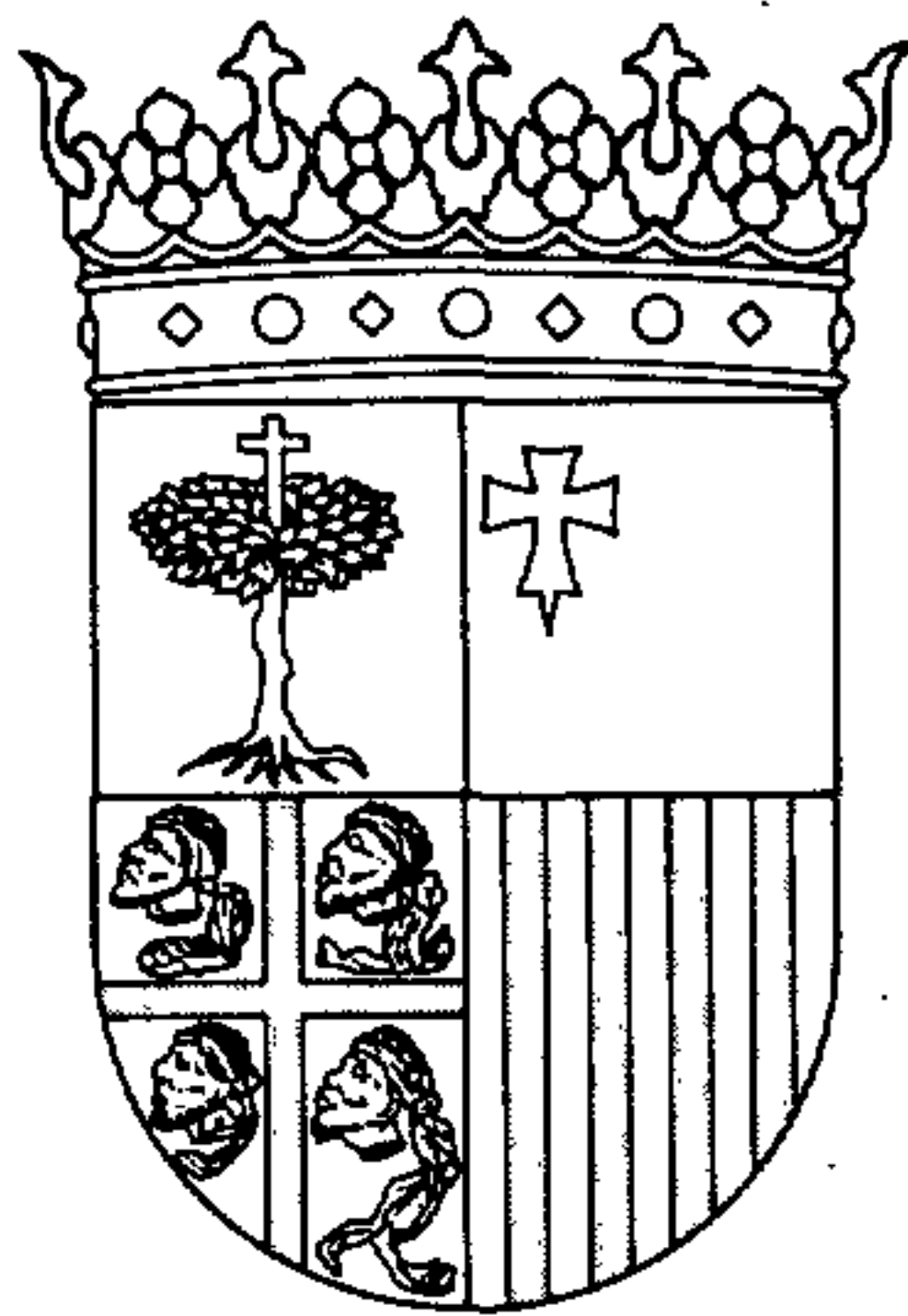




DIARIO DE SESIONES DE LAS CORTES DE ARAGON

COMISION AGRARIA

Comisiones. Serie B: General
Número 35 — Año 1992 (Primer Período) — Legislatura III

PRESIDENCIA DEL ILMO. SR. D. JOAQUIN IBAÑEZ GIMENO

Sesión núm. 13

Celebrada el lunes 1 de junio de 1992

ORDEN DEL DIA

- 1) *Lectura y aprobación, si procede, del acta de la Sesión anterior.*
- 2) *Comparecencia de los representantes de los Consejos Reguladores de las denominaciones de origen Cariñena, Somontano, Calatayud y Campo de Borja.*
- 3) *Ruegos y preguntas.*

Preside la Sesión, celebrada en el palacio de la Aljafería, el Ilmo. Sr. D. Joaquín Ibañez Gimeno, Presidente de la Comisión, asistido por el Secretario de la misma, Ilmo. Sr. D. José Cruz Murillo Arruego. Asiste a la Mesa la Letrada D.ª Vega Estella Izquierdo.

Comparecen ante la Comisión D. Fernando Peligero Gómez y D. Claudio Herrero Ezquerro, por el Consejo Regulador de la denominación de origen Cariñena; D. Jesús Gracia, por el Consejo Regulador de la denominación de origen Somontano; D. Raúl Lafuente Martínez, por el Consejo Regulador de la denominación de origen Calatayud, y D. Pedro Aibar Ruiz, por el Consejo Regulador de la denominación de origen Campo de Borja.

SUMARIO

Comparecencia de los representantes de los Consejos Reguladores de las denominaciones de origen Cariñena, Somontano, Calatayud y Campo de Borja.

- Interviene el Sr. Peligero Gómez 663
- Interviene el Sr. Aibar Ruiz 665
- Interviene el Sr. Gracia 665
- Interviene el Sr. Lafuente Martínez 666
- En nombre del G.P. Convergencia Alternativa de Aragón-Izquierda Unida, interviene el Diputado Sr. Martínez Val 666
- En nombre del G.P. Popular, interviene el Diputado Sr. Pintado Barbanoj 668
- En nombre del G.P. del Partido Aragonés, interviene el Diputado Sr. Murillo Arruego... 669

- En nombre del G.P. Socialista, interviene el Diputado Sr. Casas Mateo 669
- Contesta el Sr. Peligero Gómez 670
- Contesta el Sr. Aibar Ruiz 675
- Interviene y contesta el Sr. Herrero Ezquerro 677
- Contesta el Sr. Gracia 677
- Contesta el Sr. Lafuente Martínez... 678

Lectura y aprobación, si procede, del acta de la Sesión anterior.

- El Sr. Presidente, tras agradecer a los comparecientes su asistencia e intervenciones, la da por leída y aprobada al no haber ninguna objeción a la misma 679

El señor PRESIDENTE (IBÁÑEZ GIMENO): Comienza la Sesión. (A las diez horas y cincuenta y cinco minutos.)

Va a dar comienzo la Comisión Agraria, en la que comparecen los representantes de las denominaciones de origen del vino de Cariñena, Campo de Borja, Calatayud y Somontano. Contamos con la presencia, además de otros invitados que les acompañan, de don Fernando Peligero, en representación de la denominación de origen Cariñena, don Pedro Aibar, en representación de Campo de Borja, don Raúl Lafuente, en representación de Calatayud, y don Jesús Gracia, en representación de Somontano.

Como es habitual, daremos el uso de la palabra a los comparecientes para que nos hagan la exposición de sus problemas, de sus trabajos o de las repercusiones que pueda tener la reforma de la Política Agraria Comunitaria en las denominaciones de origen.

Posteriormente, haremos un pequeño receso, como es habitual también, y finalizaremos con la exposición y la intervención de los distintos Grupos, un turno de preguntas a las que podrán responder cualquiera de los comparecientes.

Así pues, y sin más dilación, damos el uso de la palabra a los representantes y, en este caso, a don Fernando Peligero, creo que en representación de todos, puesto que me han comentado que los problemas prácticamente son comunes y afectan en la misma medida y de la misma manera a todas las zonas.

Don Fernando, tiene la palabra.

Comparecencia de los representantes de los Consejos Reguladores de las denominaciones de origen Cariñena, Somontano, Calatayud y Campo de Borja.

El señor PELIGERO GOMEZ: Señor Presidente, Señorías.

En nombre de los cuatro Consejos, vamos a hacer una exposición, la verdad que sin ningún tipo de preparación, porque entendemos que lo que vayamos a hablar aquí más que una exposición tiene que ser un diálogo para que Sus Señorías puedan preguntar o hacer todo lo que quieran, que nosotros estaremos dispuestos, con todas las cartas sobre la mesa, a contestar y a exponer cuál es la problemática, pero de una forma global. Hablaré en mi nombre y en el de mis compañeros, porque, como ha dicho el Presidente, la problemática es generalizada, es de todos los Consejos, es de todas las denominaciones, aunque cada una pueda tener sus implicaciones o sus características propias, y que, lógicamente, estarán todos los compañeros dispuestos a aclarar o a puntualizar todo lo que yo me pueda dejar, o todo lo que se salga de la generalidad y que entre en aspectos particulares.

Yo, en primer lugar, quiero agradecer profundamente en nombre de todos —me lo han encomendado de forma especial—, agradecer en nombre de todas las denominaciones a toda esta Comisión de agricultura de las Cortes por el interés que se han tomado, precisamente, en poder hacerles perder este tiempo —que me imagino que nunca es una pérdida, sino que es un beneficio y una ganancia—. Agradezco la oportunidad de poder exponer aquí nuestros problemas, en este foro donde tanto se puede hacer y donde muchas veces tendrán que discutir de presupuestos, en cuyo caso siempre estaremos en un bando totalmente diferente, porque las necesidades de las denominaciones son muy amplias, y me imagino que aquí habrá muchas situaciones

totalmente diferentes o que tengan que hacer. Mi agradecimiento profundo en nombre de todos por este detalle, simplemente.

Cuando nos preguntaban los medios de comunicación qué se pensaba sacar, nosotros les hemos manifestado que lo que se había sacado ya era mucho, era de un diez, porque, lógicamente, poder estar aquí para exponer la problemática del sector es fundamental y es clave para que se tenga pleno conocimiento.

En las cuatro denominaciones, y yo querría hacer una distinción muy clara de lo que son este tipo de instituciones, que se dedican, fundamentalmente, a velar por la calidad, la pureza y el origen de los vinos de cada una de las denominaciones. Ese es el tema fundamental y clave que queremos matizar para que no haya ningún tipo de confusión.

Ahora podríamos hablar mucho de la problemática, de la vida que se lleva —y ahora podríamos hablar de sequías—, de cómo se está dejando la viticultura, pero consideramos que hay otro tipo de instituciones, llámense asociaciones agrarias, llámense como quieran hacerlo, cooperativas en otro sentido, donde podrán reivindicar o donde podrán manifestar la problemática más directa del sector. Nosotros nos tenemos que ceñir a velar por la pureza y los intereses de estos caldos que, lógicamente, después tienen que estar contrastados por una contraetiqueta, y esa contraetiqueta es la que nosotros necesitamos que se conozca, cada una de las denominaciones, pero para que se pueda saber que detrás de una contraetiqueta ha habido un control, ha habido una pureza y ha habido una exhaustiva calidad.

No somos comerciales, los Consejos reguladores no comercializamos, independientemente de que cuando salgamos en los tipos de promociones podamos tener una etiqueta genérica para no distinguir marcas, pero no utilizamos el sistema comercial. Detrás de nosotros, detrás de los Consejos, hay muchos viticultores, hay muchas cooperativas, hay muchas bodegas particulares que están elaborando y que están comercializando, luego, lógicamente, tiene que haber un entronque entre la institución de las denominaciones, por lo tanto, en el sentido de velar por la calidad, considerando que con la calidad es como pueden vender. Sin embargo, todo este tipo de instituciones, de bodegas, particulares y de cooperativas que están detrás de los Consejos, que mantienen a los Consejos y que pelean con los Consejos, tienen que tener una respuesta comercial.

Salvo alguna pequeña excepción, sobre todo con la reciente creación de algunas denominaciones sobre todo del Somontano y de Calatayud, se ha tenido, fundamentalmente de Borja y Cariñena, un falso conocimiento de unos vinos de alta graduación, de mucho cuerpo que, fundamentalmente, no servían más que para copas. Por desgracia, y hay que decir las cosas como son, durante muchos años ha sido una faceta importante, y digo que me refiero más a Borja y Cariñena porque Somontano y Calatayud, al crearse de distinta forma, más reciente, gozan de la fama que han presentado en el momento de la constitución. Pero, si nos ceñimos un poco a la historia de estas otras dos denominaciones, si hablamos de los siglos XVII, XVIII y XIX, yo me tengo que referir en este caso a Cariñena, pero a Borja le ocurre exactamente lo mismo, los vinos de estas denominaciones se entendían como lo que ahora son, como unos vinos frescos, como unos vinos ligeros, como unos vinos aromáticos. Esto es antes de la invasión de la filoxera, donde la jugada de los franceses, hay que decirlo, fue muy buena: hicieron que estos vinos se dejaran gasificar basándose en una pérdida por evaporación del agua natural que

llevaban las uvas y, por lo tanto, había una mayor concentración de azúcares, con lo cual se elevaba el grado alcohólico que a ellos les servía y les venía muy bien para llevárselos a sus zonas respectivas y hacer las cubas.

En las últimas reformas de los reglamentos y en la constitución de los reglamentos de las nuevas denominaciones, ya se pone el tipo de graduación, pero no se trata de hablar de graduación por hablar, sino de dar el equilibrio en pH, en acidez total, en acidez tartárica en todas las facetas que compone el desarrollo del vino. Por lo tanto, se llega a unos vinos mucho más redondos, mucho más afrutados y de unas graduaciones mucho más bajas, pero fundamentalmente con todo el equilibrio.

Entonces, el problema que tenemos, y ése sí que es grave, es que muchas veces lo que está costando, aquí en España, y más todavía en Aragón, es desmitificar muchos de los vinos que hay cuando te dicen que este vino no es el tradicional, no es el normal, cuando se habla de una tradición y una normalidad de ochenta o noventa años. Pero claro, el conocimiento de la gente es de unos vinos fuertes, entonces, se puede llegar a pensar que para conseguir estas graduaciones, y como se están presentando estos vinos con menos cuerpo —pues albergan menos calor por la graduación alcohólica, no por el cuerpo en sí, que tienen—, automáticamente, la gente, en general, se puede pensar que hay un fraude. En una palabra, y aquí hay que hablarlo claro, pueden pensar que se está aguando el vino o fabricando el vino, cuando el vino nunca se fabrica, sino que el vino siempre se elabora. Entonces, todas las denominaciones lo que necesitamos de una forma prioritaria son campañas de promoción, pero más que de promoción, campañas de conocimiento, y esto cuesta dinero.

