Responsabilidad social sectorial. Fomento y difusión en el sector y a lo largo de la cadena de valor de prácticas de comunicación responsable en base al Código de Comunicación Comercial del Vino y al convenio con Autocontrol de la Publicidad

En 2021 OIVE reeditó el Código de Comunicación Comercial del Vino con una imagen más actualizada y visual y fue acompañado por una campaña de publicidad en medios sectoriales para promover la adhesión de los agentes del sector. El Código de Comunicación Comercial del Vino constituye un paso más en la responsabilidad social del vino en su defensa del consumo de vino solo con moderación.



Se ha diseñado una estrategia de comunicación para conseguir una mejor imagen del vino en la sociedad española y se ha trabajado especialmente en el apartado de beneficios del consumo moderado de vino de mano de la Fundación para la Investigación del Vino y la Nutrición (FIVIN). Sobre vino y salud la actividad se materializa en la emisión de notas de prensa sobre estudios científicos que avalan las propiedades saludables del consumo moderado de vino y recomendaciones de dieta saludable, y la monitorización de todas las noticias y estudios que se publican sobre el tema.

Durante el año 2021 se elaboró un protocolo de comunicación responsable sobre vino y salud. El objetivo principal que reúne a FIVIN y OIVE es trabajar para lograr una correcta comunicación en materia de vino y salud, especialmente entre los operadores del sector, siempre desde la veracidad y rigor científico. Y, al mismo tiempo, promocionar los valores del vino en nuestra alimentación, sociedad y cultura.



En el marco de ese acuerdo, destacó el relanzamiento del portal [lacienciadelvino.com](http://lacienciadelvino.com), un lugar de referencia con cientos de estudios internacionales que demuestra el importante papel del vino dentro de la saludable dieta mediterránea. Dicha plataforma se presentó en varias sesiones formativas *online* sobre la gestión de la comunicación en materia de vino y salud para el sector.

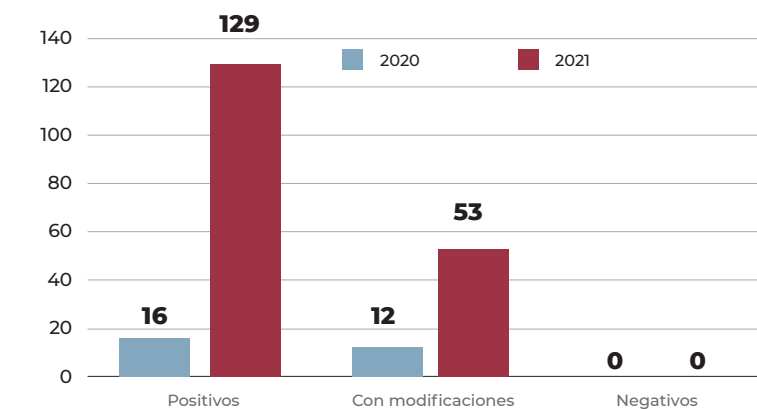
Además, OIVE estuvo presente en la 34ª edición de los Cursos de Verano de El Escorial. Dentro de las actividades paralelas, la Interprofesional del Vino de España participó en la propuesta *Vinos y Vidas* promovida por el Departamento de Nutrición y Ciencia de los Alimentos de la Universidad Complutense, que pone el acento en el papel del vino dentro de la dieta mediterránea y sus beneficios para la salud siempre que su consumo sea con moderación.

Volviendo al Código de Comunicación Comercial, para el aseguramiento de su cumplimiento, se mantiene un acuerdo con un organismo externo y de reputado prestigio como es la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL) que en 2021 ha recibido 16 reclamaciones por publicidad del vino, con relación a la ausencia de los preceptivos mensajes y logotipo de consumo responsable que fueron resueltas por aceptación de reclamación y el compromiso de cese o rectificación. En ningún caso se ha recibido queja por el contenido de las publicidades como no conformes con las reglas que se ha autootorgado el sector.

En cuanto a las solicitudes de *Copy Advice* (o control previo de publicidad antes de su emisión), en 2021 se solicitaron 182 (frente a 28 en 2020). El *Copy Advice* es una herramienta de uso generalizado en la industria publicitaria española, muy útil para asegurar el cumplimiento normativo y evitar incurrir en posibles incumplimientos también de la autorregulación. En el Código de Comunicación del Vino el *Copy Advice* es obligatorio en el caso de emisión de anuncios en TV.

	2020	2021
<b>Positivos</b> > No se aprecian inconvenientes al contenido del anuncio	16 57,14 %	129 70,88 %
<b>Con modificaciones</b> > Se ha recomendado introducir cambios en el anuncio	12 42,86 %	53 29,12 %
<b>Negativos</b> > Se ha desaconsejado la difusión del anuncio	0 0 %	0 0 %

Igualmente, desde OIVE se ha trabajado en la difusión de las obligaciones del Código de Comunicación Comercial del Vino mediante la elaboración de infografías que se han insertado en medios sectoriales, y se han llevado a cabo acciones de promoción para la captación de nuevas empresas adheridas.





### 5.2 INTELIGENCIA ECONÓMICA

Bajo este epígrafe se engloban las líneas de actuación destinadas a la mejora de la cadena de valor. Desde OIVE se considera que contar con la mejor información sectorial es clave para la toma de decisiones de los operadores, por lo que a lo largo de 2021 se compartieron con el sector diferentes estudios e informes al respecto.

**a) Mejora de la información sectorial a disposición de los operadores: información coyuntural sobre el mercado vitivinícola español, el consumo y el consumidor de vino, exportaciones y comportamiento de mercados exteriores. Análisis de tendencias futuras de producciones y mercados, previsión de escenarios a futuro**

#### • Acuerdo con el OEMV para la mejora de la información sectorial

Dentro de esta línea de actuación, cabe destacar el convenio de OIVE con el Observatorio Español del Mercado del Vino (OEMV) en el marco de la extensión de norma vigente. Un buen conocimiento de la evolución de los mercados es más importante que nunca para toda la cadena de valor del sector vitivinícola a la hora de su toma de decisiones. En este contexto, la Organización Interprofesional del Vino de España la Organización Interprofesional del Vino de España y el OeMV reforzaron en el año 2021 su objetivo de mejora de la información sectorial con nuevos estudios sobre la evolución del mercado de vino, sobre todo en un periodo de gran incertidumbre comercial y, a la vez, de esperanza ante la recuperación económica.



Gracias a este acuerdo de colaboración, vigente desde el año pasado, las organizaciones ofrecen información cualitativa y cuantitativa sobre la evolución del sector, con el objetivo de brindar datos sectoriales fiables a los operadores y convertirse en los principales referentes en información sectorial. En este sentido, la OIVE y el OeMV publican periódicamente un amplio número de informes sobre el mercado nacional e internacional, acompañados de infografías explicativas que recogen de forma más visual los datos que se ofrecen. El convenio contempla, por un lado, la mejora y difusión de información nacional, incluyendo informes sobre producción, existencias y consumo nacional que ya se vienen elaborando y, por otro lado, la mejora y difusión de información sobre comercio exterior del vino en España, el comercio mundial de vino con información sobre nuestros principales competidores y la evolución de los principales países consumidores e importadores. Así, en 2021 se pusieron a disposición del sector vitivinícola español a través del portal del OeMV:

- 12 informes anuales (uno al mes) que recogen un detallado análisis sobre la evolución de las exportaciones españolas de vino.
- 24 infografías -más alguna especial- que recogen de una forma muy visual el comportamiento de las exportaciones españolas de (1) vinos envasados y (2) vinos a granel y mostos.
- 1 informe anual sobre las exportaciones vitivinícolas por comunidades autónomas y provincias.
- 4 informes con un análisis comparativo de las exportaciones de vino desde los 11 principales proveedores mundiales.
- 4 informes con un análisis comparativo de las importaciones de vino en los 13 principales mercados mundiales, con especial atención a la evolución de los distintos tipos de vino español en cada uno de ellos.
- 40 informes (1º semestre y cierre de año) que analizan de forma individual la evolución de las importaciones de vino en cada uno de los 20 primeros mercados mundiales.
- 20 informes (1º semestre y cierre de año) que analizan de forma individual la evolución de las exportaciones de vino desde cada uno de los 10 primeros vendedores mundiales.

A toda esta información, disponible de forma gratuita para los operadores del sector gracias al acuerdo entre la Interprofesional del Vino de España y el OeMV, añaden dos nuevos estudios sobre el mercado nacional. Por un lado, han lanzado un nuevo informe trimestral con el análisis de la evolución del consumo de vino en España.

Asimismo, dentro del marco de colaboración se ha desarrollado una encuesta entre las bodegas españolas con el fin de cuantificar los distintos canales de comercialización del vino en España, atendiendo al tipo de bodega y vino, mostrando con detalle cómo ha afectado la pandemia de la COVID-19 y el confinamiento a las ventas en el sector.



El estudio, realizado por la empresa *Wine Intelligence* y el OeMv, a petición de OIVE recoge, además, las principales preocupaciones de las bodegas en el corto y medio plazo.

Adicionalmente se ha continuado con la emisión de los boletines mensuales de evolución económica del sector, iniciado en 2017 y que se ha mantenido en el nuevo acuerdo. Los informes están disponibles en la página web de OIVE.



Así, cada mes se emitió un boletín a los operadores elaborado en colaboración con el Observatorio Español del Vino a partir de los datos que mensualmente declaran todos los operadores al sistema INFOVI y, a la vez, está enriquecido con otras fuentes, como los datos de Aduanas para el caso del apartado de comercio exterior. Este año, como novedad, a los informes mensuales se acompañan infografías con la finalidad de hacer más rápida la visualización de los datos. Esta iniciativa ha supuesto una mejora cuantitativa y cualitativa en la información a disposición de los operadores vitivinícolas españoles.

Adicionalmente con el OeMv se colabora para la elaboración de informes para los órganos de decisión de OIVE en asuntos como el análisis del potencial de producción de España de cara a la recomendación de nuevas plantaciones de viñedo que OIVE está facultada para emitir ante el MAPA, análisis de enlace de campaña, artículos y datos para atención a los medios de comunicación, etc.

La repercusión de todos estos informes de mercado incluidos en el marco del acuerdo de colaboración OIVE-OeMv han tenido un mayor interés en este segundo año, con un alcance de más de 140.000 personas en los nueve primeros meses de 2021, muy superior al logrado el año pasado, al que se suman un número de descargas de más de 7.000, a punto de sobrepasar las realizadas durante todo el año 2020.

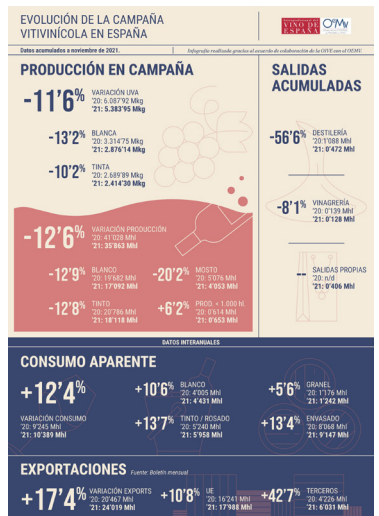
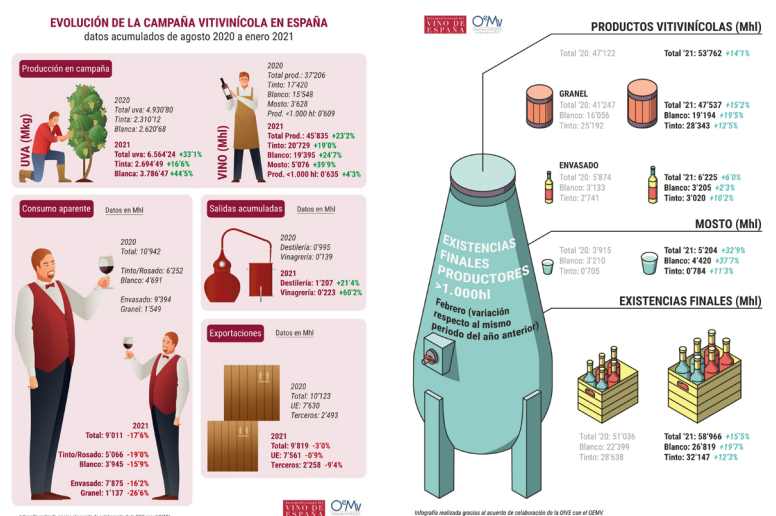
Estos datos muestran que los operadores prestan cada vez más atención al funcionamiento y a la evolución de los mercados, en una etapa de grandes cambios en el comercio mundial del vino. Una información de alta calidad, con un seguimiento de los mercados del vino único entre los grandes productores mundiales, permite que los operadores españoles puedan afrontar las ventas y oportunidades en condiciones cada vez más favorables y ayuda a orientar mejor las estrategias comerciales de viticultores y empresas.

