**Gacetilla de prensa | Corporación Vitivinícola Argentina**

**DESAYUNO DE COVIAR 2021**

**Introducción.**

Hoy es un día muy trascendente para la Vitivinicultura. A 17 años de aplicación de la ley 25.849 que crea la **Corporación Vitivinícola Argentina** presentamos la actualización del **Plan Estratégico Argentina Vitivinícola** con visión prospectiva hasta el año 2030. Un plan para toda la cadena con foco en la innovación, la sostenibilidad social y ambiental y –fundamentalmente- construido en un marco participativo.

COVIAR es el ámbito creado por ley nacional para el desarrollo del Plan Estratégico Vitivinícola. Somos una actividad diversa por naturaleza. Esta es la mesa Institucional de la Vitivinicultura Argentina, donde las entidades de los distintos sectores comparten, con el Gobierno Nacional y los Gobiernos Provinciales, un espacio de consenso y construcción.

Siempre es bueno recordar la dimensión de la vitivinicultura argentina a nivel mundial, como una referencia importante a la hora de tomar decisiones:

* Somos el 7º país del mundo en superficie cultivada con vid.
* Ocupamos el 5° lugar en producción mundial de vinos.
* Tenemos el 9° mercado de consumo de vinos del mundo, con aproximadamente 1.000 millones de litros anuales.
* Estamos entre los 10 principales exportadores de vino del mundo.
* Nos posicionamos como 1º exportador mundial de jugo concentrado de uva.
* Producimos en 18 provincias del país.
* Somos 24 mil viñedos, 17.000 productores, alrededor de 1.200 establecimientos registrados y 900 elaborando.
* Generamos 400.000 puestos de trabajo directos e indirectos.
* Fuimos el 1º país del mundo en declarar al vino como la “Bebida Nacional”.

El vino expresa lugar y gente, y no es una actividad concentrada. Nunca, en nuestra historia, tuvimos vinos con tan alta calidad, y esto es fruto del trabajo productores, agrónomos, agrónomas, enólogos, enólogas, comerciales y profesionales del más alto nivel.

**Situación.**

Cuando hace un año nos reunimos en esta misma ocasión no suponíamos ni remotamente lo que pasaría a partir de la pandemia a nivel mundial.

La institucionalidad de la vitivinicultura y el trabajo articulado con los gobiernos provinciales y locales y el gobierno nacional, el reconocimiento del vino como bebida nacional y ser considerado como alimento y parte de la cultura de los argentinos, nos posicionó como actividad esencial y así, rápidamente adoptamos todos los protocolos sanitarios para continuar trabajando todo el año. De esta forma, el compromiso de los hombres y mujeres de la vitivinicultura permitió mantener las fuentes de trabajo e incluso, crecer en los mercados.

Somos una actividad esencial para el oeste argentino.

Un año de construcción de los equilibrios.

Crecimos en el mercado argentino.

Aumentamos las exportaciones de vinos embotellados.

Crecimos en exportación de vino a granel y en exportaciones de productos como jugo de uva concentrado.

Podemos decir que fue un año de construcción de los equilibrios que permiten enfrentar la cosecha 2021 con una mejor distribución del ingreso dentro de la cadena.

El sector primario está recomponiendo su ingreso y esto abre condiciones para el futuro de una vitivinicultura sostenible y más justa.

A las herramientas disponibles de diversificación, como el Acuerdo Mendoza-San Juan, se suma ahora el Banco de Vinos implementado por el Gobierno de Mendoza como una forma de tener stocks financiados evitando situaciones de excedentes o faltantes tan habituales en nuestro sector, y diversas herramientas crediticias y financieras del Gobierno de San Juan.

Trabajamos institucionalmente por un incremento de los reintegros de exportación para vinos y mostos, que el gobierno nacional concretó, esto constituye también un paso muy positivo, junto a la eliminación de los derechos de exportación para pasas y uvas en fresco. Creemos que los derechos de exportación de vinos y mostos deben ser reconsiderados.

Por el lado de la demanda en el mercado interno, llevamos adelante un importante estudio del mercado argentino de vinos que aportó información detallada y de calidad a todos los protagonistas, sin distinción de tamaño, democratizando la información tan necesaria para las empresas y que es la base de la nueva campaña de promoción genérica del vino, pronta a ser lanzada por el Fondo Vitivinícola Mendoza.

Enfrentamos una cosecha de equilibrio entre oferta y la demanda, el gran desafío será mantener los mercados.

**Actualización del PLAN ESTRATÉGICO.**

Durante 2020 continuamos el trabajo de actualización del plan estratégico tal como nos habíamos comprometido.

A los talleres presenciales que se iniciaron en 2018 se sumó el trabajo virtual guiado por un equipo de excelencia del INTA y con fuerte participación del Instituto Nacional de Vitivinicultura y de los Gobiernos Provinciales. En esta instancia de construcción colectiva de nuestro Plan Estratégico sumaron su mirada más de 30 técnicos, profesionales, dirigentes y académicos y tomó forma gracias a la participación de más de 1.500 actores de la cadena, desde la producción hasta la sommelieria, pasando por la enología, la comercialización, el turismo y con un fuerte compromiso del sector público.

Más de 55 instituciones de todo el país hicieron aportes y hoy podemos orgullosamente mostrar los resultados de este trabajo:

El Plan de la vitivinicultura argentina.