En la situación en la que hoy está la viticultura, todas las empresas que están sustentando a los diferentes consejos reguladores demasiado tienen, o bien para poder sobrevivir los particulares, o bien las cooperativas, y esto es lo más grave, para poder hacer unas licitaciones racionales y que se puedan equiparar con otros sectores para la vida de todos los viticultores que están llevando las uvas a sus mismas cooperativas. Si además de esto, nosotros, como consejos reguladores, les estamos pidiendo una intervención económica y un esfuerzo, que de hecho se hace, pero todo tiene un límite, nos vemos absolutamente desbordados. Entonces, nuestro planteamiento fundamental es es de una promoción, de una difusión, para que cuando se hable, aquí en las Cortes, de presupuestos, tengan plena conciencia de que de lo que se trata no es de la subsistencia de unas denominaciones, no es de la subsistencia de unas empresas como tales, sino que es, y esto es grave, la subsistencia de muchos miles de viticultores que dependen única y exclusivamente del producto de la vid, que es lo único que tienen, porque, por desgracia quizás, el sistema de monocultivo es muy amplio en cada una de las denominaciones que la componen.

Si nosotros vamos al exterior, en este mercado único con esta nueva normativa de la Comunidad, lógicamente cabría pensar que el único medio que habría, y es fuerte tenerlo que decir los consejos, sería una fuerte disminución de las hectáreas que componen cada una de las denominaciones, con lo cual se equilibraría el aspecto de la oferta y la demanda; lógicamente, habría más facilidad, todos los viticultores particulares podrían hacer una mayor selección de variedades para poder ir a la consecución de una mayor calidad, pero, claro, esto iría en detrimento de la mano de obra que tendría que existir y, sobre todo, de muchas ex-

plotaciones a nivel familiar que, lógicamente, se podrían ver abogadas al fracaso porque la transformación de unos viñedos a otros es dura, aunque con el plan de reestructuración que se hizo se ha conseguido en un porcentaje muy alto y consideramos que todavía tiene que ir en aumento; cuesta mucho arrancar una viña, replantar una viña, con unos portainjertos totalmente diferenciados y con unas variedades que se están estudiando a fondo para poder ir mejorando.

Si nosotros ponemos el ejemplo de que en cualquier país comunitario se conocen todos los vinos, y me refiero a las cuatro denominaciones, automáticamente se está en un proceso de incremento de venta a estos países. El motivo es bien claro: cuando se presentan los comerciales, las empresas o los consejos, cuando vamos a exposiciones a nivel internacional, se conocen los vinos por lo que en ese momento se presenta y se da, no tienen ninguna idea preconcebida de lo que puede ser un consejo, lo único que te piden es que lleve la contraetiqueta, porque sí, allí consideran que llevar la contraetiqueta es sinónimo de calidad, es sinónimo de garantía y de que hay unas personas, unos técnicos, detrás de esto que están garantizando al consumidor precisamente esa calidad. Entonces, como digo, todas las ventas a estos países comunitarios se están incrementando, la pena es que muchas veces, en nuestro propio país, cuando nosotros presentamos cualquiera de los vinos, cuando se habla de vinos aragoneses, y ya no me refiero ni Cariñena, ni Borja, ni Somontano, ni Calatayud, sino como vinos de Aragón, tienes que desmitificar que los vinos aragoneses sean vinos de cubas, y que son los vinos que presentamos, pero como hay una idea preconcebida de lo que son esos vinos, entonces viene la malformación o el malentendido de cómo se han conseguido estos vinos. Si esto ocurre con el resto de España, aquí, en Aragón, en nuestra propia casa, se incrementa en unos porcentajes muy altos.

Donde más difícil, donde más nos cuesta —según las versiones que tenemos de todas empresas— el poder comercializar es, precisamente, aquí, en Aragón, por lo tanto, el tema que nosotros planteamos como prioritario, por encima de todo, es poder disponer de las armas necesarias en todos los consejos reguladores, en todas las denominaciones en conjunto, tal y como se está haciendo hasta ahora a través del Gobierno de la DGA, a través de esa otra institución, a través del Departamento de Agricultura, que, verdaderamente, dentro de las posibilidades que tiene —hay que decirlo, y nosotros desde aquí se les tenemos que agradecer— quizás si no pueden más, si hay unos presupuestos, hasta ahí se puede llegar; nuestras necesidades son mucho más amplias, pero me imagino que en ese enlace de las instituciones, Gobierno-Cortes, son ustedes los que verdaderamente más nos pueden apoyar. Lo que necesitamos, y es triste decirlo, creo que es dinero, ilusión no nos falta, la ilusión la tenemos con creces, pero muchas veces es imposible hacer campañas institucionales en Aragón sobre temas materiales, y no nos ceñimos a lo que podamos decir las denominaciones.

Antes, en los medios de comunicación, nos preguntaban si teníamos algún esquema, alguna solicitud de dinero que hacer aquí a la Comisión. Con toda honradez les hemos tenido que decir, yo por lo menos les he dicho, que no, por una razón: porque la honradez hay que llevarla a los últimos extremos, y ahora sería baldío que nosotros nos hubiésemos puesto de acuerdo y hubiésemos dicho que necesitábamos sesenta, cien, doscientos, trescientos millones de pesetas; sería absurdo.

Nosotros lo que pedimos es que se nos faciliten los estudios necesarios, realizados por personas profesionales, porque no nos olvidemos que los presidentes de los consejos somos amateurs, que estamos llevando esto, pero que, lógicamente, si hay una dirección técnica, que la tenemos en todos consejos, en colaboración con el estudio que se pueda hacer, serio y concienzudo, los vinos aragoneses podrán llegar a copar las cotas de mercado que se necesitan. Por ejemplo, en el base al estudio que hizo la Price Waterhouse la incidencia de los vinos aragoneses es mínima; aquí en Aragón habría que elevar estas cotas en unos porcentajes, no queremos marcar ninguna cifra, sino que lo único que pretendemos es que se haga un estudio serio para poder corresponder y decir: esto es lo que necesitan las denominaciones para que, en primer lugar y de forma prioritaria, aquí, en Aragón, se conozcan los vinos aragoneses.

Cuando se habla de marcas o se habla de características, hay que hablar de que muchas veces la cultura vinícola en España, en Aragón, no es muy profunda, y nos echamos las culpas nosotros mismos, los primeros, que no tenemos el nivel adecuado para esto, cuando se empiezan a pedir vinos de aquí, hay una solución: o te piden un vino catalán dentro de los blancos o te piden un vino de Rioja, en general. No hacemos comparaciones ni con unos ni con otros, estamos en contacto continuamente con todas las denominaciones a nivel de todo el Estado español, pero sí que se sepa, y para esto necesitamos la promoción, que podemos tener grandes vinos, que los hay, en cualquiera de las denominaciones, pero que se sepa que aquí, en las denominaciones aragonesas, hay vinos tan grandes como pueden tener el resto.

Este es el planteamiento generalizado de todos; lo ceñimos a una campaña institucional de todas las denominaciones, empezando fundamentalmente por Aragón. Nosotros, ahora, podríamos estar pidiendo la participación en ferias europeas, como lo estamos haciendo para el resto de España, pero creemos que con los pies en el suelo, y sabiendo las necesidades y los inconvenientes que pueden tener todos para esta consecución, sería conveniente que de una forma prioritaria se nos conozca en Aragón, porque creo que haciéndolo aquí, en Aragón, si aquí se llega a mentalizar, a recomendar un vino aragonés, de la denominación que sea, nos da exactamente igual, automáticamente son propagandas que están saliendo por ahí; luego, el costo para el resto de España, haciéndolo aquí, creo que es mucho mejor.

Ese es el planteamiento, señor Presidente, y estamos a su entera disposición, a disposición de todas Sus Señorías para cualquier pregunta, cualquier aclaración, colectiva o individualmente, que nos puedan hacer, con la problemática particular de cada una de las denominaciones.

Muchas gracias.

El señor PRESIDENTE (IBÁÑEZ GIMENO): Muchas gracias, don Fernando.

¿Alguno de los comparecientes desea añadir, matizar o hacer alguna intervención respecto al tema? Sí. Don Pedro Aibar, tiene la palabra.

El señor AIBAR RUIZ: Señor Presidente, Señorías.

Solamente, después de la exposición de Fernando, hacer hincapié, lógicamente, en el tema de la comercialización, porque es verdaderamente nuestro problema actual. Como él ha dicho, además es un tema social, los datos que yo más conozco son los de mi comarca, y en Campo de Borja,

los dieciséis municipios que la componen cuentan con una población actual de once mil quinientos habitantes, número que, si no le ponemos remedio, es fácil que en fechas próximas vaya disminuyendo.

En la agricultura en general, el tema del vino supone un 60%, y, como decía, en estos momentos, es el único cultivo por el que vemos posibilidad de que en esa comarca, en su conjunto, no se nos venga abajo el tema agrícola es la vid, y el mayor problema es la comercialización. Siento insistir en las cifras, pero nuestro objetivo está claro: si no somos capaces de comercializar más vino con denominación de origen, difícilmente vamos a poder, de cara al noventa y tres, competir con la agresividad que hoy existe en el mercado.

Sencillamente, creemos que en el vino en Aragón, a lo mejor se está haciendo lo que se puede, pero desde aquí, desde esta Cámara, pienso que deberían de sensibilizarse más con este tema, hay otras Comunidades que así lo han hecho, creo que en este momento han acertado, y están ya recibiendo sus frutos. Desde luego, el tema de la comercialización, simplemente, o con el solo esfuerzo del sector, es prácticamente imposible, porque nosotros, en nuestros presupuestos este año, hemos hecho un esfuerzo tremendo, de hablar de dos o tres millones en promoción que tenía nuestra Consejo, vamos a pasar este año, quizás, a una inversión de diez o doce millones. Quiero que sepan el esfuerzo que se está haciendo desde el sector, pero, aun así, esto es imposible, o se nos ayuda en este capítulo o muy difícil va a ser que nuestros vinos... en una palabra, que cumplamos nuestro objetivo, que no es otro que vender más vino con denominación de origen, para que se pueda producir ese capital añadido que al sacarlo en botella es la diferencia con lo que supone el de cubas.

No quiero insistir más en este tema del dinero, pero, desde luego, pienso que sería de agradecer que Sus Señorías lo consideraran y si quieren hacer algo por nuestras comarcas, por nuestras zonas de vid de Aragón, tendría que ser por ese camino.

Nada más, muchas gracias.

El señor PRESIDENTE (IBÁÑEZ GIMENO): Muchas gracias, don Pedro.

¿Algún componente más de los comparecientes desea intervenir o hacer alguna matización o alguna ampliación? Sí, don Jesús Gracia tiene la palabra, es el representante de la denominación de origen Somontano.

El señor GRACIA SALAMERO: Señor Presidente, Señorías.

Por mi parte únicamente insistir, va a ser un poco repetir lo que ya se ha comentado, pero, fundamentalmente, en cuanto a la zona del Somontano, también el cultivo del viñedo es, prácticamente, el único cultivo que el agricultor ve con expectativas de futuro, y que puede frenar, como ya todos conocemos, la progresiva despoblación de los pueblos que componen el sector agrícola. Entonces, lo fundamental para que las expectativas del cultivo de la vid sigan siendo buenas, es que el tema de la comercialización de los vinos vaya adelante.

Se van a exigir unas cifras de comercialización en el futuro para seguir manteniendo las denominaciones, entonces es muy importante todo el esfuerzo que se haga en este aspecto; se están haciendo importantísimos esfuerzos, tanto en renovaciones de plantaciones de viñedo, como en tecnología de elaboración, maquinaria de bodegas y depós-

sitos, las empresas y los viticultores están haciendo un gran esfuerzo, pero si no se ve complementado con una buena comercialización, quizás este esfuerzo pueda ser estéril. Entonces, la comercialización depende totalmente de una buena promoción, y el realizar unas campañas de promoción, que son fundamentales para sacar adelante las ventas del vino, supone un importante coste y un importantísimo esfuerzo, entonces, es aquí donde cabe todo el apoyo y donde se necesita toda la ayuda de las instituciones para poder llevar adelante y aumentar la comercialización de nuestros vinos, ya que la calidad que se está obteniendo está a un alto nivel y tiene que estar apoyada por esta promoción para que se conozcan. Quizás un factor importante de cara a que no haya por el momento mayores ventas, es el desconocimiento, quizás, de algunas denominaciones más jóvenes, pero también de todas en general fuera de nuestra zona, y es importante aumentar este conocimiento de nuestros vinos de cara al mercado nacional y de cara al mercado internacional, y todo esto se consigue a base de potenciar una buena promoción.

Unicamente, recalcar esto. Muchas gracias.

El señor PRESIDENTE (IBÁÑEZ GIMENO): Muchas gracias, don Jesús Gracia.

En representación de la denominación de origen de Calatayud, tiene la palabra su representante.

El señor LAFUENTE MARTINEZ: Como decían anteriormente, solamente podremos conseguir vender o comercializar todos los vinos producidos de denominación de origen como vinos de calidad, y en esto han insistido todas las personas que han hablado anteriormente, con unas campañas de publicidad fuertes.

Nosotros somos los últimos que llegamos, los espacios, los mercados están cubiertos ya por gente que lleva veinticinco, treinta, diez, quince años, y es mucho más difícil el desplazar a alguien en un mercado que está muy saturado, que ir a mercados que pudieran ser nuevos.

Podríamos después insistir un poco más sobre las cosas más domésticas, cómo funcionamos o cómo nos afectan las reglamentaciones que pueda haber dentro de la Comunidad, y cómo nosotros, a través de una serie de decisiones, podemos hacer que esos instrumentos que se están empleando puedan ser favorables a nuestros intereses o no puedan serlo.

El señor PRESIDENTE (IBÁÑEZ GIMENO): Muchas gracias.

¿Alguien más quiere intervenir o quiere hacer alguna matización? Concluido, pues, este primer turno, suspendemos la reunión por diez minutos.

El señor PRESIDENTE (IBÁÑEZ GIMENO): Se reanuda la Sesión.

Como es habitual, daremos el uso de la palabra a los distintos Grupos Parlamentarios. En representación de Izquierda Unida, don José Antonio Martínez tiene el uso de la palabra.

El señor DIPUTADO (MARTINEZ VAL): Gracias, señor Presidente.

