VISIÓN ESTRATÉGICA DE LA

**VITIVINICULTURA ARGENTINA**

Sábado 5 de marzo de 2016

**DISCURSO HILDA WILHELM DE VAIERETTI**

PRESIDENTE CORPORACIÓN VITIVINÍCOLA ARGENTINA

1. **INTRODUCCIÓN.**

Desde la **Corporación Vitivinícola** nos propusimos posicionar a nuestro sector en forma sostenible entre las vitiviniculturas más destacadas del mundo. Diseñamos un **Plan Estratégico** para crear valor a través de la organización e integración de los productores, la elaboración de vinos con mayor calidad, el desarrollo de nuestra capacidad exportadora y la fidelización de nuestros consumidores internos y externos.

El Plan Estratégico marcó un antes y un después. En este plan los actores e instituciones que históricamente habíamos tenido muchos más desencuentros que encuentros decidimos trabajar en lo que estamos de acuerdo, **en el consenso**, con **una visión de mediano y largo plazo** y con acciones inmediatas y urgentes para encarar las problemáticas priorizadas.

Aunque parezca una “utopía-realista” podemos decir que el Plan Estratégico Vitivinícola **es una política de estado nacional**. Los Centros de Desarrollo Vitícola, la Promoción en los mercados interno y externo y el Proyecto de integración de pequeños productores (PROVIAR) son verdaderas políticas de estado.

En los últimos años una visión de la economía que no priorizó la producción y el trabajo, llevó al **desastre a todas las economías regionales**; con la consecuente pérdida no solo en lo económico, sino en lo social e institucional.

En este tiempo se impone **consolidar el trabajo conjunto entre lo público y lo privado.** Es imperioso que reimpulsemos la alianza y la articulación entre el Estado Nacional, los Gobiernos de las Provincias Vitivinícolas y el sector privado para afrontar los desafíos de nuestra actividad y de las economías regionales.

**Señores Ministros, Señores Gobernadores, Señores Legisladores… La vitivinicultura necesita imperiosamente reconstruir la alianza que fue la base de nuestro Plan Estratégico.**

1. **JORNADAS ESTRATÉGICAS**

La Corporación Vitivinícola **monitorea constantemente la efectividad de sus acciones y proyectos**. El año pasado realizamos un análisis integral y profundo entre lo que el consumidor nos demanda y lo que le ofrecemos: 300 referentes de más de 100 empresas e instituciones trabajamos en esto.

El consumidor quiere propuestas innovadoras, productos en envases más originales y prácticos, vinos que sean refrescantes, pensados para ocasiones y segmentos donde hoy no está presente. La demanda también nos exige vinos de menor graduación alcohólica, más livianos y siempre con mejor relación precio-calidad. **Tenemos que encontrar, como sector, el modo de satisfacer y legitimar estos nuevos modos de consumo para que el vino esté más presente en la vida cotidiana.**

La **promoción y comunicación** **son esenciales**. Como categoría masiva y fuertemente transversal, el vino debe articular varios discursos en una comunicación coherente, con valores que son comunes a todos los vinos argentinos, para hacer consistente nuestra imagen ante los consumidores.

Es fundamental continuar integrando bodegas y productores. Esto es clave para aumentar la calidad en los productos, para asegurarle a las bodegas la provisión de materia prima y, fundamentalmente, para **darle certeza al productor sobre el destino de sus productos y de sus ingresos.**

Lo que distingue a la vitivinicultura argentina frente a nuestros competidores en el mundo es la **diversidad de nuestra oferta** y la capacidad de generar valor agregado y empleo genuino:

* **somos 7 provincias vitivinícolas**
* **18 mil productores**
* **25 mil viñedos**
* **900 establecimientos**
* **2 mil millones de dólares de valor agregado**
* **y 115 mil puestos de trabajo directos.**

Queremos mantener esa diversidad. **Este es el modelo de vitivinicultura que nos propusimos en nuestro Plan Estratégico y es lo que vamos a defender.**

Debemos profundizar la adecuación productiva en fincas y de tecnología en bodega, es nuestra obligación hacerlo. Esto es un compromiso ineludible del sector privado, estamos plenamente dispuestos, pero no podemos solos.

Para seguir siendo competitivos **debemos profundizar la reconversión vitícola y la modernización tecnológica en las bodegas**. Nuestros viñateros y pequeños y medianos bodegueros están descapitalizados y empobrecidos por el brutal desfasaje entre los precios de sus productos y el de los insumos que necesitan para producirlos.

Si no hacemos nada, esta transformación la harán los capitales concentrados, los que tienen mercado y espalda financiera. **Y esto implicará un dramático cambio en la configuración socio económica de nuestras provincias.** Esos pequeños y medianos productores y bodegueros desaparecerán como actores económicos, como consumidores y como integrantes de la dinámica social.

Si cada vez son menos los actores que se reparten el mercado avizoramos un horizonte de **concentración de la vitivinicultura en manos de unos pocos**. Esta situación atentará contra la paz social, la equidad y el desarrollo sustentable.

1. **NUEVAS EXPECTATIVAS**

A pesar de la grave y difícil situación que está atravesando la vitivinicultura argentina, nunca hemos dejado de creer que **es posible construir con el trabajo colectivo un futuro mejor.** De eso se trata el consenso, de eso se trata la planificación, de eso se trata la articulación pública y privada, de eso se trata la vitivinicultura argentina.

