

RESPUESTA DEL GOBIERNO

(184) PREGUNTA ESCRITA CONGRESO

184/12478

08/05/2020

27856

AUTOR/A: FERNÁNDEZ RÍOS, Tomás (GVOX)

RESPUESTA:

En relación con la pregunta formulada, se informa que ICEX España Exportación e Inversiones (ICEX), como agencia estatal responsable de la promoción y apoyo a la internacionalización de las empresas españolas, realiza una labor conjunta de todas las empresas españolas, dentro de las que por supuesto se encuentran las bodegas de la D.O. del Condado de Huelva.

El Gobierno es consciente de la importancia del sector del vino en España y de su trascendencia económica: somos el tercer país productor del mundo (detrás de Italia y Francia) y el primer país exportador en volumen. En algunos segmentos de especial valor, como el de los vinos ecológicos, España es el primer país productor del mundo. Las cifras de evolución de las exportaciones ponen de manifiesto el crecimiento continuado del valor de nuestras exportaciones y la disminución paulatina de las ventas de vino a granel, aunque los precios medios de venta siguen siendo bajos (1,27 €/l):

Así, cabe señalar que ICEX apoya la internacionalización y diversificación de mercados de las bodegas a través de un abanico amplio de instrumentos que siguen siendo especialmente útiles durante la pandemia de la COVID-19. Además, se han creado otros instrumentos específicos adaptados al nuevo contexto.

– Instrumentos de información y formación:

- A través del portal de ICEX se puede acceder de manera gratuita a **más de 100 Estudios de Mercado** sobre las oportunidades para el sector del vino en distintos países. Aquí un ejemplo concreto para el caso de China
- Atención personalizada de las dudas y consultas de las empresas sobre los mercados y cómo acceder a ellos a través de Ventana Global, que ofrece



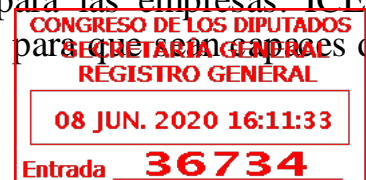
asesoramiento gratuito de manera ininterrumpida de lunes a viernes de 9.00 a 17.00 a través de su línea(+34) 913 497 100 o del correo informacion@icex.es

- **Aula Virtual:** es una herramienta de formación on-line de acceso gratuito para las empresas que ofrece una amplia gama de seminarios, entre los que cabe destacar más de quince destinados a explorar las oportunidades para el sector agroalimentario y específicamente el sector del vino
- **Portal sectorial www.foodswinesfromSpain.com:** A través de este portal dirigido a profesionales extranjeros y toda su estructura de RRSS (IG, FB, TW) se difunden noticias, contenidos y vídeos sobre el sector del vino. Este portal registra más de 350.000 visitas al año y genera contenidos no sólo en inglés, sino también en francés y alemán. Su arquitectura de RRSS emite también en chino, japonés, sueco, neerlandés y portugués. A través de este portal se da un gran peso a las bodegas. Se forma también sobre las variedades y excelencia de nuestros vinos a los profesionales del sector. Aquí la página directa a los contenidos de vino y a toda la sección de vídeos y reportajes sobre el vino y sus maridajes:
- **Instrumentos de apoyo a la medida en destino:** Las empresas tienen a su disposición las más de 100 Oficinas Económicas y Comerciales para ayudarlas en su estrategia de internacionalización en cada mercado a través del programa de Servicios Personalizados, que les permitirá preparar agendas de reuniones con importadores y distribuidores locales o hacer seguimiento de los planes de expansión de su empresa en los distintos destinos.

Además, se ha desarrollado un programa específico de entrevistas con los asesores expertos en todos estos mercados: CONECTA2, que es especialmente útil para que las bodegas puedan plantear sus dudas y reciban el asesoramiento personal sin tener que desplazarse a los países donde quieren realizar prospección de mercado o ampliar su red de importadores.