Bienvenidos a los representantes de los cuatro consejos de denominación de origen que tenemos en Aragón. Ya conocíamos, por parte, al menos, de nuestro Grupo y de un grupo importante de Diputados de esta Comisión, co-

nocíamos el interés que ustedes tenían en que estas Cortes, a veces nos llaman los padres de la patria, en este caso, de la patria chica, el interés, digo, de que estas Cortes y estos Diputados conocieran no solamente la problemática del sector, que, en buena medida, está atravesando la misma situación o similar que todo un amplio sector del agro aragonés, sino especialmente conocer esas particularidades que difícilmente, de no convivir o de no estar inmerso en la misma zona que abarcan los consejos de regulación, es decir, el que no es oriundo o no proceda de una comarca en la que este monocultivo es casi prioritario, difícilmente puede uno tener una visión general; éste es mi caso.

Por lo tanto, con esa sinceridad les hablo, y sí que es importante, y así lo han destacado, el que en estas Cortes tengamos estos contactos, si bien yo soy un poco más escéptico, entendiendo que la presencia hoy en esta Comisión, y destaco la importancia que tiene, debe dársele el contenido y la dimensión que puede tener, porque el problema no es nuevo, el problema que ustedes nos han contado es de mucho tiempo atrás, algunas de las soluciones o de los aspectos que coyunturalmente les afectan más tampoco son de hace un mes ni de hace un año. Por lo tanto, el que esta visita u otras que posiblemente intercambiamos también, como se hizo ya en Cariñena, pueda dar una luz o una visión más global a estas Cortes significaría que las anteriores Cortes o que los anteriores Gobiernos han hecho muy poco por mejorar la situación. No obstante, nuestra obligación es mejorar las actuaciones anteriores.

En esa línea, yo entiendo que el problema que nos trasladan aquí es bastante similar, aunque en la dimensión, en cuanto a lo que pueda afectar al futuro de determinadas comarcas, no sé si todas las comarcas están en el mismo plano. Yo conozco un poco más la de Cariñena por la visita que se tuvo; por algún pequeño contacto ahora he conocido también la situación de Borja; el Somontano me toca más cerca —yo soy de Monegros—, aunque la proximidad, a veces, geográfica no te hace conocer los detalles más específicos, y, por lo tanto, desconozco más también la de Calatayud. Yo no sé si la situación de la agricultura es la misma en cada una de las cuatro zonas, en cuanto a lo que se refiere a depender del mismo porcentaje del futuro de la vid. Lo digo porque, desde estas Cortes, lo importante para nosotros es impulsar un desarrollo agrario, un apoyo a la agricultura, no de parcheos, no de subvención puntual a aquellas zonas en que en un momento coyuntural necesiten ese apoyo de la institución, sino en el de diseñar, planificar y orientar la acción de un Gobierno, desde nuestra obligación como parlamentarios, para tener una valoración y una visión global de la situación del campo en Aragón.

Entrando en algún aspecto concreto, ustedes decían que la necesidad que tienen hoy, desde hace mucho tiempo, es la de divulgación y promoción, porque nos consta que la calidad que ustedes controlan desde los consejos de regulación y la experiencia de las nuevas variedades de cepa y de viña, no digo que estén a la primera línea mundial, pero hay que reconocer que en Aragón se ha hecho un serio esfuerzo en mejorar la calidad, la calidad de la producción y también la calidad de la elaboración. Ustedes demandan de esta Comisión, en este encuentro, mayor apoyo para la promoción, para dar a conocer, para divulgar; también para la comercialización.

Yo he repasado de memoria, aunque las cifras no son demasiado difíciles de perder, el presupuesto que en este año noventa y dos la Comunidad Autónoma, en materia de denominación de origen, destinaría a las asociaciones, como

en este caso consejos de denominación de origen y específicos, y hay una cifra de sesenta y un millones de pesetas. Yo no sé si ustedes la conocían. Y, en todo caso, dentro de lo que puede llamarse promoción diversa de productos agroalimentarios, figuran otros treinta millones de pesetas. En total unos noventa millones de pesetas, que es la cifra con la que en este momento debemos contar para que el Gobierno aragonés, con el presupuesto del noventa y dos, impulse todo lo que son, en parte, las necesidades que ustedes nos han trasladado, las de ustedes como sector del vino, pero imagínense la cantidad de productos que hay que promocionar, y otras denominaciones de origen que también habrá que impulsar. Por lo tanto, entendemos que es una cifra que ahí está, y también me parece que ustedes deben ser conscientes de que es soberanamente insuficiente.

Habría que hacer una pregunta, y la hago ya, para no interferir después, si no, se me puede ir, y es saber la cantidad que del presupuesto del noventa y uno, ustedes, como consejos reguladores de vino, recibieron de la Administración Autonómica para esas campañas de promoción y divulgación en general. En todo caso, si ustedes la tienen pormenorizada, sería más interesante, pero, también en general, como consejos.

Nosotros entendemos, y antes lo he dicho, la necesidad de una actuación global, y es que no solamente el sector del vino va a experimentar una mejora en función de este apoyo de las instituciones en la promoción o la divulgación, sino también en la mejora de las impropias infraestructuras, a la hora de poder competir con otras denominaciones de origen, porque, en todo caso, aquí el caballo de batalla no solamente es el poder adquisitivo de la sociedad para que pueda beber un buen vino o un vino selecto o elaborado, sino también es el mercado con el que cada uno se tiene que topar.

Antes se decía que el vino de Aragón era uno de los grandes desconocidos, es decir, entre el consumidor medio o el consumidor habitual, el vino de Aragón es desconocido, pero también me consta que hay un problema de competencias en cuanto a precios, posibilidades de ofrecer relación calidad-precio con otras denominaciones de origen conocidas, como puede ser la de La Rioja.

Yo lo que les pregunto es si en la materia de modernización de sus propias instalaciones ustedes se sienten en inferioridad de condiciones con respecto a otras denominaciones de origen de otras Comunidades Autónomas. En resumen, y para ser más claros, si consideran que en esa materia la Comunidad Autónoma, que, en todo caso, es el marco en el que nos vamos a referir, tiene todavía una asignatura pendiente que cubrir. Yo sé que muchas de las bodegas de las que ustedes disponen son muy antiguas, han hecho un esfuerzo serio en la modernización, pero es un esfuerzo que recae fundamentalmente en mermar el beneficio que el agricultor va a obtener después de esa cosecha, porque son cooperativas en la mayoría de los casos. Por lo tanto, cualquier inversión para modernizar las instalaciones tiene que ir, inexcusablemente, a reducción de beneficios.

Esa es una de las claves que, a nuestro juicio, hace que en determinadas denominaciones de origen no se pueda competir con relación a otras que están más introducidas históricamente en el sector. Es más, en algunos de los caldos que no tienen la posibilidad de ser embotellados en denominación de origen, ustedes tienen que destinarlos —por lo que se nos ha comentado— a alcoholeras o a otro tipo de comercialización mucho más barata, y eso hace que les merme, al final, el balance del ejercicio. No ocurre lo mismo

en otras denominaciones de origen, que, posiblemente, por tener apoyos en la mejora de las infraestructuras, pueden permitirse el lujo de seguir vendiendo vino de denominación de origen mucho más barato que el que ustedes pueden hacer, porque, efectivamente, perder dinero se puede hacer una temporada, pero no todos los años. Yo creo que ahí es donde también tendríamos que insistir y nuestro Grupo les plantea esa cuestión, que nos parece importante.

Y, por no ser ya más extenso, hay alguna cuestión que también habrá que abrir, y es la relación que ustedes mantienen con los canales de distribución. Yo quiero decir que el futuro de los vinos de Aragón no pasará sólo por Aragón, ni preferentemente por Aragón, aunque debe empezar por aquí. Lo digo porque el número de habitantes y consumidores de Aragón supone un mercado reducidísimo en función de los potenciales que tienen nuestros cuatro consejos. Pero me da la impresión de que en la distribución, en la última puerta que hay para llegar al consumidor, no estamos al mismo nivel que han conseguido otras denominaciones de origen, seguramente porque llevan más años o, seguramente, porque hacen otro tipo de promoción. No sé si el descorche o alguna otra gratificación, que, a lo mejor —insisto—, es porque se pueden permitir ese lujo, puesto que tienen unos costos en infraestructuras que no les obligan tanto, y pueden hacer ese tipo de promociones, mucho más ventajosas para el consumidor o, en este caso, para el distribuidor.

Yo no sé si tienen una relación abierta con las propias asociaciones de hostelería, porque, a veces, sorprende ir a algún restaurante o a algún bar en Aragón y no tener ninguna botella de denominación de origen o, por lo menos, si no se pide específicamente, no te la ofrecen. Entonces, eso es algo que también ustedes nos transmiten permanentemente, y que los demás también detectamos; no sabemos qué es lo que está fallando allí. Por lo tanto, es una cuestión que también les lanzo a las asociaciones de consumidores, es decir, es una campaña amplia, ambiciosa, de promoción y de divulgación.

Termino. Es importante el apoyo institucional, importante en la promoción, importante también en la divulgación e importante también en la posibilidad de abrir nuevos mercados; estoy de acuerdo en que muchos están saturados y hay que abrir nuevos mercados, pero, desde estas Cortes, y es un poco la reflexión final, nuestro Grupo, y creo que ése será el compromiso que debemos adoptar, debemos insistir especialmente en la mejora de las propias infraestructuras, en aquello que pueda hacerles a ustedes competitivos, porque en lo demás nos consta que lo son: en calidad, en experiencia y en saber presentar el producto. Por lo tanto, hay que atacar el problema del origen, y en eso no se puede ir con medias tintas, no se puede ir con presupuestos como los que en estos momentos maneja la Comunidad Autónoma, independientemente de que estemos necesitando mayores cuotas de autogobierno y de autonomía, pero aquí estamos hablando de problemas concretos.

Esa es la primera parte de mi reflexión, y esas dos o tres preguntas que les he lanzado, sin perjuicio de que después podamos hacer alguna otra consideración.

Reitero nuevamente las gracias; la visita que realizamos a Cariñena nos dio una visión global de lo que es el mundo que rodea el cultivo de la vid, y me consta que es similar, aunque con las matizaciones de que todas las comarcas quizá no dependan tanto de ese monocultivo como otras, como puede ser el propio Somontano, que tiene más diversidad.

Gracias, de momento.

El señor PRESIDENTE (IBÁÑEZ GIMENO): Gracias, señor Martínez.

A continuación, tiene el uso de la palabra el Grupo Popular, y en su nombre el señor Pintado.

El señor DIPUTADO (PINTADO BARBANOJ): Muchas gracias, señor Presidente.

He de empezar mi intervención también agradeciendo la presencia hoy de los cuatro consejos de denominación de origen de vinos que tenemos en Aragón. No solamente agradezco su presencia en estas Cortes, sino su trabajo, que nos consta que es de tremenda importancia para salvar uno de los sectores que, desde nuestro punto de vista, podemos considerar estratégicos, dentro de lo que es la producción agraria aragonesa, no en cuanto a la cantidad y al volumen, pero sí en cuanto a que es la calidad y la imagen de ese producto que, desde nuestra Autonomía, se puede dar al resto, no solamente de España, sino de la Comunidad Económica Europea.

Yo estoy totalmente de acuerdo con don Fernando Peligero, cuando definía, por matización, lo que es la labor de un consejo de denominación de origen, que es la de velar por la calidad y pureza y por el origen de los vinos. Ahora bien, tal y como se ha demostrado en la intervención de los distintos representantes de los consejos de denominación de origen, se ve claramente que ustedes están imbuidos totalmente en la problemática del sector, y trasvasan, como es lógico, porque están totalmente identificados, no solamente la cuestión de velar por esa calidad y por la originalidad de los vinos de sus consejos, sino que abordan una problemática mucho más amplia, que se centra, básicamente, en el capítulo de las propias estructuras, de las cooperativas o bodegas que actualmente están funcionando en sus zonas y, por así decirlo, el principal papel o problemática es para nosotros el capítulo de la comercialización.

Yo personalmente conozco desde cerca el papel que está jugando la denominación del Somontano en la zona de Barbastro y todos estos pueblos, y realmente vemos con preocupación el capítulo de la comercialización porque, teniendo en cuenta que es una denominación con una superficie bastante pequeña, si se compara con el resto de denominación, a medida que vamos aumentando, que vamos proyectando una nueva serie de hectáreas, también nos vamos encontrando con que tenemos mayores dificultades de penetración en el mercado.

Querría hacerles una pregunta, para que luego me la respondieran, si son tan amables. ¿El resto de las denominaciones de origen —Cariñena, que creo que está rondando las veinte mil hectáreas, Calatayud, dieciocho mil, Campo de Borja, unas diez mil— qué porcentaje pueden dedicar a la producción de los vinos de su denominación de origen? Esto yo creo que es un factor muy importante, porque, muchas veces, de cara a la opinión pública, el hecho de que estemos hablando de Cariñena o el hecho de que estemos hablando de cualquier denominación de origen, parece suponer que toda la producción se puede destinar a unos vinos de calidad, que todos lo son, realmente, pero con una etiqueta, una contraetiqueta que tiene un aval dentro de lo que es actualmente la comercialización en el sector.

También nos gustaría conocer el parecer sobre los planes que se están realizando a través de esta empresa que ha nombrado anteriormente, la Price Waterhouse, en colaboración con el Gobierno autónomo, para determinar cuál es la problemática esencial del sector, si es esa atomización o el volumen de comercialización por parte de las empresas,

y, al mismo tiempo, si ustedes consideran cuál es el mejor modelo que actualmente se podría abordar para el capítulo de la comercialización, si estamos comercializando bien con las actuales estructuras o si, quizá, sería factible ir a un tipo de comercializadoras —ya no digo una sola comercializadora para los cuatro consejos, cuestión que posiblemente fuera muy difícil— que pudiera aglutinar los vinos de un consejo y que los pudiera proyectar hacia el exterior.

En definitiva, volviendo un poco a lo que es el papel, que anteriormente comentábamos, de los consejos de denominación de origen, posiblemente, a veces, da la sensación —y es lógico también, porque, claro, cuando hay una guerra de mercados, así es— de que se establece cierta competencia entre los distintos consejos. Hay una frase que oí hace muchísimo tiempo y es que, realmente, claro, cuando no hay competencia dice que aparecer la incompetencia. En este caso concreto ustedes están luchando con las mismas armas y, a lo mejor, haciéndose daño dentro de la propia comunidad, porque hay un sector muy importante fuera de nuestra comunidad que tiene gran pujanza y que, realmente, es el que quizá nos haga mucho más daño.