• Otros Estudios

Otra actividad dentro de la línea de actuación de mejora de la información sectorial fue la puesta en marcha en 2021 de la segunda fase del estudio de costes de producción de uva para vinificación, ampliación del realizado en 2019 y presentado en 2020. La segunda fase amplía la muestra de viticultores para tener información más precisa sobre la materia, siempre de forma agregada. El objetivo, además de poner a disposición de los operadores una metodología y una herramienta para su cálculo individual de costes que sirve para distintos sistemas de cultivo y manejo de la vid, le sirve de referencia al viticultor para comprobar si su gestión de la explotación vitícola está en línea con las medias de su zona/tipo de cultivo. Se prevé su finalización en la primavera de 2022 y será objeto de presentación y difusión.

5.3 VERTEBRACIÓN SECTORIAL

Dentro de esta línea de actuación destaca en 2021 la actividad de fomento de la estabilidad en las relaciones comerciales mediante la promoción de los contratos tipo homologado plurianuales.





**CONTRATOS TIPO HOMOLOGADOS DE COMPRA/VENTA DE UVA Y VINO.**  
Campañas 2021-22/2022-23 /2023-24

Intergrafía elaborada por La Semana Vitivinícola

OFICIALES VOLUNTARIOS PARA TODOS LOS OPERADORES SIN COSTE CONFIDENCIALES

CUMPLE CON LA NORMATIVA VIGENTE

AJUSTABLE A LOS PARÁMETROS QUE ESTIPULEN LAS PARTES PARA LA FIJACIÓN DE PRECIOS

EN CASO DE CONTROVERSIAS, LA COMISIÓN DE SEGUIMIENTO DE CONTRATOS AYUDARÁ A LAS PARTES A ENCONTRAR UNA SOLUCIÓN

TANTO PARA TRANSACCIONES PUNTUALES COMO ABASTECIMIENTO CONTINUO

PARA TODO TIPO DE VINO O UVA CON O SIN DOP/IGP

**¿CÓMO LOS CONSIGO?**  
[www.interprofesionaldelvino.es/contratos](http://www.interprofesionaldelvino.es/contratos)

- 1 / Descargar, rellenar y firmar.
- 2 / Para finalizar registro, remitir copia de contrato a [contratosolve@tragsa.es](mailto:contratosolve@tragsa.es) en un plazo de 15 días

**¡ IMPORTANTE: registro obligatorio del contrato para beneficiarse de sus ventajas**

### a) Fomento de la Estabilidad de la Cadena de Valor del Vino (Contratos tipo homologados)

A petición de OIVE, el Ministerio de Agricultura homologó en 2021 para tres campañas vitivinícolas, por un lado, el contrato tipo homologado de compraventa de uva con destino a su transformación en vino y, por otro, el contrato tipo homologado de vino.

Dichos contratos son de carácter voluntario y su objetivo es mejorar el funcionamiento de las transacciones en el sector vitivinícola. Ambos modelos recogen todas las tipologías y orígenes (con o sin DOP/IGP) tanto en el caso del contrato de uva como de vino. Como novedad, se aprobaron con carácter plurianual, ofreciendo así la posibilidad de ampliar su vigencia para las campañas vitivinícolas 2021-22/ 2022-23/2023-24 y traer mayor estabilidad a los operadores y al conjunto del sector. Los contratos permiten también estipular libremente a las partes los criterios de calidad exigidos al producto que conformarán el precio y recogen todos los aspectos exigibles en la legislación vigente en materia de contratación agroalimentaria.

### b) Estrategia Sectorial

Por otra parte, en 2021 se dieron los pasos para el desarrollo de una estrategia sectorial global para valorizar nuestros vinos tanto dentro como fuera de nuestras fronteras que verá la luz en

2022. Durante ese año, OIVE estuvo trabajando, con el asesoramiento de la empresa de servicios profesionales KPMG, seleccionada por concurso abierto, en el desarrollo de una formulación estratégica que busca alcanzar cuatro objetivos principales: identificar las claves y palancas para impulsar el sector en su conjunto; mejorar su percepción y posicionamiento internacional, a la vez que se impulsa el consumo interno; optimizar la competitividad de todos sus subsectores en el medio y largo plazo; defender y valorizar el vino español y sus productos asociados y preservar el equilibrio y la sostenibilidad del sistema.

### 5.4 INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN SECTORIAL

En 2021, OIVE mantuvo su compromiso con la innovación renovando su acuerdo con la Plataforma Tecnológica del Vino cuyo objetivo es el fomento de proyectos de investigación y transferencia de conocimiento. Durante el año se aprobaron 12 proyectos de I+D+i que contribuyen de manera directa a la sostenibilidad del sector y a paliar los efectos del cambio climático. Un total de 12 iniciativas innovadoras que representan un presupuesto movilizado de 23,9 millones de euros y una financiación pública concedida de 19,1 millones de euros.

Otro pilar fundamental del plan conjunto de acciones de la OIVE y la PTV es la transferencia de conocimiento a través de la puesta en marcha de un plan de formación dirigido a todos los agentes que operan en la industria vitivinícola. De esta manera, y adaptándose a las circunstancias sanitarias que siguieron imperando durante 2021, ambas organizaciones impartieron un total de 6 webinarios que tuvieron una gran aceptación, llegando casi a los 700 asistentes y abordando diversas temáticas como técnicas de producción de vinos de baja graduación alcohólica, injerto y poda de la vid, optimización de riego, innovación y cambio climático, etc.

#### • Mayo 2021

- Aplicación fitosanitarios en el viñedo

#### • Septiembre 2021

- COVID-19: cambios en el consumidor de vino y cómo afrontarlos
- Hacer frente al cambio climático desde la innovación. Casos de éxito en viñedo y bodega

#### • Octubre 2021

- Técnicas innovadoras para producción de vinos de baja graduación alcohólica

#### • Noviembre 2021:

- Injerto y poda de la vid, ¿Cien años de soledad?
- Cuaderno digital de campo. Herramientas innovadoras para la gestión vitivinícola

**WEBINAR**

28 DE SEPTIEMBRE DE 2021 | 11.00-12.30H.

9 de julio 11:00 - 12:30 Sesión Online

**Hacer frente al cambio climático desde la Innovación. Casos de éxito en viñedo y bodega**

Robert Savé, Investigador emérito del IRTA y Coordinador de Sostenibilidad y C. Climático de la PTV.

Casos de éxito :

globalviti VISCA fresh WINES

LIFE EFENERVI

**#SomosInnovación**

PTV PLATAFORMA TECNOLÓGICA DEL VINO VINO DE ESPAÑA AgriBank

PTV PLATAFORMA TECNOLÓGICA DEL VINO VINO DE ESPAÑA AgriBank #SomosInnovación

**Técnicas de innovación y optimización del riego de la vid**

Xavier Rius, Corporate Technical & Sales Support Manager de Agromillora.  
José Escalona, Profesor de la Universidad de las Islas Baleares e investigador del INAGEA.

- ¿Cómo entender los requerimientos hídricos del viñedo?
- Claves para un uso más racional del riego.
- ¿Cómo ajustar los aportes hídricos a objetivos vitícolas?
- Metodologías para optimizar el riego.
- Futuro de la viticultura en regadío, ¿es viable?



Otro hito de especial relevancia en 2021 fue el lanzamiento de la Agenda Estratégica de Innovación del Vino 2021-2024, que recoge los principales retos y objetivos de la industria vitivinícola en lo que a I+D+i se refiere. Un documento de referencia que ha sido impulsado gracias al acuerdo de colaboración entre la OIVE y la PTV, además de presentado ante las principales administraciones públicas nacionales como referente de la I+D+i vitivinícola.



#### 5.5 GESTIÓN, COMUNICACIÓN Y TRANSPARENCIA

En 2021, el Sistema de Gestión de Extensión de Norma continuó atendiendo a los operadores. En este servicio, puesto en marcha a finales de 2016, se resuelven todas las dudas de los operadores, en especial de aquellos que disponen de varias instalaciones y efectúan movimientos internos, no sujetos al pago de cuotas.

Para contactar con este servicio, puede hacerse por teléfono, mail y a través del “Manual de extensión de norma”, disponible en la web de OIVE, se detalla todo el proceso para también contribuir a la difusión y resolución de dudas sobre el funcionamiento de la extensión de norma y el cálculo de cuotas.

**i** Datos de contacto del sistema de Gestión de la Extensión de Norma OIVE  
oive@tragsa.es  
Teléfonos: 913225495 // 913226052 / 913225100  
interprofesionaldelvino.es

La página web de OIVE también es el punto central de información para los operadores en la red. En ella se informa permanentemente de las actuaciones que lleva a cabo la organización, además de informar sobre ésta.

Para la comunicación interna, se cuenta con un boletín electrónico que se envía a todos los operadores del sector y a los medios de comunicación para informar periódicamente de las actuaciones de OIVE. Otro punto de información son los perfiles de OIVE en redes sociales que se han convertido en una herramienta más para la mejora de la comunicación, no solo con los operadores sino con los medios de comunicación y sociedad en general y que han tenido una evolución muy positiva en términos de número de seguidores.

- f Facebook:** @interprofesionaldelvino  
2020: 4.600 seguidores  
2021: 5.776 seguidores
- t Twitter:** @InterVinoEs  
2020: 2.290 seguidores  
2021: 2.702 seguidores
- y Youtube:** @MejorCon\_vino  
2020: 7.830 seguidores  
2021: 7.890 seguidores
- @ Instagram:** @mejorcon\_vino  
2020: 4.276 seguidores  
2021: 6.997 seguidores
- in LinkedIn:** company/oive  
2020: 1.230 seguidores  
2021: 2.196 seguidores





## 4. Memoria anual de actividades 2021

Memoria de actividades 2021.

### Jornadas y eventos con participación de la Organización Interprofesional del Vino de España

A lo largo del año, OIVE participó en diferentes foros del vino con el objetivo de informar de sus actuaciones y conocer de primera mano la situación del mercado vitivinícola, sin perjuicio de los eventos propios y en colaboración, que se han organizado, y a los que ya se ha hecho alusión en esta memoria.



#### • Junio 2021

##### Webinario: La ciencia del Vino y la salud

La Interprofesional del Vino de España (OIVE) y la Fundación para la Investigación del Vino y la Nutrición (FIVIN) organizaron en el mes de junio un *webinario* en el que se dieron las pautas para una correcta gestión de la comunicación en materia de vino y salud. Durante la sesión se expusieron las directrices del sector, dirigidas tanto a la sociedad en general, como a la hostelería en particular, para instar al disfrute del vino siempre desde la moderación y ofrecer una amplia perspectiva sobre los riesgos de un consumo excesivo.