– **Instrumentos de formación y acompañamiento:**

- **Programa ICEX NEXT:** este programa acompaña a las empresas en su primera etapa de internacionalización y para diversificar los mercados en los que operan las empresas. El programa ofrece asesoramiento personalizado y 15.000 euros para abordar distintos conceptos de gasto que surgen en estas primeras fases
- **Programa de Becas ICEX y de capital humano para las empresas:** ICEX forma cada año a más de 300 jóvenes profesionales para que se incorporen a





apoyar a las empresas que se están internacionalizando a través de una formación completa (Master en Gestión Internacional de la Empresa y un año de prácticas en la Red Exterior de Oficinas Económicas y Comerciales). Tras haber culminado esta formación, ICEX cofinancia un año de prácticas en empresas españolas que se están internacionalizando, ofreciendo así un capital humano experto que puede ayudar a las empresas del sector oleícola. Actualmente en torno a 20 empresas de este sector han solicitado profesionales para acogerles en su fase de formación en empresa.

- **Instrumentos específicos de promoción del sector vinícola a raíz de la pandemia:** ICEX ha desarrollado un abanico grande de instrumentos de apoyo al sector del vino en sus más de cuarenta años de existencia. Muchos de ellos como los pabellones oficiales en las principales ferias del mundo (PROWEIN DUSSELDORF; PROWINE SINGAPUR, VINEXPO NYC...); o las misiones de prensa especializada y sumilleras a las principales regiones vitivinícolas españolas o de importadores a ferias como la Barcelona Wine Week el pasado mes de enero, no se podrán realizar en este nuevo contexto. Por ello, se han diseñado un conjunto de instrumentos adaptados a esta nueva realidad para seguir apoyando la internacionalización de las bodegas.
- **Acciones digitales,** que giran en torno a tres ejes:
 - **Formación:** se ha diseñado el primer diploma integral de formación en vinos de España en inglés, que se impartirá on-line a partir del mes de septiembre de 2020 y que va destinado a formar profesionales y prescriptores de los principales mercados estratégicos para nuestros vinos (EEUU, Reino Unido, Alemania, Canadá, Japón, Corea del Sur y China)
 - **Catas y seminarios virtuales:** La promoción internacional de los vinos se intensifica a través del programa de seminarios y catas virtuales que ahora potencia y amplía su oferta de modalidades. Es un instrumento permite, sin necesidad de desplazamiento alguno, llevar a los profesionales del sector el valor de los vinos y la gastronomía española, fomentar así el interés sobre nuestros productos los mercados internacionales y facilitar a los distribuidores internacionales el contacto con las empresas españolas para que puedan pasar a formar parte de su cartera de clientes. En ambos casos, ya sea seminario o cata virtual, se han contemplado diferentes formatos con el objetivo de adaptarse de la mejor forma posible a las necesidades de los mercados y de los prescriptores y público profesional participante (importadores, distribuidores, responsables de compra del canal HORECA, tiendas y grandes almacenes, escuelas de gastronomía y sumillería o periodistas especializados de medios de comunicación de todo tipo). Así, se consideran:



- Catas y seminarios virtuales con conexión punto a punto con la red de Oficinas Económicas y Comerciales. De esta forma, tanto los ponentes con experiencia y formación contrastada internacionalmente, como el público profesional asistente podrán ubicarse en los diferentes puntos de conexión ICEX para participar en la actividad.
- Catas y seminarios virtuales en multiconexión internacional. Ponentes y participantes serán convocados a través de una aplicación específica, pudiéndose conectar desde sus respectivas empresas, en el lugar que ellos elijan para su asistencia.
- Agenda virtual Foods and WinesfromSpain de reuniones personalizadas entre empresas e importadores, convocada al efecto y/o fijada tras la celebración de la cata o el seminario virtual.

En cada caso se adaptará el sistema de envío del producto para que la presentación y cata responda a la fórmula que mejor responda al evento concreto y posibilidades específicas de cada mercado.