Dentro del capítulo de comercialización, como he dicho anteriormente, me gustaría conocer si ustedes tienen alguna valoración de por dónde, realmente, se podría incidir. Yo tengo que manifestarles, como ustedes anteriormente lo han hecho y han reconocido, que, por parte del Gobierno autónomo, hay sensibilización y preocupación por el sector. Ahora bien, que se haya quedado corto en los medios económicos, totalmente de acuerdo. Es decir, yo creo que todos los medios económicos que pongamos quizá sean pocos. Pero yo quisiera que esos medios económicos, a la hora de hablar de un consejo determinado o de los cuatro consejos, tuvieran detrás unos objetivos muy concretos. Es decir, que no solamente se tuviera como objetivo la potenciación del consejo como tal, que hay que dotarle de medios para que pueda hacer ese control, sino que se pensara en las industrias, desde mi punto de vista, y, detrás de las industrias, por supuesto, en los agricultores, que son los que actualmente están padeciendo el problema concreto de la economía, no derivado de la comercialización, sino, quizá, de esa falta de estructuras o de esa falta, muchas veces, de capitalización que es lo que está, posiblemente, retardando una expansión y una posibilidad de acceder a otros capítulos, como la comercialización.

En definitiva, yo creo que nos encontramos con un problema que es bastante genérico dentro del sector agrario, que está en que el dar el paso de la producción, a través de la elaboración, en este caso de vinos, y después también de la comercialización, es donde nos perdemos. En la producción, yo creo que con el esfuerzo que se ha hecho por parte de las cooperativas, de las bodegas y de los mismos consejos, se han conseguido ya unas líneas muy competitivas, unas líneas muy buenas, independientemente de que no se haya conseguido en algunas denominaciones de origen cambiar esa imagen de estos vinos que hablamos de antaño, más recios, pero, por otro lado, nos hace falta realmente conseguir empresas que sean capaces de comercializar con suficiente fuerza.

Luego, hay otro aspecto sobre el que, sin ser de gran importancia, pero creo que sí que la tiene, me gustaría contar con su opinión, es la cuestión de la representación en los consejos, no me refiero a ninguno en concreto, pero veo con claridad en muchas mesas sectoriales, no solamente hablando de vinos, que a veces aparecen personas a la hora de presentar cuestiones concretas ante la Administración

general, que ya no sólo no representan a un sector determinado, sino que las veo con ideas vacías, incluso se les nota clarísimamente que no están mojados en el tema; es distinto cuando habla usted, por ejemplo, que se ve perfectamente que todos ustedes están en el sector, que lo conocen y que padecen en sus propias carnes lo que es una situación determinada. Yo creo que aquí sí que hay que hacer un esfuerzo, por parte del propio sector y por parte de la Administración, para reconocer a los que realmente son valedores y tienen algo que decir en este tema.

Luego, también, en el capítulo al que antes nos referíamos de subvenciones del Gobierno autónomo, en los distintos proyectos de promoción, hay que buscar, como muy bien decía anteriormente, esos objetivos concretos, y, luego, una profesionalización vía los consejos o vía las propias infraestructuras que tenemos en sector. Ahora bien, yo creo que ahí sí que habría que hacer un esfuerzo importante por concentrar, en la medida de lo posible, el capítulo de esa especialización y de esa profesionalización, para dar una imagen unitaria de lo que es el vino de un propio consejo de denominación de origen o las distintas variantes que tenga en función de esas variedades de vino o de esas marcas que cada uno puede poner en marcha.

Luego hay otra cuestión que yo creo que también es importante resaltar: es la problemática interna, a la que antes he hecho alusión muy rápidamente, de lo que son las propias empresas que están operando en el sector. Nosotros conocemos, en concreto, algunas de ellas que han planteado ante la propia Administración autónoma cuestiones muy concretas de capitalización, pero no en lo que son inversiones por infraestructuras y para lanzarse.

Yo, personalmente, que también soy partícipe del sector agrario en general y de alguna cooperativa en especial, me doy cuenta de que, realmente, el problema muchas veces es más de capitalización que de crear unas infraestructuras, porque en la medida que no seamos capaces de amortizar en las cuestiones que hemos ido invirtiendo durante años atrás, va a ser muy difícil que nos lancemos a otros proyectos.

Ahora bien, eso hay que hacerlo con objetivos muy concretos, es decir, yo creo, soy de la opinión, por lo menos nuestro Grupo Parlamentario es de la opinión, de que entrar a la subvención directa en lo que ha sido, ya no una mala gestión, sino, a lo mejor, una gestión desgraciada o influenciada por distintos sectores, es una cuestión peligrosa. Pero esto, unido a esa recapitalización de las empresas del sector, pudiera dar origen a empresas de comercialización y a que la Administración entrara por esa línea a subvencionar económicamente este nuevo proyecto, con el fin de que se beneficiaran y se descargaran. Descargarse del alto capital de financiación es uno de los principales capítulos, de las propias empresas productoras, que hace falta para mantener un vino que se tarda tres o cuatro años en sacar al sector; ahí está, digamos, la clave de la cuestión, porque, claro, si yo produzco hoy y dentro de noventa días puedo cobrar, son noventa días de financiación, pero el resto es bastante más fuerte.

Y luego, para terminar mi intervención, yo quisiera decir que, no sé si estarán ustedes de acuerdo conmigo, pero que, tal como actualmente estamos sufriendo la presión tan importante del comercio exterior —y hablo en concreto del suelo de Francia, no sé si en el caso del vino se da también en este sentido, y también de España, por supuesto—, hace unos años quizás calidad era igual a más precio, pero que, hoy por hoy, la calidad es igual a vender; en

cuanto a conseguir más precio, yo creo que hay bastantes dificultades.

Muchas gracias.

El señor PRESIDENTE (IBÁÑEZ GIMENO): Gracias, señor Pintado.

A continuación, en representación del Grupo Parlamentario del PAR, tiene la palabra don José Cruz Murillo.

El señor DIPUTADO (MURILLO ARRUEGO): Gracias, señor Presidente.

En primer lugar, agradecer a la denominación de origen Cariñena, al consejo regulador, las atenciones que tuvo con la Mesa ampliada de las Cortes en la visita que realizamos hace un par de meses, y también al resto, porque tenemos la certeza de que, en el caso de haber elegido Borja, Calatayud o Somontano, hubiésemos tenido esas mismas atenciones.

Y, muy brevemente, porque de la exposición que han hecho ustedes, nosotros hemos desprendido que en el tema de cultivo y elaboración parece que no hay graves problemas, salvo los tradicionales en este tipo de agricultura, y es la parte de la comercialización aquella que más les preocupa.

De lo poco que nosotros hemos podido averiguar en las visitas, más las intervenciones, hay algo que nos ha preocupado y que nos gustaría que nos ampliasen, y es la proliferación de las marcas, sobre todo en las cooperativas y qué valoración le dan ustedes a este tema. Vemos que en Cariñena hay muchas, en Borja, también, en Somontano, quizás menos y en Calatayud, menos también, pero a nosotros nos parece que este puede ser un problema a la hora de comercializar, puesto que cuando pides un vino de mesa en cualquier restaurante, tanto si es de Aragón como fuera de aquí, te encuentras con que te preguntan, un vino de mesa de Aragón, pero ¿qué marca?, y ahí es donde realmente te pierdes, hay, quizás, poca producción y demasiadas marcas. Esta es la impresión que, como ciudadano de a pie, se puede sacar, y a nosotros, como grupo político, nos interesaría que ustedes valorasen este tema para ver si, con la ayuda de todos, se podría encontrar una solución.

Eso es todo por ahora, gracias, señor Presidente.

El señor PRESIDENTE (IBÁÑEZ GIMENO): Muchas gracias, señor Murillo.

A continuación, el Grupo Socialista y, en su nombre, don Simón Casas.

El señor DIPUTADO (CASAS MATEO): Muchas gracias, señor Presidente.

También, desde nuestro Grupo, agradecer la presencia de las denominaciones de origen del vino de Aragón, y hacer alguna valoración sobre lo que nos han comentado. En primer lugar, querríamos destacar que, en Aragón, la producción de vino creo que, efectivamente, ha experimentado en los últimos años una gran mejora, una mejora de la elaboración, que ahí hemos estado avanzando; tal vez con esa mejora lo que hemos hecho es recuperar aquellos caldos antiguos a los que se refería el presidente de la denominación de origen de Cariñena, estamos volviendo a unos orígenes y, realmente, unos orígenes de calidad, y hay que apreciarlo así.

Nos consta que las bodegas están haciendo un esfuerzo importante en técnica, que la estación de viticultura y enología supongo que habrá hecho su contribución en este tema;

ahí sí que me gustaría que hiciesen ustedes también una valoración del cambio que en este momento se ha producido entre la estación de viticultura y enología, cómo puede afectar a la labor que estaba desarrollando específicamente en mejora de la calidad del vino, y nos gustaría también que nos hiciesen algún tipo de valoración sobre el futuro del vino dentro de la posible reforma de la PAC, porque, indudablemente, parece que existen excedentes. Ya se ha comentado de alguna manera que, efectivamente, una de las soluciones puede ser bajar la producción, quitar lo peor para mantener lo mejor, pero que, indudablemente, eso puede tener unos costes ecológicos importantes, ecológicos en el doble y amplio sentido: ecología humana y ecología física, ecología del medio natural.

Yo soy de los que piensan que la vida habrá que mantenerla siempre, aunque sea improductiva; en este país, de enormes extensiones, están sujetas por las raíces de este maravilloso árbol —digamos árbol, arbusto, planta, como queramos llamarle—, pero que tiene una capacidad indudable para mantener unos terrenos verdes y una ecología específica, y que eso simplemente le da un gran valor. Como en la ecología lo que más nos interesa es lo que afecta en este momento a un mundo rural cada vez más despoblado, efectivamente, hay que saber que hay quince mil familias que pueden estar dependiendo de este cultivo, cuando —y no sirva como comparación negativa, ni que nadie quiera ver detrás de esto ningún otro sentido del que quiero darle—, por ejemplo, todo el plan de Monegros supone una incidencia sobre mil quinientas familias agrarias, indudablemente, otras familias también no relacionadas con la agricultura se beneficiarían de esto, pero quiero decirlo por comparar, porque, a veces, apreciamos menos lo que tenemos, buscando siempre apoyarnos en proyectos que, probablemente, son más complicados, a la vez que descuidamos lo que tenemos en casa.

Nosotros tenemos claro también, tal y como ha comentado el Portavoz del Partido Popular, que un sistema de producción y comercialización es una cosa muy sencilla y muy complicada; sabemos que es una cadena que empieza por buscar un volumen, una tipificación, una calidad, ponerle una marca, tener un servicio comercial y, por supuesto, cuanto más nos acercamos al consumidor —lo más difícil—, hay que poner en marcha el marketing y la financiación.

Efectivamente, creemos que en Aragón los problemas que tenemos para conseguir un desarrollo agrario, asentado y de futuro, suelen ser problemas de financiación y de marketing, sobre todo, en este sector donde el tema del cooperativismo es tradicional, no creo yo, simplemente, que por convencimiento de los agricultores de que la cooperativa sea el sistema ideal, porque, si no, estaría en todos los productos, sino porque el sistema de elaboración ha obligado a los agricultores a agruparse en cooperativas. Ya tenemos esa estructura cooperativa, que el vino, concretamente, es el sector con mayor porcentaje de cooperativismo, supongo que estaremos en unos niveles por encima del 70%; yo quiero resaltar el tema del cooperativismo porque lo tenemos muy fácil, desde la Administración regional está muy fácil, en la base de muy pocas entidades, llegar a todos los agricultores.

Lo que estamos demandando y pedimos es que estos planes de apoyo, efectivamente, se den a aquellos puntos, a aquellas estructuras de segundo grado, de tercer grado, a aquellos consejos reguladores o asociación de consejos reguladores mediante un organismo de colaboración que pueda crearse, que se den las ayudas sin tacañería, porque esas

ayudas van a revertir en cascada; vamos a ver si podemos cambiar el sentido, y, en vez de poner dinero en la cartilla del agricultor directamente, llevar el dinero a las organizaciones de los agricultores. En este sentido, el gran interés que tienen para nosotros las denominaciones de origen, parte de la misma estructura asociativa que representa, en este caso, una estructura asociativa técnica, pero que, indudablemente, facilita muchísimo cualquier tarea de mejora de determinado cultivo o del proceso de comercialización.

Por supuesto que estaríamos por potenciar la EVE al máximo, como centro técnico mixto, con participación del sector. Respecto a los apoyos al consejo, indudablemente en los presupuestos de la Comunidad Autónoma hay ya un dinero importante, pensamos que pueden hacerse cosas con él, y también, efectivamente, como ha comentado el Portavoz del Grupo Popular, sería interesante que estos apoyos no fueran innominados, sino que se destinaran a proyectos concretos, a planes concretos que habría que definir conjuntamente en lo que es fuera de Aragón, conjuntamente, todos los consejos denominadores de origen y, tal vez, en lo que es dentro de Aragón, pues allá cada uno se las vea, pues, efectivamente, hay una competencia interna entre las respectivas denominaciones de origen.

También queremos apoyar la potenciación de la comercialización, para que seamos capaces de salir fuera de Aragón, creando oficinas en el exterior de comercialización agraria, con participación del sector cooperativo, fundamentalmente e, incluso, estaríamos por apoyar la creación de alguna empresa mixta de comercialización genérica para todos los productos aragoneses, con el objetivo fundamental de atacar esos dos problemas de los que hablaba antes: el de marketing y la financiación; en el caso del marketing, por la propia mentalidad los agricultores, y los problemas puramente financieros al pagar intereses desorbitados con relación al interés que pueda producir una tierra agraria. Indudablemente, son los dos temas que habría que potenciar.

En todo caso, repito las dos preguntas que les lanzaba, que serían: ¿cómo ven la situación de la futura reforma de la PAC en el sector del vino?, y, concretamente, ¿qué valoración hacen también de la situación de la estación de viticultura y enología?

Muchas gracias, señor Presidente.

El señor PRESIDENTE (IBÁÑEZ GIMENO): Gracias, señor Casas.

A continuación los señores comparecientes podrán contestar a los distintos Grupos, cualquiera de ellos que lo desee. ¿Don Fernando? Tiene la palabra.