A los ejes estratégicos definidos anteriormente, promoción del vino en Argentina, promoción del vino argentino en el mundo e integración de productores, se sumaron aspectos centrales para el futuro como es la sostenibilidad, tanto social, ambiental y económica.

Surge en forma destacada, en las diversas regiones del país, el turismo vitivinícola como un eje de cara al 2030, no sólo por los recursos que genera y la inclusión de un gran número de personas, sino también como una forma de integración de diversos. Gracias al turismo se abren nuevas puertas de mercado para nuestros productos.

Otro punto relevante es la crisis hídrica que impacta fuertemente en el desarrollo del sector. Y exige una política conjunta. El desarrollo productivo de los próximos años nos obliga a planificar y asignar recursos para infraestructura y eficiencia en el riego.

La vitivinicultura como actividad económica se plantea por cierto, la rentabilidad de cada uno de sus actores, pero por encima de ello debemos constituir una actividad rentable también para la sociedad en la que desarrollamos nuestra actividad. Este concepto de rentabilidad social es un eje fundamental del plan estratégico 2030.

Resta una tarea no menos importante, que se desarrollará cuando las circunstancias derivadas de la pandemia lo permitan, y es la definición de las acciones que emergen de cada uno de los ejes estratégicos, en cada una de las zonas vitivinícolas del país para ser priorizadas.

En la actualidad en 18 provincias argentinas se desarrolla la actividad vitivinícola, lo que confirma una vez más la trama federal que despliega nuestro sector y su rol dinamizador de las economías regionales.

**Guía de sostenibilidad.**

* La sostenibilidad es uno de los puntos más importantes que surgen del plan estratégico, hemos trabajado en una guía de autoevaluación de la sostenibilidad vitivinícola argentina.

Apuntamos a que las distintas organizaciones del sector, desde la producción primaria en adelante puedan autoevaluarse en cuanto a prácticas de responsabilidad social y desarrollo sostenible.

Por lo que un equipo de la Universidad Nacional de Cuyo ha elaborado esta guía, para que todas las empresas del sector de características diversas de escala, organización o actividad dentro de la vitivinicultura puedan auto evaluarse. El trabajo se ha hecho en línea con la guía de la Organización Internacional de la Viña y el Vino para una vitivinicultura sostenible y perdurable.

**Pedidos.**

* Mientras trabajamos en el mediano y largo plazo, hay medidas necesarias en lo inmediato.
* Necesitamos competitividad para comercializar nuestros productos en el mercado interno y en el exterior. Se hace necesaria la disminución de la carga impositiva.
* En un año donde esperamos una mejora sustancial de la distribución en la cadena es muy importante sostener los mercados. Medidas como la eliminación de los derechos de exportación al vino y el jugo concentrado de uva, son fundamentales para equipararnos a los demás productos de las economías regionales.
* La suma al aumento de reintegros de productos vitivinícolas no incluidos como las pasas, uvas frescas, aguardiente y vermouth estimularán, sin duda, las exportaciones que nuestra actividad y el país necesitan.
* En línea con el sostenimiento de los mercados consideramos que los precios de los combustibles y de la energía deben tener un tratamiento diferencial para los sectores de la agroindustria
* Contamos con una nueva generación de hombres y mujeres hacedores de vino que están desarrollando sus empresas, ellos necesitan de todo el apoyo posible, en términos de financiación, promoción y capacitación. Muchas de las empresas que hoy están naciendo serán los pilares de la vitivinicultura del futuro.
* Frente a la profunda crisis que la escasez hídrica nos plantea la implementación de un programa continuador de Programa de Integración de Productores a la Cadena Vitivinícola -PROVIAR- se hace indispensable para que los productores puedan mejorar y eficientizar infraestructura de riego.

En tal sentido la priorización que el BID ha hecho de este programa nos acerca a la concreción de este objetivo.

Pedimos al Gobierno Nacional considerar la implementación de la segunda etapa del PROVIAR, esto nos permitirá incorporar tecnologías a fin de optimizar el uso del recurso hídrico y reducción en el consumo de energía, que conlleven a reducción costos y el impulso de la producción del sector primario.

* Debemos llevar adelante una política activa de acuerdos comerciales inteligentes que incluyan a todos los productos del sector vitivinícola: vino, vermouth, aguardiente, jugo concentrado, pasa de uva y uva de mesa.
* La tan ansiada ley de uso de jugos naturales, que hoy está en el Congreso Nacional, es una necesidad, a fin de propiciar la edulcoración y saborización de bebidas analcohólicas. Ayudará no sólo al cuidado de la salud de la población, sino también al fortalecimiento de las economías regionales del azúcar, los cítricos, la pera, la manzana y la de la uva.
* Insistimos en la incorporación de alimentos sanos y naturales como las pasas y las uvas en los programas alimenticios que llevan adelante el Estado nacional y los gobiernos provinciales y municipales. Esto mejorará la alimentación de niños, niñas y adolescentes al tiempo que dará lugar a la diversificación de productos de nuestra cadena.

**CIERRE.**

Señoras, señores…

Estamos llamados a protagonizar cambios estructurales en favor del bien común y del crecimiento de nuestra actividad. Tenemos el Plan de la vitivinicultura argentina para los próximos 10 años y la convicción de llevarlo adelante. El trabajo conjunto de todos los sectores públicos y privados lo hará posible. ¡Feliz Vendimia!

Muchas gracias.