Francisco Mtz. Arroyo: "Queremos apostar en promoción por las Denominaciones de Origen, IGP y la agricultura ecológica"

Para Castilla-La Mancha la mayor prioridad es el sector agroalimentario, puesto que es el principal exportador de la región española, con una gran extensión de viñedos. Sus bodegas tan heterogéneas venden vino a casi todo el mundo. El nuevo Gobierno regional trabaja con el sector vitivinícola en planificar su desarrollo en los futuros años, con una promoción enfocada a terceros países. Además, Francisco Martínez Arroyo, consejero de Agricultura, Medio Ambiente y Desarrollo Rural de Castilla-La Mancha explica que las políticas de promoción están enfocadas a las figuras de calidad de los productos agroalimentarios junto con el trabajo del IPEX para que las empresas del sector estén presentes en importantes ferias internacionales.

eComercio Agrario. ¿Cuál son las líneas principales de actuación desde el punto agroalimentario de la Consejería de Agricultura de Castilla -La Mancha?

Francisco Martínez Arroyo. Son la apuesta por las figuras de calidad no solo por la promoción directa, sino también por el trabajo diario con ellas, en el pliego de condiciones, en las exigencias a los que se acogen a ellas y en el convencimiento a los agricultores y ganaderos, y a las industrias agroalimentarias de que participen en las figuras de calidad.

Destacaría también la necesaria integración comercial que requiere el sector agroindustrial de Castilla-La Mancha y fundamentalmente, las cooperativas, y particularmente, el sector del vino, para que la región sea un referente a nivel nacional. Por eso, estamos poniendo los mimbres de la planificación sectorial del vino junto con las empresas que lo componen.

ECA. ¿Cuál es su política de promoción de los productos agroalimentarios de Castilla -La Mancha?

FMA. Insisto, desde el Gobierno regional, queremos apostar fundamentalmente en materia de promoción por las figuras de calidad, las Denominaciones de Origen, las Indicaciones Geográficas y la agricultura ecológica. Para ello hay una línea específica en el Programa de Desarrollo Rural de Castilla-La Mancha y es una línea que para que esté mejor dotada financieramente y se haga un buen uso de los fondos, vamos a potenciar en la modificación de dicho programa que realizaremos en 2016.

Independientemente, en el sector del vino disponemos de la línea dentro del Programa de Apoyo para la promoción en terceros países. Lamentablemente, Castilla-La Mancha ha hecho un uso escaso de sus fondos en los últimos años. Esto se debe a múltiples circunstancias, entre ellas la excesiva burocracia de esta línea. Vamos a revisar aquello que es competencia de Castilla-La Mancha y lo vamos a hacer junto con el sector vitivinícola de esta región para que las medidas se ajusten lo máximo posible a los intereses de las bodegas, para que estos puedan hacer la promoción necesaria para vender los vinos de calidad castellano-manchegos.

ECA. En los países terceros, ¿cuáles son los mercados en los que van a enfocar las iniciativas de promoción del vino de las que está hablando?

FMA. Las bodegas de Castilla- La Mancha están comercializando vino a prácticamente todo el mundo, ya que disponemos de una gran ventaja a la hora de competir como es la amplia diversidad de empresas vendiendo vino, con grandes bodegas, bodegas cooperativas, bodegas particulares de tamaño medio, pequeñas bodegas de autor, etc. Acaparamos todo el espectro del sector del vino a nivel mundial.

Además, es bueno resaltar que Castilla-La Mancha es la Comunidad Autónoma española que no solo vende más vino a granel, sino también más vino embotellado. Con esta gama de productos nos dirigimos fundamentalmente a Estados Unidos, como mercado prioritario en los últimos años, la Unión Europea (UE) desde hace mucho tiempo, y el sureste asiático.

ECA. Hay países como México que apuntan en estos momentos a una demanda de vino español. ¿Es Latinoamérica un continente prioritario para los vinos de Castilla-La Mancha?

FMA. Dentro de la medida de promoción a terceros países, hay muchas bodegas de la región que están realizando negocios en México. Desgraciadamente, como la utilización de esta línea ha sido escasa en los últimos años, se ha dejado de hacer inversión en países como México. Pero nosotros queremos recuperar mercados como ese, que tiene 200 millones de habitantes con mayor facilidad para reconocer el vino español, y de Castilla-La Mancha, en particular.

ECA. En el caso del aceite de oliva, ¿tienen otra línea de promoción destinada este producto emblemático de la dieta mediterránea?

FMA. Su promoción está orientada como en otros productos agroalimentarios a las figuras de calidad. En Castilla- La Mancha, hay significativas Denominaciones de Origen y también una enorme producción de aceite de oliva en agricultura ecológica que vamos a promocionar a través de esa línea contemplada dentro del Programa de Desarrollo Rural.

ECA. ¿Cómo colaboran con el IPEX en promocionar en el exterior a las empresas agroalimentarias de la región?

FMA. En esta materia, vamos a apoyar a todo el sector agroalimentario de Castilla-La Mancha en las ferias regionales, nacionales e internacionales. En estas últimas, el trabajo se va a realizar, evidentemente, de la mano del Instituto de Promoción Exterior de Castilla-La Mancha (IPEX). De hecho, ya estamos ultimando con ellos el desarrollo de la programación para 2016. En el mundo del vino, un sector que ha desarrollado más la participación en ferias en los últimos años, las bodegas de la región están presentes en los principales eventos de todo el mundo. En lo que tiene que ver con la ferias de ámbito nacional, me gustaría citar a FENAVIN, por la que vamos a apostar decididamente desde el Gobierno regional. En otras, como Alimentaria o el Salón del Gourmet, estamos trabajando para facilitar la asistencia de las empresas castellano-manchegas a través de la contratación de la superficie de exposición o de stand.