El señor PELIGERO GOMEZ: Se me va a permitir, porque creo que hay una diferenciación de preguntas y que, lógicamente, tiene que contestar cada uno de los consejos. Y, dentro de esto, si se me permite, por la similitud de alguna, se les puede contestar de una forma global, pero hay algunas muy particulares que me gustaría contestar, para una mayor información y hasta donde yo pueda saber, dentro de la denominación de origen Cariñena.

El Grupo Parlamentario de Izquierda Unida preguntaba, en general, el tanto por ciento de monocultivo que existe en las diferentes denominaciones de origen. En Cariñena, prácticamente, es monocultivo, el 98%, y me explico. Puede haber alguna matización con unos nuevos regadíos, que se han hecho pozos, pero, en el volumen general que existe dentro de toda denominación, de los catorce términos municipales, se calcula sobre un 2%, porque la parte propor-

cional que se está cultivando de cereal lo interpretamos como monocultivo de la vid, porque, lógicamente, en el momento que se arranca, no podemos plantar o replantar al año siguiente, sino que hay que dar un compás de espera de siete años, o sea, que no lo consideramos como cultivo cerealista, aunque se coja el cereal en esta proporción. Por tanto, el monocultivo es total, y digo que es total cuando podemos hablar de un 96, de un 98%

En cuanto a la relación calidad-precio por la que se preguntaba, considero que, en Cariñena, hoy, se puede estar a nivel de cualquiera de los consejos reguladores de toda España, pero en un nivel alto, en primerísima calidad. De forma que, si nos atenemos, por ejemplo, a los estudios que hace concretamente la revista *El Ciudadano*, fuera de toda duda, donde se hace una selección y un equipo de técnicos va a las tiendas directamente, o sea, que no hay ningún tipo de preparación de ir directamente a las bodegas, sino que de las mismas tiendas están cogiendo las botellas que están en el mercado y que, lógicamente, luego lo llevan a analizar. Afortunadamente, dentro de todos los vinos que había, incluso los vinos de grandes firmas, ocupábamos el tercero, cuarto o quinto puesto en el orden de calidad precio, y digo que es una revista fuera de toda duda, porque la hacen ellos, que no cobran absolutamente nada, que lo hacen sin avisar; es la revista *El Ciudadano* a la que me puedo referir como dato más concreto.

En muchas ocasiones se hacen las catas sabiendo los precios de distintos vinos de denominación, porque hay que saber lo que se está dando en el mercado, lo que está dando la competencia, yo puedo asegurar que lo que nos dan los técnicos en el consejo coincide plenamente con los datos de esta revista. Estamos a un primer nivel, y pienso que, en ese sentido, no podemos tener comercialmente ningún temor para abarcar empresas de expansión y salir donde se quiera.

Sobre lo que se hablaba de la extensión en la denominación de origen Cariñena, son veintiuna mil hectáreas las que existen y, cuando se habla de la proporcionalidad —es otra pregunta que contestaré después, que me la ha hecho el Grupo Popular—, por ejemplo, con veintiuna mil hectáreas, si hacemos una comparación con otras denominaciones de origen, sí que las hay mayores, lógicamente, está Valdepeñas, está Mancha, está Rioja, y sin embargo, es donde se puede entrar en otro tipo de competencias con muchas denominaciones más específicas, más concretas, como podrían ser o bien Rías Baixas, o bien Cigales, o bien Rueda, donde la proporción o la extensión suele oscilar de mil quinientas a tres mil, a cuatro mil hectáreas. Es mucho más fácil controlar una denominación con dos, tres mil hectáreas, donde específicamente se hace un vino muy característico, o bien pueden ser rosados, o bien puede ser, por ejemplo, en los carbónicos, o bien pueden ser unos vinos blancos con especialidad, con esa extensión de hectáreas creo que se puede jugar bastante mejor.

En cuanto a la relación de ventas con distribuidores, la mayor parte en Cariñena está en régimen cooperativo; aproximadamente un 90% de todo lo que se comercializa está en régimen cooperativo, entonces el sistema que se tiene es independiente de una relación, de captación con los consumidores, de las organizaciones de consumidores, de amas de casa y de todas las relaciones que puedan existir en esta índole. Si la relación a nivel de venta directa no se tiene, y me ciño, en Cariñena, a las tres cooperativas comercializadoras de vino embotellado que son la Cooperativa de Paniza, la Cooperativa de Aguarón y la Cooperativa de Cariñena,

fundamentalmente —otras cooperativas hacen una comercialización muy pequeña y muy interna, muy específica de algún tipo de vino que les piden, pero los vinos que están en el mercado son de estas tres—, éstas funcionan por el régimen de distribución, de forma que nombran un distribuidor en cualquiera de las provincias o capitales de toda España, y, entonces, tienen la representatividad y la exclusiva de sus vinos, o bien en algunos sitios abarca a toda la provincia o a una determinada zona, o bien poblaciones importantes nombran sus propios distribuidores aun dentro de una comarca.

Se han hecho, en ocasiones, tentativas de una distribución directa, concretamente, la Cooperativa de Cariñena tuvo su distribución directa en Barcelona, que luego se amplió como un almacén regulador propio de la cooperativa, con alquiler de sus almacenes, con su personal propio contratado, con sus vehículos propios, lo mismo que se hizo en Zaragoza, pero aquí quizás es donde se puede entrar en la matización, en la imperfección del sistema cooperativo, que es perfecto como tal en el momento de fomento, de unión de todos esos viticultores para poder defender un producto, pero, lógicamente, es mucho menos ágil a la hora de desarrollar unas técnicas comerciales, quizás porque la preparación del viticultor en general no ha sido la más idónea, y, del viticultor de Cariñena, en concreto, para saber mentalizarse y formar las estructuras de cualquier tipo de sociedad con una red comercial. De ahí es donde viene de antaño un ligero fallo del sistema cooperativo, fallo enmendado porque, afortunadamente, las mentalidades cambian, se están dando cuenta de que el viticultor sigue siendo viticultor como hombre de campo, pero la preparación, afortunadamente, va en aumento y, por lo tanto, éste es el momento, la ocasión donde se pueden lanzar todos estos temas.

Del Grupo Popular hay una pregunta que contestaré en conjunto, el Grupo del PAR me ha preguntado tanto de instalaciones como de comercializadoras. En concreto, el Grupo Popular me pregunta la cantidad de vinos con denominación; he dicho ya que en Cariñena hay veintiuna mil hectáreas que producen unos setenta millones de kilos de uva y, aproximadamente, esto supone unos cincuenta, cuarenta y ocho, cincuenta y dos millones de litros de vino.

El estatuto de la viña permite un rendimiento del 72%, el consejo regulador sólo permite un 70%, o sea, que es más restrictivo en aras de buscar la calidad. Entonces, de estos cincuenta millones de litros que se producen, aproximadamente, dependiendo del año, y según los datos estadísticos del último año, treinta millones de litros son los que se comercializan como denominación de origen. Hago la salvedad de que de estos treinta millones, una parte se comercializa en botella de litro y, otra parte, aproximadamente unos diez o doce millones de litros, se comercializa en botellas de tres cuartos, con su corcho correspondiente. Esto quiere decir que hay veinte millones que, no es que se descalifiquen, porque nosotros entramos dentro de la normativa comunitaria, es decir, no podemos descalificar, pero sí que aquellos vinos que, por algunas circunstancias o fallos tecnológicos o climatológicos, dependiendo de la calidad de los vinos, estando dentro del listón que nosotros exigimos en la denominación, automáticamente no los damos aptos para poder marcar la contraetiqueta, aunque son los mínimos.

Lo que ocurre es que muchas cooperativas, sobre todo las cooperativas graneleras, no califican algunos de los vinos como denominación de origen, aunque sí que están calificados los viñedos, porque entran dentro de la zona geográ-

fica. Estas cooperativas, al no poder tener una comercialización directa tienen el inconveniente de no pueden vender el vino como denominación, porque, según la normativa, toda aquella mezcla de vinos con denominación con vinos que no lo sean, da lugar a un producto no apto para el consumo. Creo que la frase o la expresión europea no es la más acertada, porque me imagino que apto para el consumo sí que es, pero entendemos que no se puede hacer. Entonces, estas cooperativas graneleras, lógicamente, saben que tienen que vender ese vino para vino de mesa, y tienen que entrar en las descalificaciones o en las penalizaciones que supone convertirlos en alcohol, en la quema, y, por lo tanto, no lo califican como denominación de origen; sí que pertenecen a la denominación de origen, los viticultores, como tales, con los viñedos, pertenecen al consejo regulador, pero no el vino que producen, porque ellos mismos no lo han cualificado. Por lo tanto, se estima que dentro de Cariñena el 60% de la producción es la que está considerada como vino de denominación.

Otra pregunta que me hacían era sobre la composición de los consejos, si eran las personas más lógicas o más idóneas para esto. En estos momentos se está en campaña casi preelectoral, porque se está a la espera del decreto que regule las elecciones a los diferentes consejos, entonces se puede estar en una disputa sobre la proporcionalidad o representatividad que tiene que haber en los consejos. En esa lucha es donde puede estar el caballo de batalla, en la denominación de origen con un 90% de cooperativas que existen, lógicamente, es de esperar, y sería lo lógico, que hubiese una mayor representatividad del sector cooperativo. Si por el sector vitícola, que son seis puestos los que hay, entran directamente los viticultores, hay que respetar a aquellos viticultores que no estén en régimen cooperativo, porque hay que respetar esas minorías, son seis puestos, y son seis puestos por el sector vinícola, donde intervienen las embotelladoras y los elaboradores.

Entonces, hasta ahora, se quería hacer la paridad de que hubiese seis viticultores y seis vinicultores, y pienso que se puede conseguir así; creo que las cooperativas están demandando una mayor participación, pero el comercio particular pienso que nunca, aunque sea minoritario, debe desaparecer de un consejo regulador. Concretamente, la funcionalidad del consejo regulador de Cariñena pienso que da funcionalidad del mismo, dependerá de las personas que, con más o menos interés, con más o menos ilusión, con más o menos espíritu de trabajo, quieran entrar a modificar y coger este tren y lanzarlo a una alta velocidad. Entonces, considero —es una cuestión muy personal— que debe haber una mayor representatividad, dentro del consejo, de las cooperativas, pero que tiene que haber una lógica participación de las empresas particulares, porque, entre otras razones, creo que se tiene que hablar de calidad y éstas también están haciendo su calidad.

Si me permite el Grupo Parlamentario del PAR, englobaría su pregunta de la proliferación de marcas, por hacer un esquema general, con la de Izquierda Unida en el tema de instalaciones, y con la del Grupo Popular, en el de las comercializadoras, que es de lo que se hablaba, y con una que ha hecho el Grupo del PSOE.

Entonces, concretamente, en lo referente a Cariñena, hay dos preguntas concretas, una es: ¿cómo puede afectar la nueva organización de la EVE? Hay que aclarar que la EVE, hasta estos momentos, para Cariñena en particular, ha supuesto mucho, se han hecho trabajos, o se han iniciado, o se han pretendido hacer trabajos importantes, como es la

selección coronal de la garnacha, un tema que Cariñena está reivindicando continuamente, porque una de las características o la tipificación propia de los vinos de Cariñena se debe, en una parte, a la autóctona, a la cariñena. En algunos sitios es llamada mazuera, yo la llamo siempre cariñena, porque con ese nombre la llaman en Francia y la llaman en Estados Unidos. Pero es clave también para la elaboración de los rosados y para la mezcla con esta cariñena de la garnacha. Entonces, por desgracia, en Cariñena, en la última reestructuración que han hecho los viticultores, ha habido un descenso enorme de la plantación o del injerto de la garnacha, con una mayor proliferación de la tempranillo. La tempranillo no pierde las características propias del vino de Cariñena, porque, a la hora de elaborar —son datos que, si me permiten, no los doy, porque necesitaría ser técnico en enología, y yo no lo soy—, pero se considera que en lugar de monovarietal, en los vinos de Cariñena, debe llevar, en un porcentaje, la tempranillo, la cariñena y la garnacha.

Para la elaboración de los tintos, la garnacha, por el problema que tiene de oxidazos, por lo tanto, un mayor aumento de oxidación —por lo tanto, se nos puede ir tanto la crianza como la reserva— necesita el componente, no como monovarietal, sino que tiene que ir con una composición de cariñena y tempranillo. Pero el viticultor, que no ve primada lo suficiente esta uva, a través de sus cooperativas, y por el problema que tiene para la floración la falta de ligazón en la flor, entonces los rendimientos de la garnacha de diez años, siete suelen ser bastantes regulares a la hora de la polinización, está dejándola.

Pero nos consta y sabemos que bastaría con una selección coronal adecuada, que es costosa y que, lógicamente, requiere un estudio de ocho o diez años, pero, si empezamos ahora, dentro de diez años todos los viticultores podrán seguir implantando la garnacha con una selección coronal adecuada, mejorando no solamente en la cantidad, sino también en la calidad. Este es un estudio que se ha pedido a la EVE, y que, con la nueva reestructuración, según palabras de una de las direcciones generales de la DGA, se nos dice que lo que puede cambiar es el nombre, pero que, precisamente para estos estudios de selección coronal, se va a aumentar el trabajo de investigación sin dejar el resto de los trabajos.

Por lo tanto, si se aumenta el trabajo de investigación, que es lo que se necesita, y no se deja el resto, el apoyo de los que nos venía aportando la EVE en cuestión de comité de cata aragonés —que, dicho sea de paso, es la mejor que hay en España, y no lo digo desde aquí, sino que lo digo a nivel del resto de los consejos españoles que así lo consideran— y se sigue haciendo el plan de investigación, en Cariñena tenemos que decir: bienvenida sea esta reestructuración, se llame como se llame, aunque a todos nos gustaba, porque había impactado el nombre de la EVE; pero, si además de esto se aumenta, bienvenido sea todo lo que pueda ser.

Otra de las preguntas que se formulaba era sobre los excedentes. Si hablamos como excedentes de denominación, lógicamente, en Cariñena, de cincuenta, puede haber veinte de excedentes. No puede existir, porque van como vino de mesa, pero, como denominación sí que hay que considerarlos como excedentes.

Entonces, el panorama que puede ser de una disminución, y vamos al terreno ecologista, pues, lógicamente, la fijación de la tierra, por estas raíces de la cepa —y estoy totalmente de acuerdo—, es fundamental y primordial. Hay

un sistema que lo exigen o la hacen en Francia y en Alemania, porque hay muchas parcelas de vides que no son rentables, porque están en un terreno abrupto, cuyo trabajo no se puede mecanizar, donde los rendimientos son muy bajos, y, entonces —me imagino—, lo hacen, simplemente, por la cuestión ecológica de mantener esta fijación.