**Nos genera expectativas y esperanza un nuevo clima de época** que priorice la cohesión por sobre el conflicto, que estabilice las variables macroeconómicas y por sobre todo que priorice el empleo.

**Hay un cambio de gobierno**. Todo cambio democrático genera expectativas de mejoras. Nuestro compromiso es trabajar propositivamente para que esas expectativas se cumplan.

Hace un año decíamos que no sobraba un solo productor; que sobraba inflación, distorsión grave en el tipo de cambio, presión impositiva; y que si nos dejaban hacer, esta actividad podía seguir generando trabajo, riqueza y prestigio a la región.

**Lo nuevo y positivo**: la derogación del 5% de retención a las exportaciones, la unificación del tipo de cambio, el acercamiento de Argentina al mundo y el fomento de la actividad agroindustrial. Sin embargo necesitamos que todo esto no se lo lleve la inflación y que los beneficios lleguen a nuestra gente que vive, trabaja y hoy sufre en el campo.

1. **PEDIDOS**

Para seguir integrando a nuestros productores al negocio vitivinícola y para mejorar la tecnología de nuestras bodegas, es urgente implementar la segunda etapa del **Proyecto de Integración de Pequeños Productores (PROVIAR II)**.

En 7 provincias funcionan 14 Centros de Desarrollo Vitícola con 50 profesionales en el campo, 100 grupos de Cambio Rural y 200 instituciones públicas y privadas en los Consejos Locales Asesores, dando apoyo y asistencia técnica a 8.000 pequeños productores. Los Centros de Desarrollo Vitícola son el resultado de una alianza exitosa entre la COVIAR y el INTA. **Solicitamos al Ministerio de Agricultura nos apoye en el financiamiento para la continuidad de los Centros, que han cumplido ya 10 años**.

En estos 11 años, la Corporación Vitivinícola ha invertido 50 millones de dólares en promoción, aquí y en el exterior. Frente a lo que invierten nuestros competidores este valor es mínimo y esto aumenta la desventaja. **Necesitamos fortalecer el apoyo de los Gobiernos Nacional y Provinciales en la promoción de todos los vinos argentinos**.

El reimpulso de las exportaciones de todos los productos vitivinícolas (vino, jugo concentrado de uva, uva de mesa y pasas de uvas) es clave. El mercado externo es el espacio para los pequeños y medianos establecimientos, y es el mecanismo genuino para mantener en equilibrio los stocks. **Es necesario lograr los mejores acuerdos internaciones para la vitivinicultura**.

Nuestra responsabilidad desde la Corporación Vitivinícola es la de visualizar las oportunidades y crear nuevos mercados. Desde esta perspectiva estamos trabajando en la sanción de la **Ley de Uso de Jugos Naturales** en bebidas analcohólicas.

Esta Ley generará 15 mil puestos de trabajo en 13 provincias. Para la vitivinicultura significará mercado para 60.000 toneladas de jugo concentrado (casi 3 millones de quintales), esto es la producción de unas 14.000 hectáreas pertenecientes a 2.000 productores.

Este Proyecto beneficia a todas las economías regionales, incluida la del azúcar.

Este proyecto beneficia la salud de todos los argentinos

Señor Presidente, Señores Ministros, Señores Gobernadores, Señores Legisladores, Señores Intendentes... Este es el año. Necesitamos que se sancione la **Ley de Uso de Jugos Naturales**!!

Los necesitamos a todos para lograr la aprobación de la Ley.

En nuestras viñas se ha instalado una plaga implacable, la Lobesia Botrana. Está la Ley para combatirla. **Necesitamos la urgente gestión de la Jefatura de Gabinete para obtener la partida presupuestaria**. Hoy tenemos 130 mil hectáreas afectadas con esta plaga, de las cuales 40 mil ya presentan daño económico severo. Si nos demoramos un año más, las hectáreas con daño se duplicarán.

La vitivinicultura es una cadena de valor con mano de obra intensiva, valor agregado y distribución territorial. **Necesitamos revisar la ley de impuestos internos** para bebidas industriales con escaso valor agregado, que compiten con el vino, nuestra bebida nacional.

Por los mismos motivos, **solicitamos la ley que exima de impuestos internos a los vinos espumantes**: de las 59 establecimientos fraccionadores de espumantes en 2005, en 2014, se registraron 165 establecimientos. Es este un segmento que crece.

La carga tributaria que grava a la vitivinicultura es muy elevada. Nuestra actividad no da para soportarla. No podemos más. Por ser una actividad mano de obra intensiva, las contribuciones patronales deben adecuarse. **Pedimos de manera urgente a través de medidas concretas que disminuyan nuestras cargas tributarias y previsionales**.

La estabilidad macro y la lucha contra la concentración dependen de los poderes públicos. La consecuencia de la concentración ha instalado el disparate que el consumidor pague cada vez más y el productor reciba cada vez menos. Mucho se habló y nada se hizo: **creemos que la concentración se combate con políticas tributarias.**

Estamos dispuestos a acompañar en ese debate a los Funcionarios y Legisladores.

En estos minutos he intentado resumir el modo en que la vitivinicultura argentina pretende construir el futuro, pero… Señoras, Señores, Amigos:

**Sin rentabilidad para los productores, no hay futuro posible.**

**Lograr revertir esta situación debe ser prioridad de todos.**

**Muchas gracias.**