- **Impulso al comercio electrónico:** es un canal que se quiere potenciar, para compensar la brutal caída del canal HORECA, una vía tradicional de comercialización de los vinos españoles. Los instrumentos que se van a utilizar son:
 - **Programa de formación y acompañamiento a las empresas en España:** esta iniciativa se desarrollará en colaboración con FIAB. Se pretende que las empresas puedan aprovechar los mercados electrónicos para exportar a nuevos mercados.
 - **Tiendas Foods&WinesfromSpain en Amazon:** ICEX creó en 2017 cinco *market places* en España, Reino Unido, Francia, Alemania e Italia donde se venden exclusivamente productos españoles. La categoría con mejores resultados de ventas es la de vinos y se van a realizar campañas de promoción específicas en estas plataformas
 - **Desarrollo de acciones de promoción específicas en plataformas en China en las que ICEX ha firmado acuerdos de colaboración:** ALIBABA y JD.COM son dos de las plataformas donde se realizarán campañas de promoción de WinesfromSpain.
 - **Acciones dirigidas a la recuperación del canal HORECA:** El canal HORECA (hoteles, restaurantes y cafeterías) es un punto de venta esencial para los productos españoles y al tiempo un sector muy afectado por la crisis sanitaria. Las convocatorias más clásicas de Foods and WinesfromSpain con



el sector como la **Spanish Wine Week** en Irlanda o **Eat Spain Drink Spain** en Reino Unido se adaptarán a la situación específica del sector HORECA en ambos mercados para impulsar la presencia de los productos españoles en los restaurantes, vinotecas y tiendas gourmet que participan en estos eventos que se extienden a lo largo del otoño. Incluyen convocatorias dirigidas al público profesional y a consumidores como seminarios, catas guiadas, menús maridados, promociones de productos en tienda, combinando las acciones presenciales con otras de carácter virtual.

También se contempla el establecimiento de una comunicación estrecha con las cadenas hoteleras y chefs internacionales interesados en la cocina española, escuchando sus necesidades de producto español para ampliar su oferta gastronómica en sus hoteles y restaurantes. El apoyo a través de la identificación de importadores locales de los productos de su interés, la participación en catas virtuales, etc. Se les implicará también en campañas de promoción en redes sociales, y se les plantearán retos gastronómicos, como pueden ser la fusión de platos españoles con productos autóctonos o su propia interpretación de recetas tradicionales españolas. Retos que también tendrán una repercusión comunicativa directamente sobre su negocio.

- **Revisión de los programas tradicionales de promoción al sector del vino:** ICEX gestiona tres programas de promoción del vino con fondos comunitarios OCM en EEUU, Canadá y China. Todas las acciones de promoción que se van a realizar para reforzar la imagen de calidad, la excelencia y diversidad de nuestros vinos en estos tres mercados estratégicos se han adaptado al nuevo contexto de distanciamiento social. Los instrumentos que se han potenciado en estas tres campañas son los digitales, y de promoción y publicidad on-line, así como los de formación de expertos en nuestros vinos en estos mercados.

Además, cabe señalar que el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (en adelante MAPA), promueve y fomenta el consumo de vinos gestionando fondos comunitarios para la realización de programas de promoción de los vinos españoles en terceros países.

Este apoyo a la promoción es muy eficaz para conquistar nuevos mercados y consolidar su presencia en los ya instaurados en terceros países. España recibe más de 50 millones de euros anuales para esta medida y actualmente tiene en ejecución 917 programas, de los cuales 440 van dirigidos al mercado de Estados Unidos, con un importe de ayuda de la Unión Europea de alrededor de 17 millones de euros (el 34% de los fondos se están invirtiendo en ese mercado).

Tras la subida de los aranceles por el gobierno de los Estados Unidos., el MAPA ha conseguido que la Comisión Europea haya adoptado medidas de flexibilización de



estos programas de promoción e incrementar el porcentaje de financiación del 50 al 60%.

Además, se apoya e impulsa a las Organizaciones Interprofesionales Agroalimentarias, en las que se integran las asociaciones representativas del sector y se consensuan los intereses de productores e industriales, permitiendo el desarrollo de actuaciones de interés común y constituyen auténticas mesas permanente de diálogo y colaboración sectorial. En la última extensión de norma, aprobada mediante la Orden APA/806/2019, de 25 de julio, y con una vigencia prevista de cinco años, desde su entrada en vigor, la Organización Interprofesional del Vino Español (OIVE) desarrolla multitud de acciones.

Para finalizar, se informa que el MAPA, con objeto de incrementar la transparencia y estabilidad del mercado, ha homologado, a propuesta de OIVE, el contrato tipo de compraventa de uva con destino a su transformación en vino, para la campaña 2019/2020 (Orden APA/413/2019, de 29 de marzo).

Madrid, 08 de junio de 2020