Claro, si el Cariñena se tiene que fijar y se dice: son las veintiuna mil hectáreas, pero de las cuales el 50% de la producción, para seguir contando como denominación, tendría que ser en una botella específica, entonces, podemos caer en la competencia de que otros nos pudiesen pisar, ahí estarán para hacer calidad, y entonces bajar de este cincuenta. Por lo tanto, habría que sacar parte de estas hectáreas de la denominación para poder estar dentro de la regulación que se va a hacer de los vinos, poder estar en este 50% de vinos, porque, si no, te quitan la calificación de denominación de origen. Por lo tanto, es un peligro que existe con esto. Ahora, ¿de qué forma se puede mantener? Lógicamente, en los terrenos donde no puedan ser rentables, o bien tiene que haber una disposición, que se aceptaría, para que los viticultores pudiesen seguir implantando, por cuestiones de ecología, estas vides en terrenos que no les dan, siempre y cuando se permita que esto no esté dentro de la denominación, y, por lo tanto, en las nuevas disposiciones no entre dentro del cómputo que pueda poder en peligro de perder la denominación, y, sin embargo, compensar, como vino de mesa, aunque sabemos que tengan su penalización, pero, siempre y cuando, se sepa o estén los medios suficientes para poder defender con creces lo que, por otra parte, va a originar una pérdida a los viticultores.

Entonces, hay otras preguntas concretas, y en esto contesto, a todos los Grupos, tanto sobre las instalaciones, la comercializadora, la proliferación de marcas o sobre la producción, comercialización y el régimen cooperativo. Creo que con esto abarco todo.

En cuestión de instalaciones, y como muy bien se decía, ha sido a costa, fundamentalmente, y en un alto porcentaje, del impulso, del esfuerzo y de dejar de cobrar parte de esas uvas que se habían entregado allí, para dedicarlas a nuevas instalaciones que han hecho las cooperativas, de una forma masiva, y también los particulares, y lo tengo que decir, porque los particulares también han apostado por esa tecnología, en una menor proporción, lógicamente, pero también es menor su volumen, también han apostado por una modernización de instalaciones.

Hoy en día, con los sistemas, con las frigorías que tienen todas las denominaciones para la elaboración, creo, yo concretamente, los demás lo dirán, que estamos todos en esto a un nivel tecnológico muy por encima del nivel medio que pueda haber en España; esto no quiere decir que todavía haya bodegas, fundamentalmente algunas de régimen cooperativo, que, lógicamente, no han podido hacer sus revestimientos en los depósitos por una cuestión bien sencilla: algunas de las cooperativas puedan estar, incluso, casi en vía de desaparición, y me refiero, en Cariñena, por ejemplo, a la de Encinacorba, que no comercializa sus vinos embotellados; estas bodegas tendrían que hacer unas inversiones muy fuertes para poder transformar todos esos lagares de cemento, hacer un revestimiento, empezar a colocar acero inoxidable, instalaciones de frío, unas instalaciones para una vinificación correcta, pero que, automáticamente, les es imposible, porque tendrían que poner, no su cosecha, sino la cosecha de dos o tres años para poderlo hacer; ésta puede estar en vía de desaparición.

Otras cooperativas, que todavía no comercializan, sí se han dado cuenta de que el futuro o está en la comercialización en la botella, o bien individualmente, o bien con uniones entre ellos, o bien fusionándose con otra. Luego, éstas sí que se han preocupado por ir haciendo estas instalaciones, adecuándolas al momento tecnológico actual de modernización y, lógicamente, lo tienen, pero, como digo, si ha recibido parte de un dinero del FEOGA, a través estatal, no se ha recibido en la cantidad necesaria que requeriría una puesta a punto total moderna de las instalaciones.

Luego, por lo tanto, en ese sentido, se está bien a nivel general, con las particularidades de que se está mal en algunas de las cooperativas, pero se está mal, no porque no lo vean o no quieran, sino porque, en este momento, estas instalaciones están cobrando las uvas sobre veinticinco o treinta pesetas, treinta y dos pesetas kilo, cuando hace ocho años se estaba cobrando ese mismo precio, y, si de esto tienen que invertir, por cada kilo, quince o veinte pesetas, es muy difícil para esta gente, estas cooperativas, estos viticultores; además, si quieren sacar todo esto adelante, independientemente de esta inversión, tendrían que hacer otro tipo de inversión, la comercial, y ésta es hoy es tan fuerte como puede ser la inversión por instalaciones, porque no es sólo cuestión de contratar unos dirigentes, unos directores generales, unos gerentes, unos directores comerciales, unos especialistas, sino que, detrás de esto, está también la promoción particular y lo que es la expansión para todo esto. Este volumen de inversión es tan fuerte que, aunque vean que es necesario, tienen que estar esperando sujeción.

Entonces, hay un estudio de la Price Waterhouse que está planteando un nuevo sistema ahora, y hay que decirlo, y que, concretamente en Borja se está haciendo también. En Cariñena, concretamente, se llega a una conclusión clarísima. No se está hablando todavía, en esa conclusión, de las tres bodegas cooperativas que están embotellando, porque podría ser un segundo paso, aunque fuese, de momento, el más fácil, pero sí que se está hablando, de momento, de dos opciones: de que todas aquellas cooperativas que hoy están vendiendo, en general, a granel, un vino de mesa, el que se unan con la cooperativa San Valero de Cariñena, para, en un paso posterior, poderlo hacer con esta nueva empresa que se cree, con las de Aguarón y Paniza, pero, claro, en un régimen de cooperativa, entendemos, mucho más progresista y mucho menos paternalista del que hoy puede existir. La nueva empresa que se cree —le den el nombre que quieran, me da igual llamarla sociedad, o cooperativa, es lo mismo— creo que, en su funcionamiento, tiene que ser totalmente diferente.

Esto es, aquí hay una participación por volúmenes de representación de cada cooperativa, lógicamente, cada una de las cooperativas que esto lo integren, pero soslayar lo que es una cooperativa de primer grado, donde se hace la elaboración y donde la misión del socio termina en llevar allí las uvas y que una dirección técnica única se tenga que encargar de lo demás. Estos cambios tienen que suponer a todas estas cooperativas primarias o de primer orden una inversión para que todas estén jugando en el mismo terreno. No puede ser que una cooperativa tenga todo de acero, todo revestido, y otra no lo tenga, con lo cual la calidad de los vinos va a diferir a la hora de vender.

Entonces, enlazo ya con la pregunta que se me hacía sobre la proliferación de marcas. Lógicamente, hay una proliferación de marcas, porque existen, pero estamos forzando, porque todo aquel que sale al mercado hoy está en

competencia, sea quien sea, una competencia leal, una competencia en calidad. Sin embargo, si se constituye una empresa líder dentro de Cariñena, automáticamente, el efecto multiplicador o el efecto de arrastre es inmediato y le sirve no sólo a esa cooperativa líder, formada por el conjunto de cooperativas, sino también a aquellas cooperativas que embotellan, pero que van a estar separadas de momento, aunque a la larga tendrán que unirse o la tendencia será a desaparecer, para que, si no se puede, en la libertad de uso o en la libertad de comercio, cada uno puede tener sus marcas, las que quiera; eso no se puede impedir. Pero se irán dando cuenta de que con dos o tres marcas especializadas bien en crianza, bien en gran reserva, bien en vinos jóvenes, y si esto abarca un 50%, un 60% o un 70% de una empresa líder que pegue el arrastre, automáticamente, con esta menor proliferación de marcas, servirá a las otras para ir quitando aquellas que no produzcan una calidad suficiente, pero que vayan a la estela que forme esta empresa líder, que no va a perjudicar a las otras, sino que pienso que el futuro de la denominación de Cariñena está ahí.

En estos momento se está en un proceso de elaboración de costos de lo que podría valer la cooperativa San Valero. La segunda versión, que daban como menos recomendable los de Price, era que el resto de las cooperativas que no embotellan se uniesen con el fin de establecer el sistema de embotellado y el sistema de elaboración única. Pero, claro, embotellar exige comprar unas maquinarias, una etiquetadora, una encorchadora, una llenadora; se compran, se montan y ya está. El costo principal no es la embotelladora en sí, su instalación; el costo principal es la comercializadora como tal, porque esta comercializadora sí que lleva implícitos, no sólo los gastos materiales de personal, no sólo los gastos de organización, sino que puede decaer esto en el aburrimiento de algunas cooperativas que quieran ver una panacea momentánea con esta unión, y eso no existe. Porque, de golpe y porrazo, que aquí se puedan vender cinco, seis, siete, ocho millones de litros en botellas de calidad, eso, prácticamente, es imposible.

Sin embargo, la opción más aceptable es, precisamente, la otra, la de una cooperativa importante, que tiene experiencia, que tiene la organización, que tiene las instalaciones y que está en el mercado con un volumen de trece, catorce, quince millones de litros en botellas, tanto nacional como fuera; lógicamente, es lo ideal que se podría conseguir. Ahora bien, la problemática es que del estudio de valoración que se ha hecho a Price Waterhouse, habrá que ver qué volumen de ventas, porque no es cuestión de que las asambleas generales de estas cooperativas digan que sí de momento. Es la cooperativa San Valero en la asamblea general la que tendrá que decir también; a nosotros, socios de Cariñena, nos ha costado mucho esfuerzo crear esto, una menor distribución de nuestras uvas, porque lo hemos estado dejando a capitalización, y ahí entro y enlace con la pregunta más concreta que se hacía sobre la financiación. Lógicamente, lo que no se podría consentir es que, con las ayudas que, lógicamente, tendrán que pedir, es que estas comercializadoras sean para capitalizar unas bodegas que, de hecho, tendrían que estar capitalizadas, porque, si no están, ni la Administración ni otras cooperativas que lo hayan hecho tienen la culpa de que, por una mala gestión o por unas circunstancias, no haya habido una capitalización, si no, la financiación tendrá que ser en base a una gestión.

Pero, claro, en base a una gestión los costos son altos, porque en una mesa normal, las cooperativas, que saben

que de granel tienen que pasar a embotellado, saben que tienen que dar ese paso, pero ese paso se da muy alegremente en el momento que no se pide dinero. Pero, claro, cuando estas bodegas tengan que decir: hay que depositar equis millones de pesetas, vamos a ver cómo responde esta masa social de socios y si están en disposición de poderlo afrontar, porque ése es el temor que nos puede surgir, porque, ¿qué podemos tener?, ¿de verdad están en condiciones económicas para poderlo hacer? La cooperativa de San Valero tendrá que decir si valoran tanto una parte de la capitalización que han hecho sus socios allí; lógicamente, tiene que revertir a esa cooperativa, que se quedaría de orden primario, pero una parte muy importante, porque, si va a ser por el volumen, se va a tener que reinvertir no sólo el costo como tal, que es lo que se preguntaba, sino que tiene que haber una capitalización para unos costos de ahora en adelante; porque decir esto vale veinte, treinta, cien, doscientos, mil... me parece muy bien, pero, además de esto, las cooperativas se tendrán que plantear, como seguro que lo planteará el estudio de la Price, que para el funcionamiento, además, hace falta un capital circulante equis. Lo que no se va a poder es nacer con una empresa que se tenga que echar, bien en brazos de unas subvenciones que, lógicamente, no pueden llegar a ese volumen, o de unos intereses que no van a poder soportar, porque el socio al año siguiente va a tener que comer, y su familia tiene que comer, eso sí que está claro.

Entonces, lo que se va a plantear o lo que se ha planteado con estas cooperativas, con todas, es que para que puedan funcionar con otro esquema, y lo digo para que tengan todos conciencia, el planteamiento que se hará a continuación será que la Administración —que, lógicamente, no tiene por qué invertir en empresas de carácter privado, aunque sean cooperativas, pero que son privadas, de seis mil viticultores que van a estar ahí unidos— tendrá que aportar su 20, 25 ó 30%, pero que lo tenga que participar no dándolo, sino a devolver por el resto de las cooperativas durante equis años.

Entiendo, es una cuestión muy personal, que a las cooperativas les tendría que decir que lo que tienen que exigir a la Administración es que el 30% sea a fondo perdido, eso está bien claro, clarísimo, pero hay que ser realistas, hay que ser honrados en esto y, si queremos que una empresa funcione, tiene que ser así. Entonces, conseguiríamos una financiación, no para capitalizar o mal capitalizar, conseguiríamos lo que se hablaba del proyecto de cooperativismo, para que fuese mucho más allá y mucho más racional; conseguiríamos que las instalaciones, que se nos estaban planteando, estuviesen también en un nivel mucho más alto, y se conseguiría lo que se ha planteado: que la proliferación de marcas no se conociese, que fuesen con un apellido común, en este caso Cariñena, pero que cada una tuviese nombre propio, que no sean treinta y dos hermanos, que el reparto será mucho mejor entre cinco o seis.

Esto es, en general, lo que se piensa. Yo no sé si doy contestación a todo o a parte; creo que los demás podrán dar más opiniones, porque me quedo en el capítulo de preguntas sobre los dineros que había, pero prefiero que sea Pedro, que lo ha llevado más directamente, el que hable sobre la cuestión de las inversiones que se han hecho a través del Gobierno de la región.

El señor PRESIDENTE (IBÁÑEZ GIMENO): Gracias, señor Peligero. A continuación, cualquiera de los comparecientes, si desean, pueden hacerlo. Señor Aibar, tiene la palabra.

El señor AIBAR RUIZ: Bien, voy a tratar de contestar y ser un poco más breve para dar opción a que los demás lo puedan hacer.

El señor Martínez nos ha hecho algunas preguntas, que yo me he anotado; las tres que hacían referencia a cómo podemos ser más competitivos, cómo podemos competir con el resto de las denominaciones de origen, me imagino que se refiere a las restantes Comunidades Autónomas de España o de otros sitios.

Aquí hay dos cosas muy importantes. Hay que sensibilizar a los aragoneses, ya no sé por parte de quién, a quién compete, pero, desde luego, sí que lo sentimos todos día a día, continuamente.

Entonces, si se da esta circunstancia, como les ocurre a los demás, quizá estaríamos un poco más cerca de esa igualdad en la competitividad, pero, vamos, eso es cosa nuestra, nos gusta ser así, y de hecho cada día estamos viendo, en Zaragoza, lo dura que está siendo con nosotros la hostelería, la competitividad tan fuerte que tenemos de nuestros vecinos navarros y riojanos, y, ¿por qué no nombrarlo?, las propias instituciones, pues hay momentos en los que, la verdad, no tienen sensibilidad con el tema. Si exceptuamos a la Diputación Provincial de Zaragoza que quizá esté dando a los vinos de Aragón un trato más correcto, no especial, las demás instituciones todavía tienen que recorrer bastante camino; esperemos que esto se vaya corrigiendo.