#### • Octubre 2021

##### Presentación Agenda Estratégica de Innovación del Sector del Vino

La Organización Interprofesional del Vino de España y la Plataforma Tecnológica del Vino (PTV) presentaron virtualmente ante el Ministerio de Ciencia e Innovación (MCI) la Agenda Estratégica de Innovación del Sector del Vino. En la reunión institucional, además de representantes de las dos organizaciones, se contó con la asistencia de Enrique Playán, director de la Agencia Estatal de Investigación (AEI), M<sup>a</sup> Ángeles Ferre, jefa de la Subdivisión de Programas Temáticos Científico-Técnicos de la AEI, Yasmín Fermín, jefa del Área Agro y Alimentación de la AEI, y M. Dolores Salvador, jefa de Servicio del Área Agro de la AEI.



### Premios EventoPlus

La Organización Interprofesional del Vino de España fue premiada con el bronce en la categoría 'Mejor Evento Promocional' en los premios Eventoplus por su campaña 'Quiero brindar por mi cumple'. La acción fue desarrollada en 2020 con el doble objetivo de apoyar al sector hostelero duramente golpeado por la pandemia y, a su vez, impulsar el consumo de vino.



#### • Diciembre 2021

##### Premios IWCMA 2021

La Organización Interprofesional del Vino de España (OIVE) fue nominada en el premio a 'Mejor Campaña de Marketing' en los *International Wine Challenge Merchant Spain 2021* por su campaña 'Expertos en disfrutar Con\_Vino'. El jurado valoró positivamente esta propuesta de OIVE que busca eliminar la creencia de que hay que ser un experto para disfrutar del vino y que se puede disfrutar del vino dónde, cómo, cuándo y con quién se quiera. Además, la Interprofesional del Vino de España fue la encargada de entregar el IWCMA al Mejor Centro de Formación 2021.





# 5. Convenios de colaboración

## CONVENIOS DE COLABORACIÓN

OIVE tiene convenios de colaboración con diversas entidades para el desarrollo de las distintas líneas de actuación. Algunos se han suscrito por el periodo de la vigente extensión de norma (hasta 2024) aunque incluyen mecanismos de revisión anual. Los convenios suscritos vigentes son:

### CONVENIO DE COLABORACIÓN OIVE-FUNDACIÓN TIERRA DE VIÑEDOS

Desde el año 2019 la Fundación Tierra de Viñedos y la Interprofesional del Vino de España cuentan con un acuerdo de colaboración a través del cual se desarrollan en Castilla-La Mancha diversas actuaciones de divulgación, información, promoción e imagen de los vinos de España, con la finalidad de fomentar la cultura del vino y aumentar su consumo, siempre de forma moderada. Debido a las excepcionales circunstancias provocadas por la crisis generada por la pandemia de la COVID-19, y por las consecuentes limitaciones sanitarias, las actuaciones programadas, así como su plazo de ejecución se modificaron, quedando todo ello recogido mediante la firma de dos adendas que prorrogó el convenio firmado en 2020 a dos años, es decir, hasta 31 de diciembre de 2021. En 2022 se ha firmado el tercer convenio.

El convenio tiene como objetivo fomentar el conocimiento de la cultura del vino al consumidor mediante acciones locales y de los buenos hábitos de consumo (vino y salud) en eventos gastronómicos y ferias en la región, como complemento de la estrategia y acciones de carácter nacional puestas en marcha desde OIVE. Es decir, se enmarca en la línea de actuación establecida en la extensión de norma de promoción del vino en el mercado interior. Igualmente busca la organización de jornadas de difusión con operadores de las actuaciones llevadas a cabo por OIVE, con un carácter además muy formativo, dentro de las actuaciones de vertebración sectorial y difusión de actuaciones a los operadores.





### CONVENIO DE COLABORACIÓN OIVE-CECRV



El mes de abril, OIVE y CECRV celebraron su comité mixto telemáticamente donde, además de hacer balance del acuerdo y estudiar nuevas posibilidades de colaboración, se acordó la renovación del convenio de colaboración. Este convenio no conlleva compromiso económico para las partes y comprende la colaboración en temas de interés común.

### CONVENIO DE COLABORACIÓN OIVE-CAIXABANK



En el mes de octubre de 2019, OIVE y CaixaBank renovaban su acuerdo de colaboración, iniciado en 2016, hasta el año 2024.

El objetivo del convenio es trabajar conjuntamente para impulsar actuaciones que mejoren la competitividad del sector vitivinícola español. El convenio contempla la puesta en marcha de acciones y actividades conjuntas dirigidas al colectivo profesional vinculado al sector, desde la publicación de estudios, hasta la celebración de jornadas sectoriales o actividades de promoción exterior.

### CONVENIO DE COLABORACIÓN OIVE-FIVIN



De cara a 2021 y a la nueva extensión de norma, se firmó un nuevo convenio de colaboración con la Fundación para la Investigación del Vino y la Nutrición (FIVIN), con quien ya tuvo uno vigente en la etapa anterior. Los principales fines que se persiguen con este convenio son:

- La canalización de información adecuada del consumo moderado de vino en el ámbito de la salud a los consumidores.
- Contribuir a la educación y fomento de la responsabilidad y la moderación en el consumo de vino en la sociedad.
- El impulso de la investigación sobre los efectos biológicos en el cuerpo humano de los componentes del vino en su consumo moderado.

El anterior convenio, inicialmente, se suscribió en marzo de 2018 con vigencia hasta el fin de la extensión de norma. Posteriormente se prorrogó hasta fin de 2019.

Las actuaciones llevadas a cabo en el marco de este convenio se han detallado en esta misma memoria en la línea de actuación de promoción (1).

### CONVENIO DE COLABORACIÓN OIVE-PTV

En julio de 2018 la Organización Interprofesional del Vino de España (OIVE) alcanzó un acuerdo marco con la Plataforma Tecnológica del Vino (PTV), la institución referencia en I+D+i del vino en nuestro país, con vigencia hasta el fin de la extensión de norma. A principios de 2020, se volvió a firmar un nuevo acuerdo con esta organización hasta 2024.

Con esta colaboración, la PTV y la OIVE unen fuerzas para potenciar dichas acciones entre los productores y bodegas. La PTV tiene constituidos grupos de trabajo en los que participa OIVE. Estos grupos de trabajo, con expertos de los ámbitos científico y empresarial relevantes, tienen el objetivo de trabajar en temas específicos, revisando todos los trabajos de investigación relacionados con el sector vitivinícola español (realizados y en curso), recopilando los resultados ya obtenidos, proponiendo líneas efectivas de trabajo científico a corto y medio plazo y diseñando un planteamiento práctico de proyectos.

De cara al nuevo periodo se plantea ampliar la colaboración ya existente incluyendo el impulso de proyectos propios y abundando en la difusión y aplicación de los resultados de la I+D+i entre los operadores del sector.

### CONVENIO DE COLABORACIÓN OIVE-OBSERVATORIO ESPAÑOL DEL MERCADO DEL VINO

La Organización Interprofesional del Vino de España (OIVE) cuenta con un acuerdo de colaboración con el Observatorio Español del Mercado del Vino (OeMv) con el objetivo de poner a disposición de los operadores de forma gratuita, a través del portal del OeMv, los informes de mercado, tanto nacionales como internacionales contemplados en dicho acuerdo.

Esta colaboración pone de manifiesto el compromiso compartido entre ambas organizaciones por mejorar y coordinar acciones para ofrecer la mejor información económica, tanto sobre la evolución del sector vitivinícola español como sobre la competencia y evolución de los principales mercados mundiales.





de la actual extensión de norma, contempla, por un lado, la mejora y difusión de información nacional, incluyendo informes sobre producción, existencias y consumo nacional que ya se vienen elaborando y, por otro lado, la mejora y difusión de información sobre comercio exterior del vino en España, el comercio mundial de vino con información sobre nuestros principales competidores y la evolución de los principales países consumidores e importadores. El acuerdo contempla que los informes estén disponibles gratuitamente en el portal del OeMv ([www.oemv.es](http://www.oemv.es)) según se vayan elaborando.

### CONVENIO DE COLABORACIÓN OIVE-AUTOCONTROL

Para la correcta aplicación y seguimiento del Código de Comunicación del Vino, anteriormente comentado, se ha continuado con el convenio de colaboración con la Asociación para la Autorregulación de la comunicación comercial, dicho convenio se firmó en julio 2018.

### CONVENIO CON ICEX ESPAÑA EXPORTACIÓN E INVERSIONES

En 2021, coincidiendo con el inicio de actuaciones de OIVE en el ámbito de la promoción exterior, OIVE suscribió un convenio de colaboración con ICEX con el objetivo de fomentar el conocimiento de los vinos de España en los mercados internacionales, contribuyendo a mejorar su imagen entre profesionales y consumidores de todo el mundo, y promover la internacionalización del sector vitivinícola español.

El acuerdo contempla impulsar un programa de difusión y formación sobre la excelencia y diversidad de los vinos de España en mercados exteriores, el desarrollo y la participación en campañas de promoción internacional, la organización de sesiones formativas para los propios operadores del sector y la realización, por parte de las Oficinas Económicas y Comerciales de España en el exterior, de estudios específicos en países prioritarios.

Además, se incluye la participación en acciones de *Spain Food Nation*, la campaña de promoción que está desarrollando ICEX en medios internacionales en la que se incorpora la gastronomía española como eje vertebrador, y así aprovechar las sinergias que se generan también para nuestros vinos.

## REUNIONES CELEBRADAS

OIVE aspira a convertirse en una herramienta de utilidad para el conjunto del sector vitivinícola español en todos los ámbitos que se requiera. De hecho, sus reuniones constituyen un foro de debate profesional sobre asuntos de actualidad. En 2021 las reuniones de OIVE tuvieron que adaptarse a las circunstancias de restricciones de movilidad derivadas de la pandemia, por lo que se convocaron de forma *online* a partir de la irrupción de la pandemia de la COVID-19. Destacan las siguientes reuniones:

### Juntas Directivas

Enero 2021 (dos convocatorias) / Abril 2021/ Junio 2021 / Julio 2021/ Septiembre 2021/ Diciembre 2021/

### Asamblea General

Enero 2021 y Abril 2021

Otras reuniones

### Reunión OIVE con el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

La Interprofesional del Vino de España (OIVE) junto a sus organizaciones miembro se reunían en el mes de marzo con Fernando Miranda, secretario general de Agricultura y Alimentación del Ministerio de Agricultura, y con el director general de la Industria Alimentaria, José Miguel Herrero. El encuentro se convocó a petición de OIVE con el objetivo de buscar soluciones ante la grave situación que atravesaba el sector por la crisis de la COVID-19, lo que hacía necesario habilitar un presupuesto extraordinario para la puesta en marcha de medidas con carácter urgente.

### Reuniones Grupo de Contacto Comité Mixto Francia-España-Italia

En el marco del Comité Mixto Francia-España-Italia del vino, el Grupo de Contacto del vino celebró su reunión anual en el mes de abril de 2021 de manera telemática, no habiendo sido posible, debido a las restricciones sanitarias motivadas por la





## 5. Convenios de colaboración

pandemia por la COVID-19, su celebración prevista inicialmente en España a iniciativa del sector productor español. En la reunión se analizó la coyuntura del sector, comparativa de las medidas de apoyo COVID-19 y perspectivas campaña. Se plantearon asuntos de posible interés común de actualidad legislativa: estrategia contra el cáncer y limitaciones de la política de promoción de la UE y la futura PAC.

En el mes de junio se celebró el plenario del Comité Mixto de manera híbrida por la pandemia: presencial en cada uno de los países integrantes y conectados por videoconferencia.



### Comité Mixto CECRV/OIVE

El mes de abril, OIVE y CECRV celebraron su comité mixto telemáticamente debido a las restricciones de la pandemia. Durante el encuentro se hizo balance del acuerdo y se estudiaron nuevas posibilidades de colaboración.