Luego, pasaríamos a hablar de la notoriedad de nuestros vinos para estar en esa misma situación. Esto enlaza perfectamente con el tema que ha planteado de si consideramos suficiente el capítulo que el Gobierno de Aragón está destinando al tema de promoción, porque, claro, el problema mayor que tienen los vinos de Aragón, en general, es precisamente la falta de notoriedad.

En cuanto a calidad, todos creemos que son tan dignos como cualquiera de los que hoy en día están en el mercado, pero nos vemos en una desigualdad totalmente, no voy a decir la palabra, injusta, no sé por qué, porque hemos hablado muchas veces con la Administración de este tema, y, claro, cuando el administrador de turno nos dice que está echando mucho, pues nosotros, que estamos — digamos — en el lado contrario... y no es que nos parezca poco.

Yo, desde luego, aquí no he venido a hacer comparaciones, ya la ha hecho el señor Martínez, ha hecho una con el rioja, y ha nombrado el más fuerte del sector, pero yo ya digo que no soy partidario de ello, pero, desde luego, estamos a una distancia tremenda. Me voy a remitir a datos publicados, los que tengo son del ochenta y nueve, del rioja, y son mil millones los dedicados a promoción; ya digo que es un poco fuerte por nuestra parte, pero, sencillamente, Castilla-La Mancha, en lo que es agroalimentación, destinó ochocientos millones para el noventa y uno; y en el ochenta y nueve, en Navarra, que la tenemos al lado, aunque sean más pequeños que nosotros en cuanto a la extensión del territorio, el presupuesto es superior, y ya tenían doscientos millones. Podría enumerar un montón de acciones desarrolladas por las distintas Comunidades, pero, ya digo, no hemos venido aquí a hacer comparaciones. Simplemente, trato de decir, en nombre de las cuatro denominaciones, como decía Fernando, que el dinero destinado en la actualidad nos parece insuficiente. No voy a hablar del año noventa y uno, tenemos cifras aquí que se han comentado, de los noventa y un millones, más o menos, no más o menos, noventa y un millones, que es lo que en el presupuesto que estas Cortes aprobaron hace poco tenemos,

digamos... claro, se puede hablar de agroalimentación, porque aquí estamos las cuatro denominaciones del vino, pero saben que, en todas estas acciones promocionales, faltan las cárnicas y los quesos; en el año noventa y uno hemos tratado de que estuvieran con nosotros, sin aportar ningún dinero, claro, porque sabemos que están en unas circunstancias peores, y hemos tratado, sobre todo, de mantener ese criterio de defender a Aragón en su conjunto —en este caso son seis denominaciones las que tenemos funcionando—, y por ahí han ido las dos campañas anteriores.

En estos momentos estamos planteando ésta, y, tristemente, vamos a dar un bajón en cuanto a inversión en la campaña promocional pienso que muy importante. Vamos a ver qué pasa, tenemos parte del material que se gastó el año pasado, que este año no vamos a tener que gastar para ello, pero, desde luego, de una parte, la situación que vemos en las propias denominaciones de origen es preocupante, y, de otra, todavía siguen siendo treinta millones... ya me dirán ustedes si treinta millones, tres años seguidos, en ese capítulo... Pienso que no es correcto.

No quiero entrar en más comparaciones, pero, si sirve de algo lo de Castilla-La Mancha, estaríamos —aquí me han dado las cifras, bueno, yo ya las tenía prácticamente, las hemos copiado hace poco— en noventa y un millones contra ochocientos, pues estamos continuamente en contacto con los mismos profesionales de marketing que se dedican a hacer aquella campaña y vemos lo que se está invirtiendo en unos sitios y en otros. No digamos ya con Castilla y León, que pienso que es la Comunidad que en los cinco últimos años más ha apostado por los vinos, y en estos momentos cualquiera por ahí está bebiéndose una Ribera del Duero, Rueda, Cigales. El viñedo está mucho más envejecido que en Aragón, exceptuando las últimas inversiones en plantaciones nuevas, que también aquí las tenemos, pero cualquier zona de las nuestras se podía enseñar hace dos o tres años casi con más orgullo, pienso yo, como viticultores me refiero, pero, claro, ahí se han volcado, y ahí están. Claro, nosotros aquí tampoco queremos hacer un agravio comparativo con el resto de los sectores.

Yo el otro día, en el Departamento de Agricultura, ya les dije que pienso que se debería apoyar más a aquellos que tienen más iniciativa, quizás porque en nuestras comarcas también hay otros cultivos, por supuesto, pero vemos que tenemos que apostar fuerte por el vino porque es la única salida que podemos tener.

En cuanto a los porcentajes de cultivos, no voy a entrar más en el capítulo de cómo se distribuye el dinero porque ustedes lo saben mejor. Las partidas están ahí, hay unas partidas que se han denominado de mantenimiento, para gastos de mantenimiento. Se acaba de sacar un decreto, precisamente, porque creo que había alguna incompatibilidad, en cuanto a Intervención, para poder dar un dinero por gasto de mantenimiento a los consejos, pero eso se ha corregido, y las cifras están ahí. Y, si los consejos reguladores no aportamos a esos treinta millones una partida fuerte, en este momento estamos en una circunstancia muy delicada. Concretamente, Cariñena y Campo de Borja, que, quizás por el tiempo y la composición ya de los consejos, sobre todo Cariñena, tienen un volumen de presupuestos mayor, y que ahora está embarcada ya en la construcción de una sede social, nosotros acabamos de finalizarla, y, hasta la fecha, no hemos recibido ni una peseta, es triste decirlo, pero creo que tengo que decirlo, porque... no sé por qué, porque aquí habrá sido cosa de las Cortes, habrá sido cosa de los presupuestos, pero, el 1 de junio, Campo

de Borja, en una inversión de ocho o diez millones, todavía no hemos podido terminar de pagar, y les estoy hablando de una obra que se ha realizado en el año noventa y uno y ha empezado a funcionar en el noventa y dos.

Lo que representa la vitivinicultura en Campo de Borja, la influencia que tiene, en cuanto a cultivos, es un 37%, y, económicamente, supera el 60%, de ahí que la apuesta en este momento sea total, porque de los demás sectores: el sector espárrago está ahí, de aquellas maneras; el cereal ha dado un bajón tremendo, y creo que la vid es el único cultivo que nos puede ayudar a conseguir estar ahí, viviendo como podamos de la agricultura.

El señor Pintado preguntaba sobre las producciones y la comercialización. En Campo de Borja, sobre esas diez mil hectáreas, tenemos aproximadamente una media de veinticinco millones de kilos de uvas, que puede ser diecisiete millones y medio de litros de vino. Y tenemos un problema tremendo, que ya lo hemos visto hace un par de años: nos hemos quedado en dos millones de botellas, dos millones de litros comercializados en botella, que, en realidad, es donde se produce mayor cantidad de capital añadido; luego tenemos cinco millones en vasijas de cinco litros, algo que también plantea un problema grave de funcionamiento de cara al Consejo, porque, hasta ahora estamos en una etapa transitoria, está habiendo una flexibilidad para ver qué ocurre, qué hacemos, no íbamos a adelantarnos nosotros a los acontecimientos.

Otras preguntas que tengo por aquí, como ha sido la reforma de la PAC y el 157, que luego hablaremos de él, creo que, de alguna forma, recogen este tema. Nosotros tenemos en la actualidad unos siete millones en DO; de los diecisiete millones y medio de kilos de uva, tenemos una valoración hecha sobre unos mil millones, que, agregando lo que producen los dos millones de litros en botellas, incrementa trescientos millones más de ingresos en viticultura. Y, claro, tenemos, como decía, los cinco millones de litros de vino que salen en una vasija de cinco litros, que está cubriendo un sector de consumo que está ahí, que vemos que seguirá estando, y que, de cara a una legalidad —como Cariñena, por ejemplo, tiene una botella de seis estrellas— Campo de Borja ha sido una denominación que, de entrada, ya dijo que botella de tres cuartos solamente, pues estamos ahí, manteniendo el tipo mientras podamos para ver qué ocurre o qué variante tenemos que hacer con este consumo de vino, que, por cierto, tiene una calidad muy buena, pero está saliendo en una vasija que no es la autorizada en este momento por el Consejo.

El señor Pintado preguntaba también por el estudio de la Price Waterhouse. Este es un tema que se inició precisamente en Campo de Borja, que luego se amplió a todos los vinos de Aragón; el estudio se realizó en 1991, finalizó el 14 de julio del año pasado. A partir de ahí en Campo de Borja hemos seguido con una segunda fase, por supuesto de entrada ya desechamos todo lo que sea hablar de fusionar cooperativas, vemos que eso es utópico totalmente porque llevamos treinta y cinco años ahí y no hemos podido conseguir nada; vale más que cada uno se quede en su sitio, que sigan mejorando, como en la actualidad, las instalaciones, han hecho unas reestructuraciones muy fuertes, unas inversiones en algunos casos fortísimas, pero somos conscientes de que tenemos que seguir en esa línea y superándonos día a día en cuanto a la calidad.

En esta segunda fase vamos a intentar crear una comercializadora que agrupe a todos los que quieran, de momento, es una cosa que parece fácil, en principio, pero

luego no lo es tanto. En este momento, dentro del proyecto en esa segunda fase, están todavía seis bodegas interesadas, espero que, en breve plazo, puede ser quince días, tengamos ya una declaración formal por su parte para ir avanzando en este tema.

Sobre la pregunta que hacía en relación con las elecciones, en Campo de Borja, precisamente, creemos que la representación es la correcta. Por la cantidad de bodegas que tenemos, Campo de Borja tiene ocho vocalías, y, claro, prácticamente, colocamos ahí un representante de cada bodega, luego no se produce esa situación que se está dando en Cariñena. Respetando las minorías, que creemos que es importante, se da entrada a dos de las bodegas particulares más importantes —solamente hay tres—, y las seis cooperativas tienen un representante cada una. Es un tema que no nos preocupa porque, desde luego —lo he dicho muchas veces en el Consejo, Fernando también lo ha hecho constar—, es más importante pensar en la labor que hay que realizar, no en quién se va a sentar en la silla.

El señor Simón Casas nos ha hecho dos preguntas, voy a empezar contestándole a la que hacía sobre la composición dentro del sector, como decía, de las cooperativas. Es el 99% en Campo de Borja, todavía pasa, pero, vamos, está en esa línea, y, precisamente, ahí donde pienso yo que tenemos dificultad en emprender acciones de tipo comercial, porque está demostrado por el paso de los años que cooperativas de segundo grado, yo también conozco zonas de España en las que se ha ido a esa formación de cooperativas de segundo grado, son zonas muy parecidas a la nuestra, incluso muy similares a Cariñena, me estoy refiriendo a Utriel, Requena, concretamente, que tienen dos cooperativas de segundo grado —a lo mejor usted las puede conocer—, y creo que el viticultor sigue en la misma situación, no despega.

Sobre todo, en este momento la agresividad que hay a nivel comercial es fortísima, y creo que eso en manos de las cooperativas es difícil, de ahí que nosotros estemos pensando en esa sociedad, que, por supuesto, queremos que entre con capital público, que haya una aportación de capital público. Estamos con el Instituto de Fomento, pienso que están en una buena disposición, y ahora solamente falta la decisión de cada consejo rector de esas bodegas para seguir adelante. Yo creo que sería el paso fundamental para ver el futuro, el noventa y tres, con más garantías.

Nos preguntaba nuestra opinión sobre el funcionamiento de la EVE. Yo sigo llamándola EVE todavía, porque lo de centro tecnológico agroalimentario... No sé, yo no sé lo que opinan los demás consejos, pero a este respecto ya me pronuncié en su día, y me parece que es un error cambiar el nombre. ¿Que va a funcionar igual?, de momento está funcionando, y no dudo que hay unos profesionales que van a cumplir con su misión igual, pero para el sector pienso que es una equivocación, no es lo mismo hablar de estación de viticultura que, en general, hablar de centro tecnológico.

Para mí, dentro del sector, la labor a desarrollar por la estación de viticultura es imprescindible e importantísima. Ha hablado un poco Fernando ya del tema de investigación, yo no voy a insistir más, pero somos conscientes todos de que cualquier paso que se dé de cara a la calidad pasa por la investigación y, por supuesto, por la tutela y por la dedicación de esos profesionales que tenemos en la estación de viticultura. En este momento, todavía no podemos hacer un juicio; yo doy mi opinión: el cambio del nombre ha sido desacertado.

En cuanto a su pregunta sobre la Política Agraria Co-

mún, de momento, yo tampoco lo tengo muy claro, una de dos: o se deroga el Decreto 157, y se hacen valer los acuerdos de la paz, o, en este momento, lo que entiendo que está en vigor es el Decreto. Esto afecta total y directamente a las denominaciones de origen, porque tiene una lectura, vamos a llamarla, en la que dice que el 50% de la producción de la denominación de origen se tendrá que comercializar como tal. Lógicamente, volvemos a entrar en el tema de descalificaciones que ha salido aquí. En este momento, y hasta ahora, en esa etapa de transición que creo que estamos viviendo las cuatro denominaciones de origen, a veces hay que hacer descalificaciones de tipo comercial, pero esto no se va a poder seguir haciendo, entonces, vamos a ver qué pasa con el Decreto, porque, ya digo, son cuarenta y cuatro denominaciones de origen en España de vinos, y no vamos a ser nosotros los primeros en romper el fuego. Estamos a la espera, y hubo un momento este año en el que se nos explicó que parece ser que la reforma de la política agraria iba a derogar el Decreto, pero eso todavía se nos tiene que dar por escrito. Y, a partir de ahí, habrá que intentar buscar soluciones, pero no lo tenemos nada fácil. En el momento que tengamos que adaptar legalmente las dimensiones de la denominación de origen a lo que se comercializa, porque ésa es la lectura real del decreto, tendrá que ser describiendo viñedos. Como ya hemos dicho anteriormente —casi es el caso general de Aragón—, el 99% es cooperativa, y esto no va a ser fácil, sobre todo en Campo de Borja, porque coincide que está registrado como denominación de origen la totalidad de las diez mil hectáreas aproximadamente que calculamos que tenemos.

Por eso, estamos en unos momentos expectantes para ver qué pasa con la formación de esa empresa, que tendría que ser la que tirara del sector, y, desde luego, siguiendo un poco las directrices del estudio de Price Waterhouse, porque no sería lógico que, después de pedirle a la Administración que se gaste o que invierta el dinero en él, ahora sea papel mojado. En su día así se dijo, y nosotros lo que estamos haciendo es seguir adelante, y, si se forma la empresa, y vamos a ver qué pasa con la reforma, desde luego, las perspectivas no son muy halagüeñas para la agricultura en general, y la viticultura no se va a escapar tampoco.

Por mi parte, nada más.

El señor PRESIDENTE (IBÁÑEZ GIMENO): Gracias, señor Aibar. ¿Algún otro compareciente desea intervenir? Tiene la palabra el representante de Cariñena.

El señor HERRERO EZQUERRO: Gracias.

Han hablado ya Fernando y Pedro, creo que han respondido a la mayoría de las preguntas de todos los Grupos. Pero hay que ser objetivos, y ha habido dos temas que pienso que no se han tocado de lleno, uno ha sido el tema de la comercialización.

No nos damos cuenta de que con la entrada de la PAC, creo que será al año que viene, el problema es que las denominaciones de origen aragonesas se van a quedar en el aire, hay que ser así de serios y críticos. Hay que tener en cuenta que la confederación que tenemos en estos momentos en Cariñena —voy a hablar de Aragón en general—, en mercado nacional no llega al 7%, hay que llegar a una diferenciación y tipificación de producto para llegar al 15% mínimo para poderse mantener como denominación de origen.

En Aragón, evidentemente, no se llega al 30% entre todos, eso significa que —completando lo que han dicho

Fernando y Pedro— hay que buscar una comercialización y en una promoción genérica, en principio, para que nos conozcan, para habituar al propio consumidor a que consuma vino, es así de claro.

Y, en el tema de la PAC, es duro —lo ha dicho ya Pedro—, muy duro, el hecho de que el porcentaje cooperativo en Aragón alcance un 95-99% en todas las denominaciones, y se va a tender a una cosa: o se tiende al arranque o se tiende a que estas cotas de comercialización suban.

Hemos sido reiterativos diciendo todo el rato que hay que ampliar un poco el presupuesto de promoción, se lleva tres años con los mismos presupuestos de campañas alimentarias, y la incidencia comercializadora de estas campañas que se han hecho ha sido nula, porque ni el propio consumidor ha tenido conocimiento del producto que se está pensando promocionar, ni, en realidad, las propias empresas de Aragón, tanto vinícolas, como cárnicas o de otros consejos reguladores, tipo jamón de Teruel o ternasco, han tenido una incidencia de su producto en Aragón. A lo mejor éste es el momento de plantearlo para el futuro, y el futuro es el año que viene, y, si este año tenemos noventa millones de presupuesto, el año que viene habrá que ampliarlo mucho más. ¿Por qué?, porque, si no lo hacemos, evidentemente, nos vamos a quedar temblando —temblando tanto viticultores, cooperativas y consejos—, y si el consejo se desmorona, va a ir todo detrás. No es ya el hecho de promoción, porque sabemos que la calidad y las empresas las tenemos, y creo que a un nivel bastante elevado, para poder producir un producto con alta calidad; el problema no es ése, el problema es que hay que dar conocimiento tanto al público aragonés como al consumidor nacional.

En el hecho de las exportaciones no quiero entrar porque, evidentemente, estamos a un nivel muy bajo, pero, tal como ha dicho Fernando al principio, y como ha dicho también el representante del PSOE, sería bueno abrir una oficina fuera, más que nada para que hiciera un poco de impacto en personas que no conocen nuestro producto.

En lo que respecta al Grupo de Izquierda Unida, ha habido un dato muy claro, preguntaba a qué se destinan los presupuestos. Ya he respondido que llevamos tres años con treinta millones, este año se ha reducido, y, además, hay que tener en cuenta que las subvenciones que piden los consejos, no vamos a decir que no se nos han dado, pero no se alcanzan los tipos de peticiones que solicitamos. De hecho, la imagen que damos fuera de nuestras denominaciones es bastante negativa. Ya he dicho al principio que hay que ser muy crítico, hay que ser crítico porque, si no se es crítico, no podemos salir. Lo que se pide aquí, más que una promoción, es cumplir el papel como se está cumpliendo todos los años, es decir, o salimos o nos quedamos.

Pienso que, si, como ha dicho Pedro, hay otras Comunidades Autónomas que han apostado por los vinos, y hoy en día están funcionando, se conocen y se oyen, ¿por qué Aragón no va a hacerlo? Si tanto queremos que nuestro producto se conozca, fuera y dentro de Aragón, tendremos que llegar a darlo a conocer.

Solamente era eso. Muchas gracias.

El señor PRESIDENTE (IBÁÑEZ GIMENO): Muchas gracias. ¿Algún compareciente más desea intervenir? El representante del Somontano tiene la palabra.

El señor GRACIA SALAMERO: Yo creo que se ha comentado ya prácticamente todo. Únicamente, en lo que res-

pecta al caso propio del Somontano, quiero comentar que quizás es la denominación de origen que más se diferencia por su composición de las del resto de Aragón. Aquí, en cuanto al número de empresas, no son las cooperativas las que tienen el mayor porcentaje, ya que, en estos momentos, de las seis empresas —y en el futuro serán siete— que componen la denominación de origen, solo hay una cooperativa. Lo que sí es claro es que la cooperativa en estos momentos abarca el 90% de los viticultores de la zona, y está elaborando, prácticamente, el 70-75% de la producción total en estos momentos.

En cuanto a la marcha de la denominación, es una denominación cuya trayectoria, hasta ahora, se limita a la puesta en marcha, tanto en lo que se refiere al consejo regulador como a las propias empresas, ya que son bastantes nuevas. Por lo tanto, todos los esfuerzos inversores han ido encaminados a esta puesta en marcha de la denominación, a una renovación del viñedo. En estos momentos, el 60% del viñedo existente en el Somontano es viñedo de menos de cuatro años. La práctica totalidad de las nuevas plantaciones se ha colocado en espaldera, lo que supone un aumento de la inversión en la plantación de viña. De las bodegas, las ya existentes han renovado todas sus instalaciones, y las que se han implantado hace muy poco tiempo están aún en este proceso de inversión. Incluso el propio Consejo, hasta ahora, ha centrado todo su esfuerzo en plantear una infraestructura que, a partir de ahora, le permita iniciar un camino de relanzamiento de la denominación de origen. Hasta ahora, pues, todas estas inversiones, más que en el capítulo promocional, han venido en el capítulo de funcionamiento. Quizás ya es a partir de ahora cuando se va a empezar a centrar todos los esfuerzos en lo que es la promoción, que es una parte importantísima en el tema del vino.

Por otro lado, en lo que respecta al porcentaje de producción, no se pueden dar ahora, por lo que comentaba, cifras muy concretas en el Somontano ya que tanto la producción de uva como la de vino va aumentando de una forma importante, ya no en cantidad, porque es la denominación más pequeña. Nuestra denominación prácticamente tiene en torno a las dos mil hectáreas de viña, no llega quizás, y no hay cantidades importantes de producción, pero sí, en este nivel, los saltos de producción actuales son importantes; por ejemplo, del año pasado a éste ha habido un millón más de kilos de uva, por lo que, comparándolo con el porcentaje de viñedo, es importante.

En cuanto a zona de producción, podemos decir que se centra en lo que es el núcleo de la comarca del Somontano, y esta zona está apostando totalmente por el cultivo del viñedo. Esto quiere decir que, si no se apoya y no sale adelante, va a suponer un importante retroceso en la economía de todas estas poblaciones, y va a suponer también un proceso de despoblación, que ya se está produciendo, y que el cultivo del viñedo puede frenarlo.

En cuanto al porcentaje de vino destinado a denominación, en estos momentos, la comercialización está del orden del 35% en cuanto al vino comercializado, después hay que decir que una gran parte, también, se ha destinado a envejecimiento y el resto, en existencias que hay en las bodegas. Esto demuestra, claramente, que hay un problema, pues no se están alcanzando las cifras que se van a exigir, en cuanto a comercialización, pero tampoco es un dato muy real, ya que, bueno, como he dicho, estamos en este proceso de inicio y no están asentadas, hasta el momento, las cifras tanto de producción como de comercialización.

Por otro lado, en cuanto a la excesiva proliferación de marcas, puedo concretar que, en nuestra zona, quizá no sea tan importante este problema, ya que, prácticamente, las marcas están bastante concentradas en todas las bodegas; la única diferenciación entre marcas es el tipo de vino, bien vino joven de crianza, incluso alguna empresa saca toda su producción bajo una misma marca, y, en este aspecto, no es un problema tan agudizado en el Somontano.

En cuanto a la relación con la estación de viticultura y enología, hay una buena línea de colaboración, de apoyo por parte de la estación, pero que yo reclamaría una potenciación de la estación de viticultura, que no se deje perder su labor y que se potencie al máximo posible para que contribuya al beneficio de todas las zonas.

Por otro lado, ya para finalizar, hay una pregunta que se ha hecho en varias ocasiones, que se refiere al tema de la distribución y comercialización. Yo, en este aspecto, diría que, hasta el momento, quizá el esfuerzo inversor en el tema de elaboración, un apartado muy importante, ha disminuido. Yo concretaría que falta por crear una buena infraestructura comercial, que es la base fundamental, que hay que contar con que crear una buena infraestructura de este tipo es costoso; el estudio de la Price Waterhouse nos marca las líneas hacia donde debe tender este esfuerzo comercial, el esfuerzo de promoción, también nos marca el nivel de inversión que hay que realizar.

Quizá es un esfuerzo importante y puede ser una buena solución lo que se comentaba de la creación de una empresa que agrupe al resto de las empresas, quizá este tema no se ha contemplado aún en el Somontano por sus especiales características de comienzo de la zona y porque hay bastantes empresas que, quizá, tengan un nivel de producción pequeño y, entonces, tampoco requieren un esfuerzo fuera de la propia zona, sino que para ellas quizás fuera suficiente una comercialización dentro de la propia zona de producción. Entonces, no se ha planteado hasta ahora la creación de esta empresa conjunta. En las conclusiones del estudio se recomendaba que hubiera una empresa líder que tirara un poco de las demás y, entonces, hacia esta dirección van encaminados los esfuerzos que se están realizando en la denominación de origen.

En este aspecto, sí que hay que tender a una profesionalización de la distribución, hay que cambiar, quizá, la mentalidad de los viticultores, de la gente del sector, y hacerles ver que este tema comercial es tan importante, o más, que el tema elaborador y que hace falta gente profesional que lleve por buen camino todas las iniciativas y esfuerzos en el camino comercial. Para esto se requiere una importante ayuda comercial, por parte de las instituciones, que apoye a las empresas e, incluso, a los propios consejos, para que puedan estar dotados de este personal profesional que pueda desarrollar una labor comercial en buena línea.

No me quiero extender más porque ya se ha comentado prácticamente todo. Muchas gracias.

El señor PRESIDENTE (IBÁÑEZ GIMENO): Muchas gracias, señor Gracia. A continuación, el representante de Calatayud, tiene la palabra.

El señor LAFUENTE MARTINEZ: Bien, yo sí que voy a tratar de ser breve para que no se nos alargue la Sesión.

Primero, nosotros no sabíamos exactamente cuál era la documentación, los conocimientos o la información que ustedes nos iban a solicitar; hemos tomado nota de cuál es

la que quieren y les remitiremos, dentro de breves días, contestación por escrito a toda la serie de intereses y de cuestiones que han planteado.

Yo, después de haber oído esto, lo que sí quiero es que tomen nota de que un día, 1 de julio de 1992, sobre las dos menos diez, han oído un SOS, que es el de este sector. Quiero decir que esto solamente se arregla con una cosa, es decir, la situación de este sector o de este subsector se arregla con dinero, una parte que tenemos que poner nosotros y otra parte que nos tendrá que ayudar la Administración, por un motivo elemental: para que podamos seguir pagando nuestros impuestos, si no, vamos a desaparecer de nuestra actividad, o sea, que en fecha de hoy lo han oído.

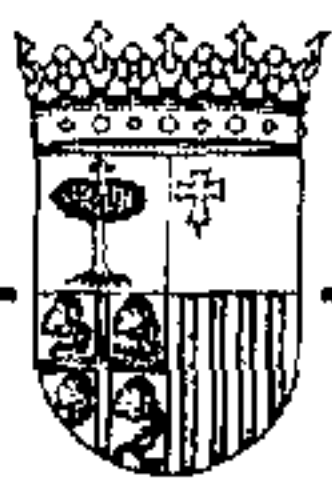
Simplemente quería comentar eso, y el resto de la documentación que han ido pidiendo —como digo— se les haré llegar a cada uno de ustedes.

El señor PRESIDENTE (IBÁÑEZ GIMENO): Muchas gracias.

Agradeceremos, pues, la documentación que se nos ofrece, será distribuida a todos los Grupos para que tengan conocimiento de la misma. Como entiendo que el tema está absolutamente debatido y que ha habido amplia información, así como intervenciones que han aclarado todos los extremos, si algún Diputado tiene alguna pregunta muy concreta, ruego la formulen lo más breve posible.

No hay preguntas concretas, entonces, simplemente nos resta agradecer a los señores comparecientes su presencia, aquí, en esta Comisión, agradecerles la información que nos han dado y esperemos que nosotros sepamos recogerla y transmitirla a donde corresponda por el bien de todo el sector vinícola y vitivinícola de Aragón.

Por nuestra parte, resta, pues, pasar al punto primero que sería la aprobación del acta. Se ha distribuido a los distintos Grupos. ¿Hay alguna objeción para la aprobación del acta de la Sesión anterior? Se da por aprobada. Entonces, reiterando las gracias y agradeciendo vuestra presencia, se levanta la Sesión. *(A las trece horas y cuarenta y cinco minutos.)*



DIARIO DE SESIONES DE LAS CORTES DE ARAGON

Precio del ejemplar: 270 ptas. (IVA incluido).

Precio de la suscripción para 1992, en papel o microficha: 11.700 ptas. (IVA incluido).

Precio de la suscripción para 1992, en papel y microficha: 12.800 ptas. (IVA incluido).

Suscripciones en el Servicio de Publicaciones de las Cortes, Palacio de La Aljafería - 50071 ZARAGOZA.

El pago de la suscripción se realizará mediante talón extendido a nombre de las Cortes de Aragón.