La constitución del Comité Mixto OIVE-CECRV es fruto del acuerdo de colaboración firmado en 2017 por la Interprofesional del Vino de España (OIVE) y la Conferencia Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas (CECRV). Dicho Comité Mixto contempla en los propios estatutos de OIVE que los acuerdos adoptados por este órgano por consenso serán elevados a los órganos de gobierno de ambas organizaciones. El Comité Mixto ha permitido que ambas organizaciones puedan trabajar conjuntamente sobre asuntos relacionados con los fines y objetivos de la OIVE y de CECRV, así como poner en valor la aportación del sector en términos de sostenibilidad económica, social y medioambiental y para potenciar e impulsar la investigación, el desarrollo y la innovación del sector del vino.



# Anexo: El Sector Español del Vino en 2021

*El año 2021, y especialmente a partir del mes de febrero, fue el año de la recuperación, tras la fuerte crisis mundial y lo que supuso la pandemia generada por la COVID-19.*

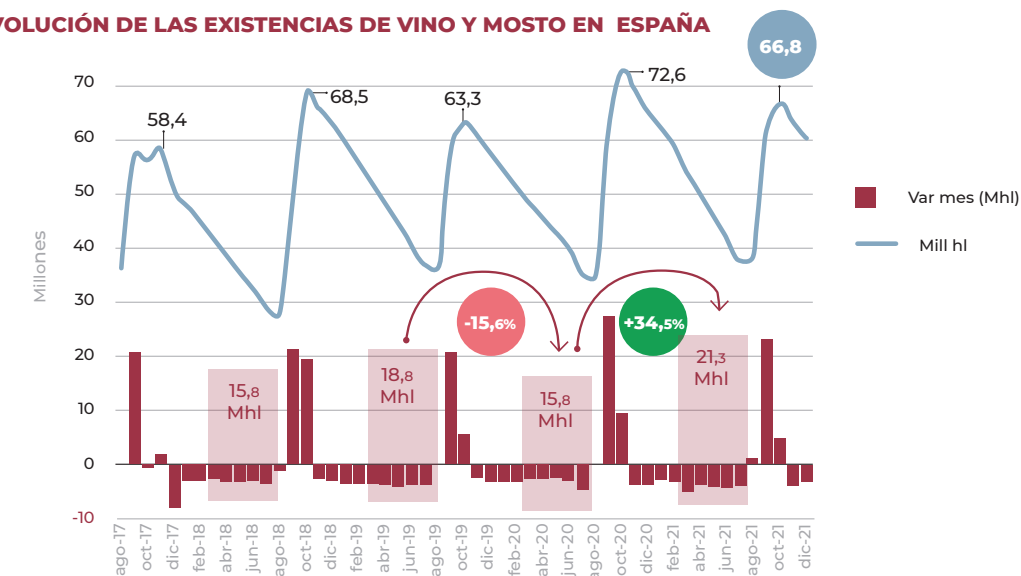
Se han relanzado con fuerza los mercados, aunque algo menos que en el conjunto mundial, y lo han hecho en un marco de cosecha relativamente corta en el hemisferio norte, que favorece la mejora de los precios de los vinos y las exportaciones españolas en volumen.

Una fuerte recuperación que se ha tenido que enfrentar a problemas de oferta, no en particular de uvas y vino, sino también de materiales, suministros y logística, que han generado algunos desajustes que se pueden ir solventando en 2022, aunque las subidas de costes de insumos sean muy difíciles de revertir.

## EVOLUCIÓN EXISTENCIAS Y SALIDAS FINALES:

De esta situación de (i) fuerte recuperación de la demanda frente a (ii) oferta limitada, surge una situación de equilibrio favorable para el sector. Situación de equilibrio, que se ve reflejada en la **evolución de las existencias** de vino en las bodegas españolas. En el pico de la actual campaña, a octubre de 2021, teníamos 66,8 millones de hectolitros que suponía un 8% menos que los 72,6 del año anterior, aunque ligeramente por encima de la media de las cuatro campañas previas.

## EVOLUCIÓN DE LAS EXISTENCIAS DE VINO Y MOSTO EN ESPAÑA





Esta menor cantidad de vino en las bodegas tras la vendimia es fruto de dos elementos fundamentales: una cosecha por debajo de la media de los últimos años (apenas 40 millones de hectolitros) y unas salidas de vino de las bodegas sustancialmente mejores que las del año anterior.

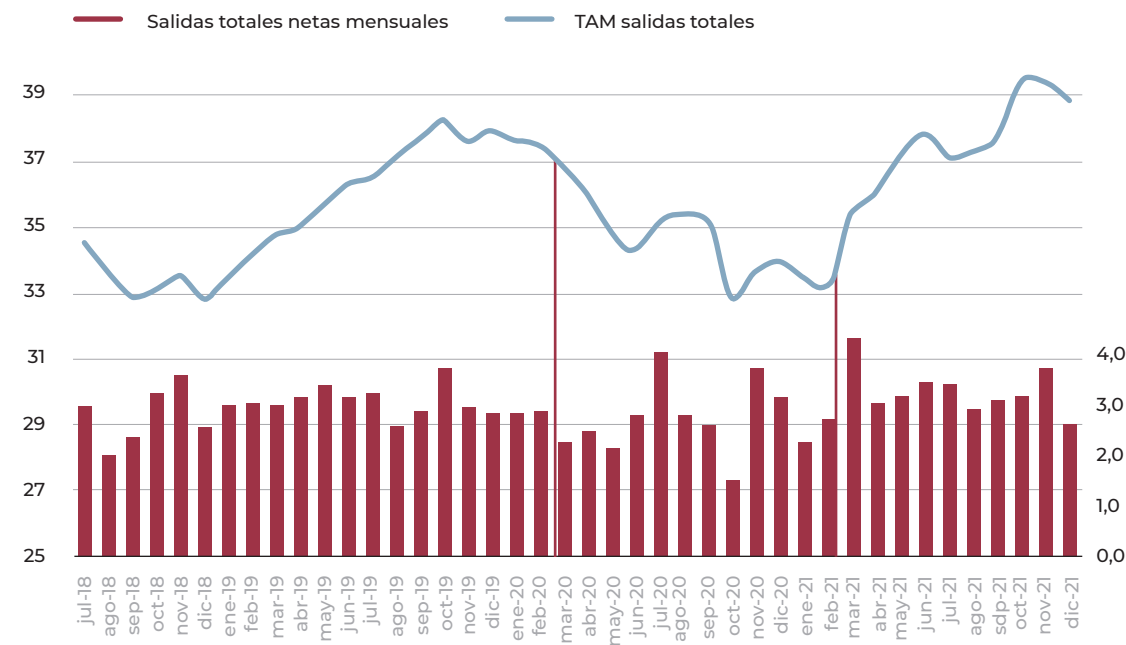
Entre marzo y julio de 2021 las salidas de vino y mosto (disminución de existencias) fueron de 21,3 millones de hectolitros, frente a los 15,8 millones del año 2020, en pleno epicentro de la pandemia; un 34,5% mayores. Y mayores también que las registradas en campañas anteriores.

La evolución interanual de las **salidas totales de vino** (excluyendo el mosto) muestra en el gráfico el fuerte crecimiento registrado durante 2019 y la caída del 2020, que se inició incluso antes del brote de la pandemia en marzo de ese año. De unas salidas de más de 38 M hl pasamos a tan solo 32,9 M hl en octubre de 2020, para recuperarnos con claridad a partir de febrero del año 2021, hasta superar a los 39,4 M hl de salidas totales interanuales de vino a finales del pasado año.

*Es decir, las ventas globales en este periodo del 2021 fueron, no solo mejores que las del año de la COVID-19, sino históricamente buenas.*

Esta fuerte recuperación, no ya frente a un mal año como fue el 2020, sino frente a épocas pasadas, muestra la marcha del sector vitivinícola español en línea con el mundial durante el año 2021.

**SALIDAS TOTALES NETAS DE VINO EN LAS BODEGAS ESPAÑOLAS** (Millones de hectolitros).



**PRODUCCIÓN DE VINO Y MOSTO:**

En relación con la producción, la de la actual campaña resultó inferior a lo previsto originalmente, aunque algo mayor que las previsiones del verano. Si en primavera del 2021 se estaban planteando posibles nuevas medidas de crisis para evitar que a una situación de altos stocks se sumara una nueva cosecha que se preveía abundante, en verano ya se comprobó que no harían falta, porque la vendimia venía más baja de lo esperado.

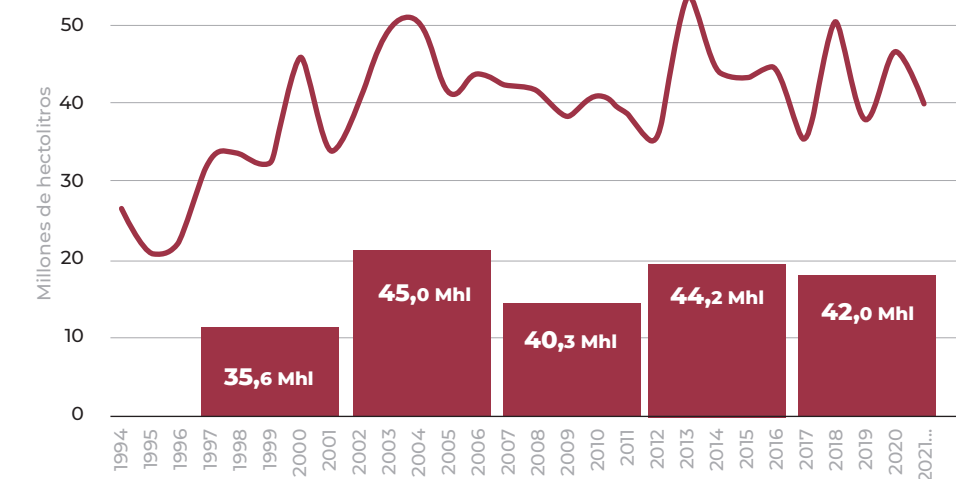


*Al final, las cifras más recientes apuntan hacia una producción en 2021 de 39,9 millones de hectolitros;*

muy por debajo de los 46 millones del año anterior, algo por debajo de la media de las últimas campañas, pero lejos de los poco más de 35/36 millones de mínimos recientes. Como muestra el gráfico, el problema de las cosechas españolas de vino y mosto no es tanto la media de un cierto periodo (entre 40 y 45 millones de hectolitros en este siglo), como la gran variación que se produce entre años de máximos y de mínimos, pasando desde cosechas muy cortas de apenas 35 millones (ej. 2017) a niveles de 50 millones o más (2013, 2018).

**PRODUCCIÓN DE VINO Y MOSTO EN ESPAÑA** (M hls).

Fuente: MAPA/INFOVI; elaboración OeMv.

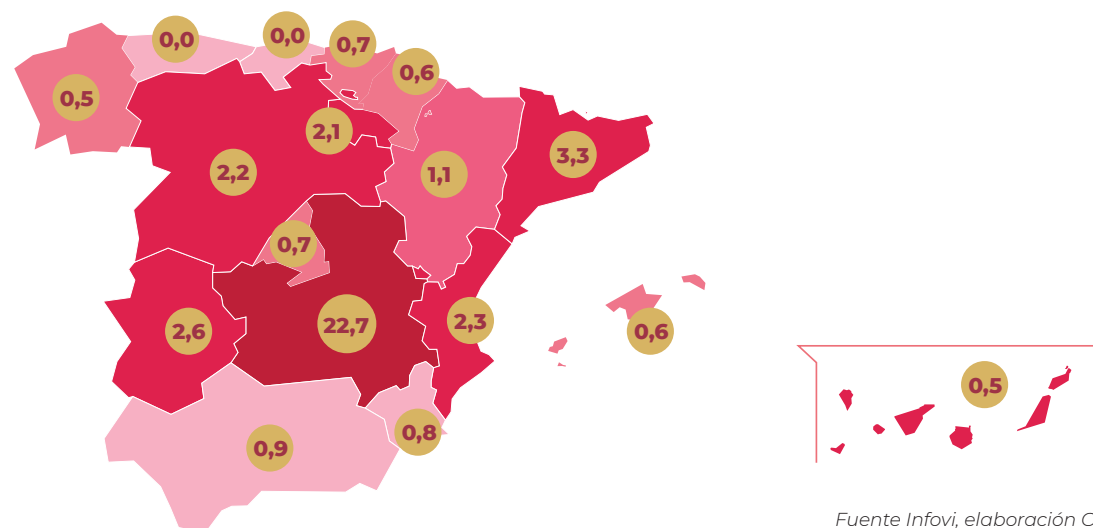




En una perspectiva amplia, distinguimos tres etapas fundamentales: (i) la época de gran crecimiento de la producción de vino en España a finales del siglo pasado (la fiebre de los 90), (ii) una época de relativa estabilidad sobre los 43 millones de hectolitros en el primer decenio del actual siglo y (iii) un periodo de gran inestabilidad y fuertes oscilaciones de producción desde la desaparición de las destilaciones subvencionadas tras la OCM del 2009 y su entrada en vigor a estos efectos en 2011.

Por **comunidades autónomas**, el 57% de toda la producción española se concentró en Castilla-La Mancha, con 22,7 millones de hectolitros. Junto con Extremadura y la Comunidad Valenciana, forman la franja central española de gran producción de vino y mosto, donde se concentra el 70% del total. Cataluña, Castilla y León y La Rioja, superan también los 2 millones de hectolitros de producción y completan un 88% del total.

**PRODUCCIÓN DE VINO Y MOSTO EN ESPAÑA 2021**  
(Millones de hectolitros)



*Curiosamente, en los últimos 34 años, tomando como referencia 1987, cuando arranca la serie histórica disponible, la producción no ha variado mucho en su conjunto, con alrededor de 40 millones de hectolitros, pero sí ha variado de forma importante la localización de la misma.*

Una producción, pues, ajustada en 2021 a la que, a diferencia de lo ocurrido en la campaña anterior, se contraponen – como ya hemos visto unas salidas de vinos y productos vitivinícolas importantes y en franca recuperación, no tanto por la marcha en las elaboraciones de mosto,

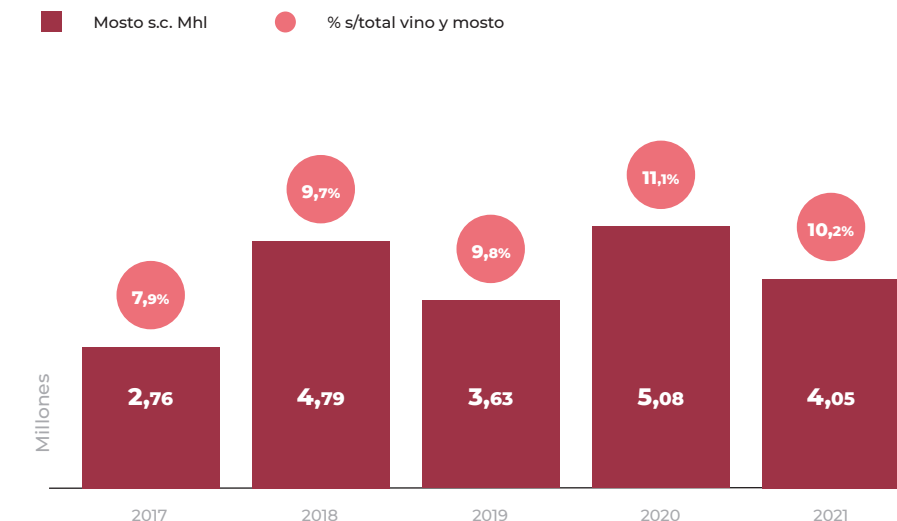
**MOSTO:**

Según los datos del INFOVI en la declaración ampliada de noviembre de 2021, la elaboración de mosto en esta campaña ha ascendido a 4 millones de hectolitros, un millón menos que en la abundante cosecha anterior, pero superior todavía a la media de los últimos años. Y ello, porque en proporción al total de la producción de vino y mosto sin concentrar, la elaboración de este último ha supuesto un 10,2% del total, que es una cifra por encima de la que se destina habitualmente.

*El mosto de uva sigue siendo un producto importante para una industria, a su vez, importante en España y de la que nuestro país es líder mundial.*

La cantidad que se elabora depende mucho del tamaño de cada cosecha y del precio de las uvas, pero, como el alcohol, es un componente esencial del balance vitivinícola global, puesto que cuanto más mosto y alcohol de vino y vínicico se elaborare, menos vino quedará disponible para consumo directo, con efecto inmediato en sus precios medios.

**PRODUCCIÓN DE MOSTO EN ESPAÑA**





**VINAGRE:**

La elaboración de **vinagre** en España supone cifras mucho más pequeñas. Según los datos obtenidos de las declaraciones de bodegas y reunidos en el INFOVI, la producción de vinagre ronda los 300.000 hectolitros, con oscilaciones entre los más de 334.000 hl de la campaña 2018-19 a los 310.000 en la campaña 2019-2020 y hasta los más de 413.000 hl en la campaña de la crisis 2020-21.

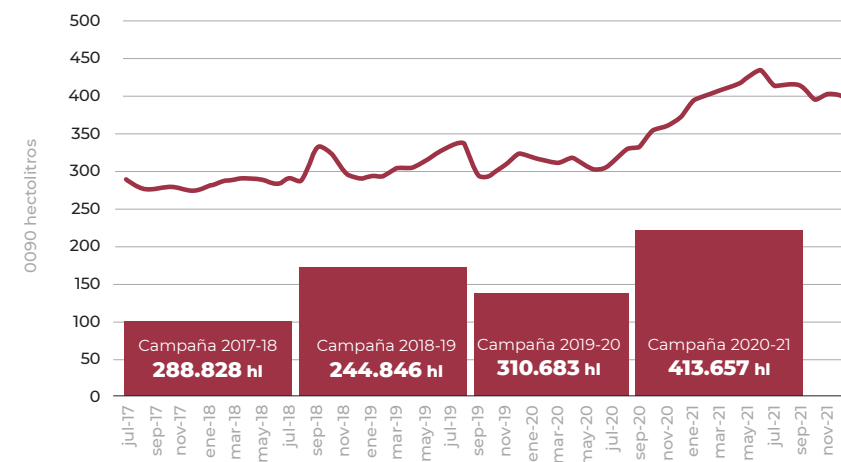
En la actual campaña, 2021-22, los datos disponibles hasta el mes de diciembre apuntan a una producción algo inferior al récord de la anterior, pero notablemente superior a las previas. El gráfico de evolución interanual muestra una tendencia claramente ascendente en 2020, que no parece haberse visto afectada negativamente por la aparición de la pandemia, sino todo lo contrario. En todo caso y pese a estas cifras relativamente pequeñas en comparación con otras salidas de las bodegas,

*el vinagre sigue siendo un producto de gran interés para el sector, no solo en cuanto a una parte del balance vitivinícola – como el mosto o el alcohol – sino en la línea de premiumización de los distintos tipos de vinagres,*

que en muchas zonas del país están sirviendo para generar nuevas líneas de actuación de bodegas de prestigio en la elaboración de productos de alta calidad.

**ELABORACIÓN DE VINAGRE** (000hls)

Funete:Infovi; elaboración OeMv.



**DESTILACIONES:**

Muy diferente es la situación de las **destilaciones de vino**. Las dos campañas anteriores se vieron muy afectadas por la destilación de crisis aprobada en julio de 2020 para enfrentar la crisis, y cuyo efecto en cuanto a entregas efectivas de vino para destilar se produjo a caballo entre ambas campañas, en los meses de julio y agosto de ese año. En esos dos meses se enviaron a destilería 1,8 millones de hectolitros, cuando en los mismos meses del 2019 habían sido apenas 231.000 hectolitros y mucho menos aun en los mismos meses de años anteriores.

*En 2021, por el contrario, no se llegó a aprobar ninguna destilación de crisis. Se pidió en primavera porque había temor a que las ventas no terminaran de repuntar y la nueva cosecha pudiera ser también elevada y juntarse con existencias abundantes.*

Pero no fue el caso. Ni se aprobó ninguna destilación de crisis, por no haber presupuesto adicional de la Unión Europea para ello y no quererse destinar fondos del resto de medidas del programa del vino, ni la cosecha venía tan elevada como cabía esperar. De ahí que las diferencias entre destilaciones en los meses de julio y agosto del 2021 respecto del año anterior supongan envíos muy inferiores y la campaña apunte hacia un total de elaboración de alcohol en la media o incluso por debajo de los años previos. Destilaciones, en todo caso, según las declaraciones del INFOVI, que están muy por debajo de lo que pueden ser realmente de acuerdo con la demanda nacional e internacional detectadas. Que, salvando la destilación de crisis del año 2020, las declaraciones de envíos a destilería apenas rondan los dos millones de hectolitros por campaña es cosa sorprendente, cuando históricamente España ha destilado cantidades mucho mayores de vino y cuando los mercados internacionales – incluso las propias exportaciones españolas – son importantes y muestran una demanda potencial superior.

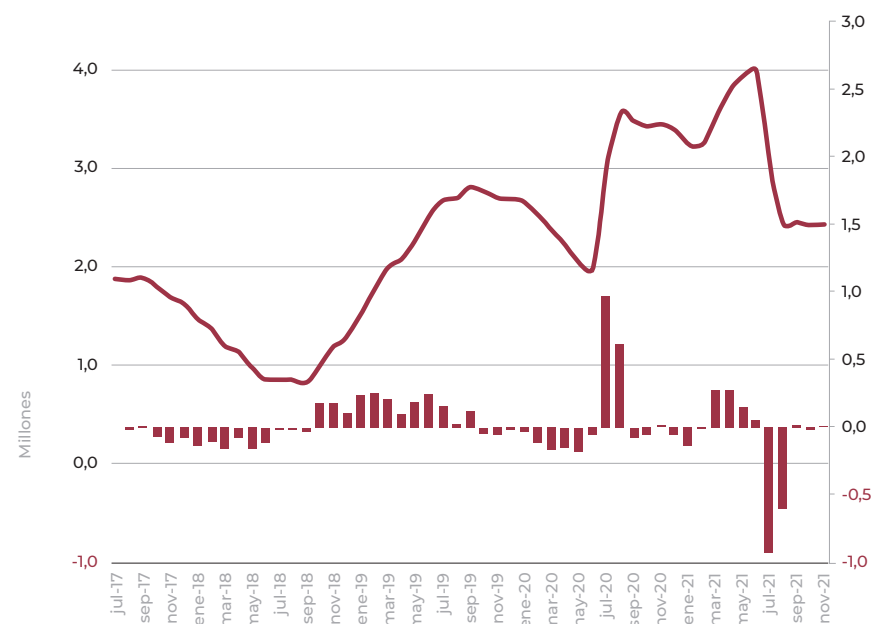






**SALIDAS A DESTILERÍA (Mhls)**

Fuente: Infovi; elaboración OeMV.



De nuevo y como en el caso de mostos y vinagres, la elaboración de una mayor cantidad de alcohol de vino y vínicico, supondría un alivio fundamental para los mercados del vino y un equilibrio del balance vitivinícola muy conveniente para el conjunto del sector.

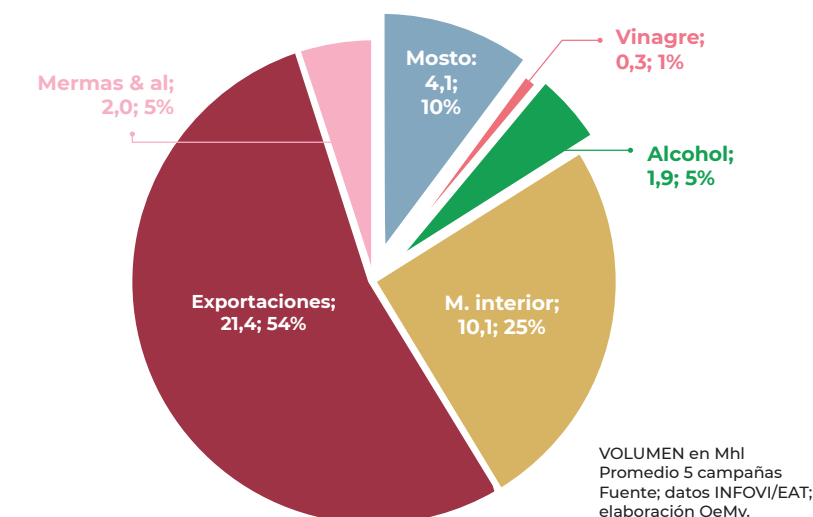
*Como vemos en el gráfico y para el promedio de las últimas 5 campañas, la suma de mosto, vinagre y alcohol supone un 16% del total de la producción, por lo que, cuanto mayor sean estas partidas y sus respectivos mercados, menos vino disponible quedará para su venta; actuando, por lo tanto, también como mecanismos de regulación de mercado.*

Con respecto a los dos mercados principales del vino español, mercado interior y exportaciones, que juntos suponen cerca del 80% de las salidas, la evolución en 2021 ha sido algo diferente. En ambos casos,

España aumenta sus ventas, pero mientras que las exportaciones lo hacen a un ritmo extraordinario que nos lleva a niveles récord, sobre todo de los envasados en valor, las del mercado nacional lo hacen más lentamente y no alcanzan todavía el consumo de 2019.

**PRINCIPALES MERCADOS DEL VINO ESPAÑOL** Volumen en Mhl

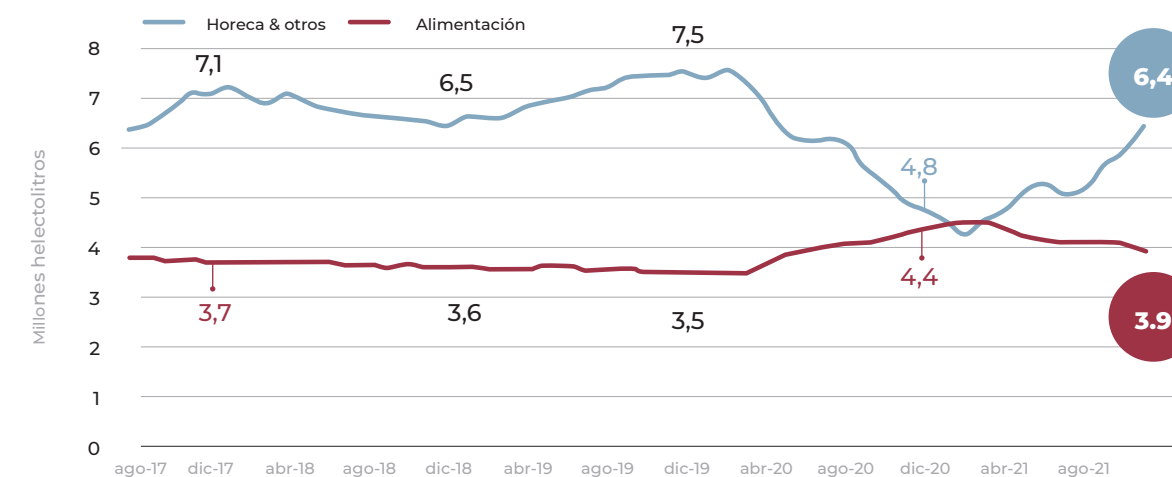
Fuente: Infovi/EAT; elaboración OeMV



**CONSUMO DE VINO EN ESPAÑA:**

La estimación de **consumo nacional**, que podemos obtener de los datos del INFOVI, muestra una subida del 14,2% durante el año 2021, hasta situarse en los 10,44 M hl. Esta subida contrasta claramente con la fuerte caída registrada en 2020, pero no llega a los niveles previos a la pandemia.

**SALIDAS EN EL CANAL DE ALIMENTACIÓN Y OTROS**

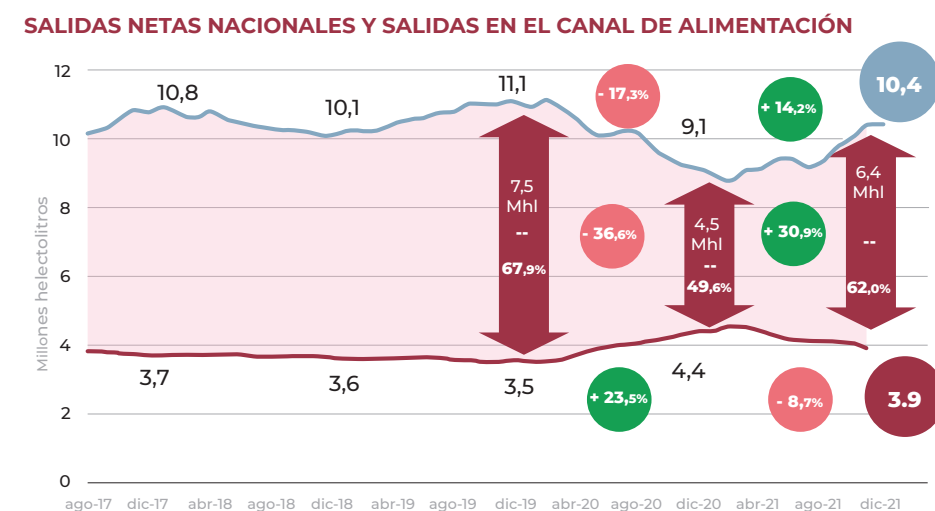






En el año 2020, la pandemia y el consiguiente cierre de la hostelería durante muchos meses, las restricciones a las reuniones y la pérdida de turismo extranjero supusieron una caída del consumo nacional de aproximadamente dos millones de hectolitros. La subida de un millón, registrada en el canal de alimentación, no compensó, ni de lejos, la pérdida de más de tres millones de hectolitros en el canal de la hostelería. Sin embargo, las tendencias se han invertido el pasado año., este pasado año se han invertido. Sube el consumo donde antes bajó (30,9% hasta noviembre en el canal de hostelería y otros) y baja, aunque suavemente, en alimentación. Con esta evolución, los canales diferentes al consumo vía alimentación vuelven a superar el 62% del total, con una estimación de 6,4 millones de hectolitros, frente a los 3,9 millones del consumo en hogares. Ahora bien, si comparamos, no las cifras de un año con el anterior, sino cómo estamos respecto al momento previo a las restricciones impuestas por la COVID-19, comprobamos que hemos ganado 0,4 millones de hectolitros de consumo en el canal de alimentación, perdemos aun algo más de un millón de hectolitros en hostelería y otros canales, para situarnos en una estimación de consumo nacional total de 10,4 millones de hectolitros, que es todavía 0,7 millones menos que el récord alcanzado a finales de 2019.

*En definitiva, el consumo nacional de vino se recupera y crece con fuerza, pero no alcanza todavía los niveles prepandemia.*



Con el detalle que nos permiten los datos del panel de alimentación ofrecidos por el MAPA, vemos que la caída del consumo de vino en alimentación es generalizada

y se da en todas las categorías, con la excepción del vino espumoso. Por su parte, los vinos de licor pierden en facturación, pero consiguen subir ligeramente ventas en volumen. Los datos disponibles a noviembre dan una cifra interanual de ventas en el canal de 474 millones de litros (incluyendo bebidas con vino) por un valor de 1.370 millones de euros, a un precio medio de 2,89 €/litro. En esta etapa de reajuste, tras el fuerte crecimiento experimentado durante la pandemia, aguantan mejor los vinos con denominación de origen, cuyo aumento de precio medio permite que la caída de facturación sea más leve. Sin embargo, bajan con fuerza las ventas de vinos sin indicaciones de calidad y muy especialmente los de aguja, que muestran una gran volatilidad en los últimos años. Una vez más, ahora en la bajada como antes en la subida,

*Los vinos con denominación de origen evolucionan mejor que aquellos que no la tienen, hasta el punto de que ya, a finales de este pasado año 2021 y por primera vez en nuestra historia, se venden más botellas de vinos con DOP que sin indicación en este canal.*



**CONSUMO DE VINO EN LOS HOGARES ESPAÑOLES**

Fuente: MAPA elaboración OeMV.



	Mill. Euros (€)			Mill. Ltrs (l)			€/l		
	nov. - 20	nov. - 21	Dif	nov. - 20	nov. - 21	Dif	nov. - 20	nov. - 21	Dif
Espumosos con DOP	143,4	149,4	4,2%	27,2	28,3	4,0%	5,28	5,28	0,1%
Vino tranquilo con DOP	763,6	734,7	-3,8%	177,7	165,5	-6,8%	4,30	4,44	3,3%
Vino tranquilo sin DOP/IGP	241,8	220,8	-8,7%	181,9	161,4	-11,3%	1,33	1,37	2,9%
Otros vinos:	137,1	120,4	-12,2%	45,6	39,6	-13,2%	3,01	3,04	1,1%
IGP	76,8	65,2	-15,1%	29,1	24,2	-16,8%	2,64	2,69	2,1%
Vino de aguja	9,9	6,1	-37,8%	3,1	1,8	-41,1%	3,17	3,35	5,6%
Vino de licor	50,5	49,0	-2,8%	13,4	13,5	1,3%	3,77	3,62	-4,0%
<b>TOTAL VINOS</b>	<b>1.285,9</b>	<b>1.225,2</b>	<b>-4,7%</b>	<b>432,3</b>	<b>394,8</b>	<b>-8,7%</b>	<b>2,97</b>	<b>3,10</b>	<b>4,3%</b>
Bebidas con vino	150,7	144,2	-4,3%	85,6	79,1	-7,6%	1,76	1,82	3,6
<b>TOTAL VINOS + BEBIDAS CON VINO</b>	<b>1.436,6</b>	<b>1.369,4</b>	<b>-4,7%</b>	<b>518,0</b>	<b>473,9</b>	<b>-8,5%</b>	<b>2,77</b>	<b>2,89</b>	<b>4,2</b>

(1) Otros vinos: desde marzo de 2015 incluyen los vinos de aguja, vino de licor y vino con IGP. Anteriormente también incluía el aromatizado.

(2) Bebidas con vino: incluye las sangrías, brúncas de verano y vinos aromatizados.

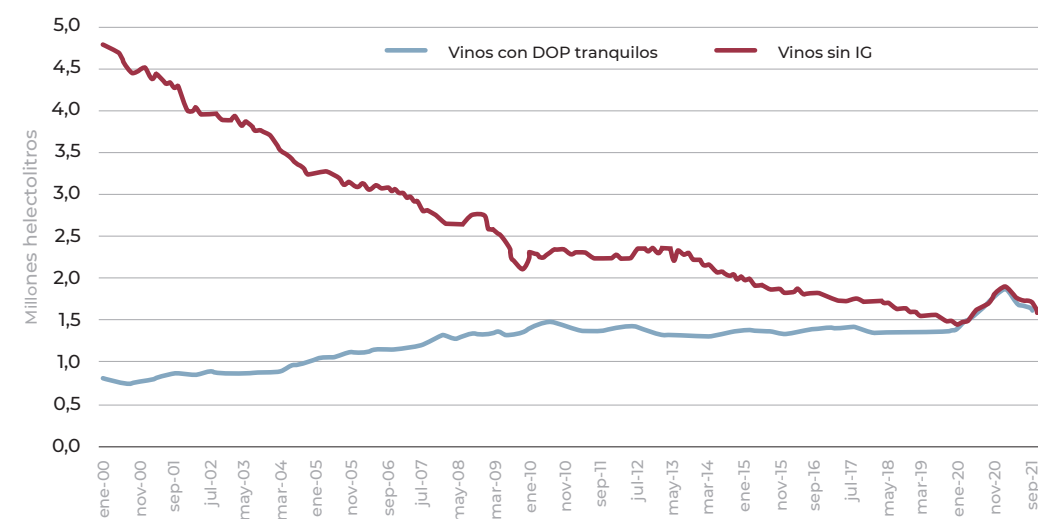




Desde una perspectiva de más largo plazo, los datos de ventas en el canal de alimentación muestran que esta creciente preferencia de los consumidores españoles por los vinos con denominación de origen compensó sobradamente hace años la bajada de consumo de vinos sin esa indicación en términos de valor, pero no así en volumen, donde el saldo neto ha sido negativo: la fuerte caída registrada por los vinos sin DOP no fue compensada, en número de botellas, por la lenta subida del consumo de vinos con DOP. Y solo en noviembre del pasado 2021, éstas – las ventas de vinos con DOP en volumen – han llegado a superar a aquellas – sin DOP –, tras la fuerte subida de ventas registrada en el canal alimentación durante la pandemia y el posterior ajuste en la etapa de recuperación de la economía. En conclusión, se bebe menos vino globalmente en los hogares españoles, pero más con DOP. Y no se factura menos. De hecho, el récord histórico de facturación de vinos en el canal de alimentación se obtuvo en febrero de 2021, a raíz de esta fuerte subida generada por las restricciones durante la COVID-19.

**VENTAS DE VINOS TRANQUILOS CON Y SIN DOP EN EL CANAL DE ALIMENTACIÓN**

Volumen (millones de hectolitros), Fuente: MAPA; elaboración OeMv.

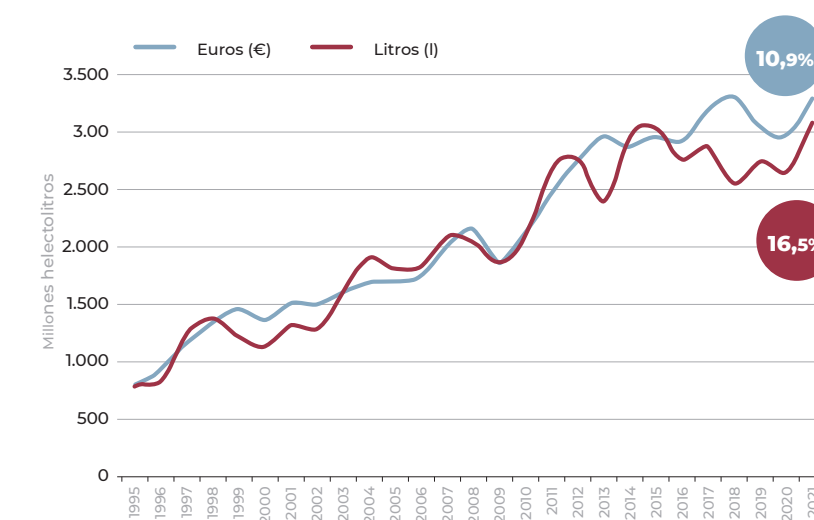


**EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE VINO:**

Si en el mercado nacional estamos luchando por alcanzar los 11 millones de hectolitros, que ya conseguimos en 2019, en exportaciones hemos superado los 23 millones a finales del 2021. Vendemos fuera más del doble de lo que consumimos dentro. Y, sin embargo, esos más de 23 millones de hectolitros ahora alcanzados (hasta 31 millones si sumamos mostos, vermutos y vinagres), no llegan a batir el récord de 2015, cuando nos acercamos a los 24 millones. Pero lo relevante no es tanto el número de litros que conseguimos vender y que de hecho nos vuelven a situar como los mayores exportadores mundiales de vino (nuevamente, por delante de Italia), sino cómo evoluciona la facturación.

*Sin contar vinos aromatizados, mostos y vinagres, el vino español factura 2.858 millones de euros en los mercados internacionales a finales de 2021, ligeramente por debajo del récord de 2.960 millones alcanzado a mediados del 2018. Con mostos, vinagres y vermut, la facturación alcanza los 3.284 millones de euros.*

**EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE VINO, MOSTO Y VINAGRE**



La evolución global, por lo tanto, en 2021 ha sido muy buena y de clara recuperación respecto del año de la crisis, con ritmos de crecimiento que, para el conjunto de vinos y productos vitivinícolas, son del 10,9% en valor y del 16,5% en volumen.

De hecho, no alcanzamos todavía el máximo histórico en facturación global, pero sí estamos en máximos históricos en cuanto al valor de los vinos envasados. Y eso porque distintas categorías de nuestras exportaciones están evolucionando de forma muy diferente, lo que obliga a segmentar el análisis.

De hecho, lo que muestra es que la evolución, este pasado año, es una creciente dicotomía entre los vinos a granel y los envasados. De los primeros, vendemos cada vez más volumen (22,1% en 2021) aunque a unos precios (-14,9%) que no permiten aumentar mucho la facturación (3,9%). Mientras que los vinos envasados tranquilos crecieron este pasado año





tanto en botellas (5%) como en precios medios (5,4%), lo que les permitió aumentar también su facturación (10,7%). Separamos pues, el análisis de nuestras exportaciones en dos grandes bloques de vinos: **los envasados y los vinos a granel**, que evolucionan de forma distinta, con tendencias diferentes y en mercados distintos; con un tercer bloque para otros productos vitivinícolas.

Distintas categorías de vinos, que en este pasado 2021 han evolucionado de formas diferentes; muy afectados por cómo les fue durante la pandemia y como está siendo su recuperación posterior. Así, el Bag in box (BiB), que fue la estrella durante los confinamientos mundiales, ahora crece mucho más lentamente. Los vinos espumosos españoles no se recuperan en número de botellas – por oposición a lo que pasa a italianos y franceses – pero se revalorizan extraordinariamente y logran un aumento considerable de la facturación.

**TOTAL VINOS 2021: 3.920 M € (+10,9%)**  
**3.090 ML (+16,5%)**

	ENVASADOS	GRANEL	PRODUCTOS
Espumosos	2.409 M€	471 M €	Vermut 410 M €
De licor			Mosto 792 M l
De aguja	1.011 M l	1.287 M l	Vinagre @
Tranquilos	@	@	0,52 €/l
Bag in box	2,38 €/l	0,37 €/l	

Fuente: OeMv.

*Los vinos generosos continúan su buena marcha y, con pequeñas variaciones en sus precios, logran subidas de casi el 20% en valor y en volumen.*

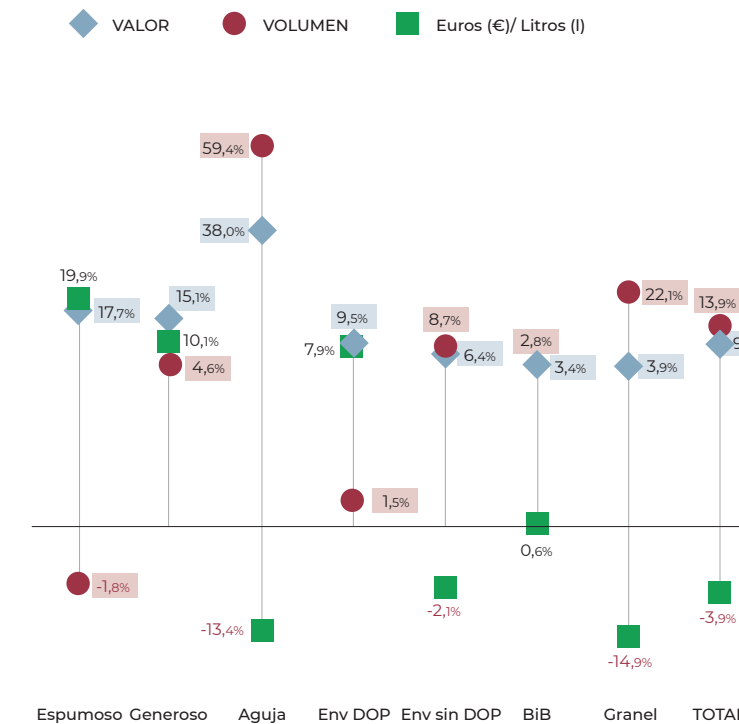
Los muy variables vinos de aguja crecen extraordinariamente a costa de menores precios, mientras los vinos envasados tranquilos, tanto con DOP como sin ella, se muestran mucho más estables, con crecimientos en valor y volumen: mejor en euros para los vinos con DOP y mejor en botellas para los vinos sin DOP. Por su parte, el vino a granel, este pasado año y

pese a la aparente necesidad de italianos y franceses por sus cortas cosechas, se vende en mucha mayor cantidad, pero a precios sensiblemente inferiores.

Distintas categorías que evolucionan de forma diferente en esta etapa de recuperación, no solo por el esfuerzo de las bodegas, sino por cómo evolucionan los distintos mercados a los que se dirigen.

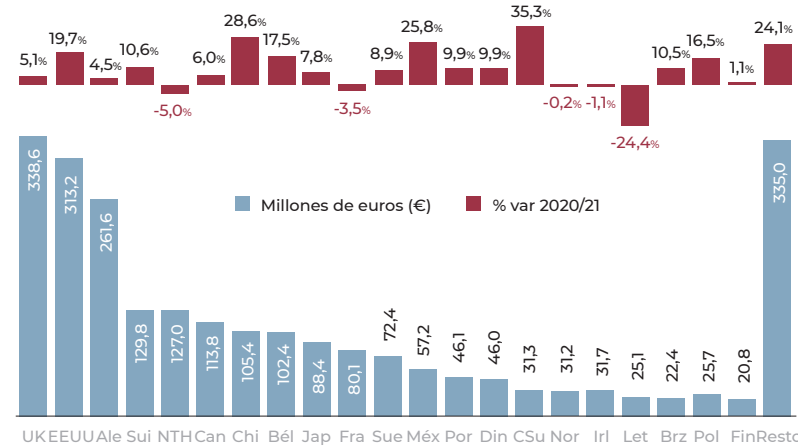
En cuanto a los **vinos envasados**, nuestros tres primeros mercados, Reino Unido, EE.UU. y Alemania, que acumulan el 38% del total de nuestras ventas, suben a buen ritmo: 5,1%, 19,7% y 4,5% respectivamente. No con tanta fuerza como lo hacen Corea del Sur, China y México, que se recuperan respecto de un mal 2020, pero sí por delante de muchos otros mercados, en los que las subidas son más moderadas, y mucho mejor que Países Bajos, Francia, Irlanda o Letonia, donde cae la facturación de los vinos españoles en 2021 frente a la buena marcha que tuvieron durante la pandemia.

**VARIACIÓN DE LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE VINO 2021**





**PRINCIPALES MERCADOS PARA LOS VINOS ENVASADOS ESPAÑOLES 2021**



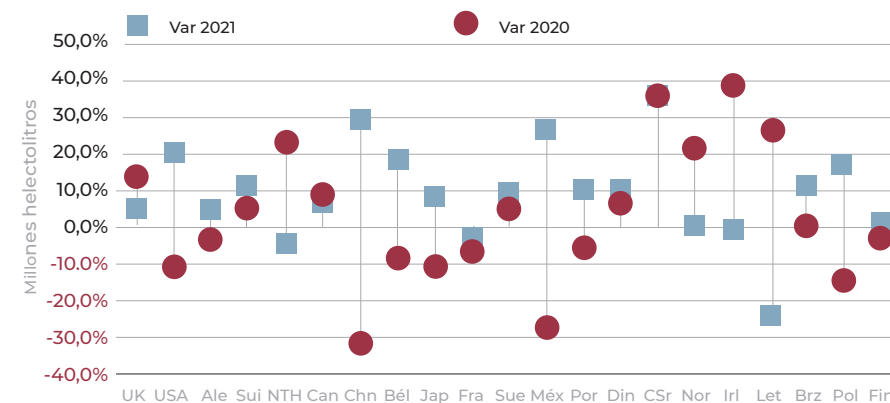
De hecho, si comparamos las evoluciones relativas de cada uno de estos mercados comprobamos que no siempre se dio esta pauta de “2020 malo y 2021 bueno”. La facturación en Reino Unido, como en Suiza, Canadá, Suecia, Dinamarca, Corea del Sur o Brasil ha sido buena en ambos periodos. Lo contrario, mala en ambos periodos, se ha dado en Francia y ligeramente en Finlandia. En la mayoría de los demás casos, a una caída de las ventas en 2020 ha

sucedido un aumento, en ocasiones importante, en 2021, particularmente en EE.UU., Alemania y muy notablemente en China y México. Finalmente, en unos pocos casos, la situación ha sido la contraria y, así, en Países Bajos, Noruega, Irlanda y Letonia, las ventas del 2021 han sido peores que las registradas durante el año de la pandemia. En definitiva, las exportaciones españolas de vinos envasados se vienen comportando muy bien estos dos últimos años, tanto como elemento positivo durante la crisis por lo bien que aguantaron muchos mercados, como por el crecimiento que experimentan la mayoría en esta nueva etapa.

Completamente distinta es la evolución de las exportaciones españolas de vinos a granel. Distinta por sus precios medios, pero también por el grado de concentración de nuestras ventas, y por su evolución en estos últimos años.

*Las ventas de vinos españoles a granel superan a finales del 2021 los 13 millones de hectolitros, con una facturación de 479 millones de euros*

**VARIACIÓN EN VALOR DE LOS PRINCIPALES MERCADOS ENVASADOS ESPAÑOLES, DURANTE LA PANDEMIA (2020) Y LA RECUPERACIÓN (2021)**



Los datos arrojan un precio medio de 37 céntimos de euro por litro. Más de tres cuartas partes de todo este vino se dirigió a cuatro grandes mercados: Francia, Alemania, Italia y Portugal. Cuatro mercados que también son productores de vino, grandes consumidores y exportadores, por lo que comprarán más o menos vino extranjero en función de su disponibilidad y sus necesidades. Este año, la muy reducida cosecha registrada tanto en Francia como en Italia, enfrentada sin embargo a una mejora importante de sus ventas, está dando como resultado dos actitudes muy diferentes frente a los vinos españoles. Italia está casi doblando sus compras en España, mientras que Francia no parece necesitar nuestro vino, cuya exportación apenas crece un 2,5%. Francia tuvo una cosecha históricamente baja, sí, pero de unos tipos de vinos que no parecen poderse sustituir por los españoles.

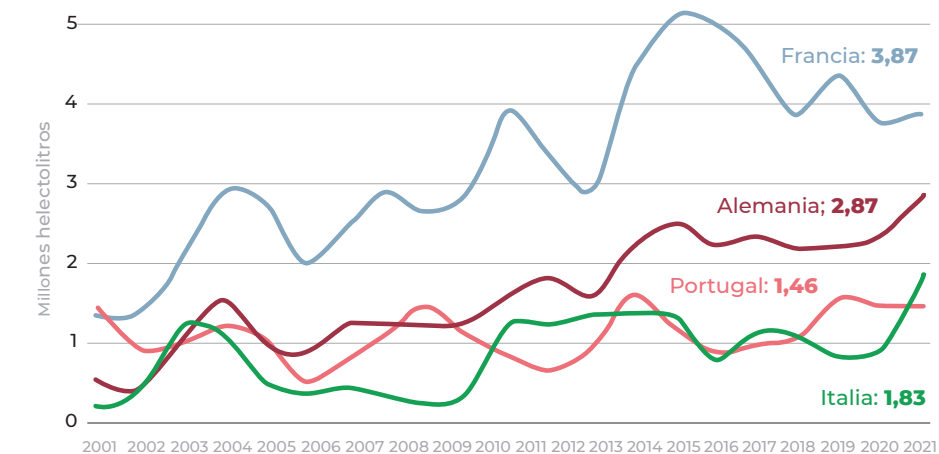
**VENTAS DE VINO A GRANEL ESPAÑOL 2021**

	(M Hls)	Precio medio (€/l)	Var. 2021
	3,87	0,33	↑ 2,5%
	2,87	0,32	↑ 21,6%
	1,83	0,33	↑ 93,3%
	1,45	0,39	↓ -1,1%

Desde una perspectiva más amplia, el granel español en Francia está ahora bastante lejos de los más de 5 millones de hectolitros que llegamos a venderles en 2015, pero estamos en récords históricos de ventas de esta categoría a Italia y en Alemania, y cerca del récord en Portugal, logrado en 2014. Es decir, la dependencia mutua respecto de Francia parece algo menor, vamos sustituyendo a Italia como principal proveedor de vino a Alemania, Italia sube o baja sus compras de vino español en función de sus cosechas y Portugal se mantiene como gran mercado para el granel español, sobre el millón y medio de hectolitros. Ventas, en todo caso, suministradas a competidores, a precios mucho menores que las de vinos envasados y sujetas a una enorme variabilidad, todo lo cual supone un gran reto para el vino español.

**EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE VINOS A GRANEL (VOLUMEN)**

Fuente: AEAT; elaboración OeMv.







### CONCLUSIONES:

En definitiva, 2021 ha sido un año de recuperación de las ventas para los vinos mundiales y españoles, tras la gran crisis generada por la COVID-19. En los mercados internacionales, la recuperación de las ventas ha sido extraordinaria.

*Suben las exportaciones a niveles de récord histórico, tanto en valor – hasta casi los 35.000 millones de euros –, como en volumen – rozando los 110 millones de hectolitros –.*

Se recuperan con mayor fuerza los tipos de vinos que más sufrieron durante el confinamiento, espumosos y envasados, mientras vuelven a una cierta normalidad los vinos en BiB y el granel parece más dependiente de las diferentes cosechas en distintos países productores que de las tendencias del consumo final. Entre los actores, la recuperación es muy fuerte para Francia y en menor medida para Italia y España, con mercados en claro crecimiento, particularmente en EE.UU., Corea del Sur y otros que sufrieron más en 2020, pero menos claramente en aquellos que fueron particularmente bien durante la pandemia, como los escandinavos o Países Bajos.

En cuanto al mercado nacional, se ha revertido claramente la tendencia de consumo en España, recuperando parte de las ventas en hostelería, a costa de perder algo de consumo en el canal de alimentación, que había subido de forma vertiginosa durante el confinamiento. Pero todavía estamos lejos de los buenos datos de consumo de vino en España logrados a finales de 2019 y principios del 2020. En todo caso, la tendencia – con permiso de las nuevas olas de infección y catástrofes mundiales – es al aumento, gracias a nuevos consumidores y nuevos vinos, una nueva moda a favor de su consumo y las campañas de promoción realizadas desde la Interprofesional. Todo ello apunta a que, durante 2022 o 2023, se pueda volver a superar la barrera de los 11 millones de hectolitros de consumo de vino en España.

Las exportaciones, por su parte, fueron tabla de salvamento durante la crisis, porque muchos mercados reaccionaron favorablemente ante la pandemia, y está siendo área de crecimiento claro en la etapa de recuperación. Pero con características muy distintas entre envasados y graneles. En los primeros crecemos en valor y aumentamos algo el volumen, en una gran variedad de mercados. En los segundos – el granel – crecemos mucho en litros, pero a costa de precios sensiblemente inferiores, que apenas ayudan a facturar más y con un grado de concentración preocupante. La buena marcha de los principales mercados para el vino español, a la que se suma la de los mostos, ha hecho innecesarias mayores destilaciones que, sin embargo, muestran un potencial de aumento importante, que ayudaría a aliviar tensiones en el balance vitivinícola conjunto.

Mejores ventas durante el año, unidas a una producción equilibrada en 2021, hacen que las previsiones para 2022 sean buenas:

- Los mercados muestran signos de seguir recuperándose, según vamos saliendo de la crisis y pese a nuevas oleadas del virus;
- Podemos crecer en hostelería sin perder una parte de lo ganado en alimentación y en ventas directas o el canal *online*;

- La tendencia mundial a mejorar las ventas de vinos envasados, tanto para nosotros como para nuestros competidores, ofrece muy buenas oportunidades de crecimiento en muchos mercados;
- Y hay mercados de mosto y alcohol en los que España es líder mundial y pueden seguir creciendo las ventas.

Confiemos en que estos elementos positivos con los que se podría augurar una buena campaña, no se vean enturbiados por los problemas de encarecimiento de suministros y, en su caso, la falta de disponibilidad de los mismos (botellas, pallets, cartón, etc.), la inflación general, la subida de los costes de la energía en particular, las dificultades en la logística y transporte y, muy especialmente el nuevo desafío que para el mundo y también para el vino supone la agresión de Rusia a Ucrania, a principios del año 2022.

A la vista de este análisis y el comportamiento de los diferentes mercados, se pone de manifiesto:

- La necesidad de continuar con las tareas de promoción del vino en el mercado interior que se llevan a cabo desde 2017 por OIVE y que en el año 2019 e inicio de 2020 (antes de la irrupción de la COVID-19) estaba dando buenos frutos, para recuperar la confianza del consumidor y, por tanto, el consumo a niveles previos a la pandemia. Todo esto en un contexto económico incierto que apunta a la estancación y que pudiera tener consecuencias en el consumo de vino, que no es un bien de primera necesidad.
- La necesidad de trabajar en los mercados de exportación para potenciar la imagen de los vinos españoles como referencia de calidad, con el objetivo de incrementar su valor añadido. Además, la diversificación de los mercados ha sido una de las claves que ha ayudado a mitigar las pérdidas en el sector ocasionadas por la pandemia. Esta actividad de promoción exterior se inició por OIVE coincidiendo con la nueva extensión de norma que lo contempla. La previsión es intensificar la misma.
- Para ambos mercados, interior y exterior, se demanda por parte de los operadores una mejora de la información sectorial para la toma de decisiones, tanto en el lado de la producción como en el de la comercialización. En este aspecto ha acordado con el Observatorio Español del Mercado del Vino, y puesto en marcha desde principios de 2020, la puesta a disposición de los operadores de interesantes informes de mercado - muchos orientados a la exportación - que el OEMV realiza periódicamente. Asimismo, se ha mejorado la información sobre consumo de vino en España y se ha continuado con la información de mercados mensual a partir de los datos que genera el sistema INFOVI.
- Por otro lado, está la necesidad de buscar un mayor equilibrio en nuestras producciones para evitar fluctuaciones y tensiones de mercado. El equilibrio y la estabilidad en producción y funcionamiento de la cadena es básico para conseguir el gran objetivo de generar valor y rentabilidad y que esta se distribuya equitativamente en la cadena de valor del vino.
- Y en el medio plazo tenemos dos grandes ejes sobre los que trabajar que son la sostenibilidad del sector en su triple vertiente (social, económica y medioambiental) y las cuestiones de vino y salud.
- Todos estos temas se abordan en el ejercicio del plan estratégico del sector que OIVE ha iniciado en 2021, que verá la luz en 2022, y que constituirá la hoja de ruta del sector en los próximos años.





Interprofesional del  
VINO DE  
ESPAÑA