La Organización Interprofesional del Vino de España defiende los intereses generales del sector



La Organización Interprofesional del Vino de España (OIVE) supone, desde su creación en 2014, la primera iniciativa que ha sido capaz de unir al sector y defender sus intereses comunes. Las campañas realizadas hasta el momento por OIVE promocionan el vino en su conjunto y defienden todos sus tipos, estilos, zonas de producción y momentos de consumo.

Tras las recientes declaraciones de la Asociación Bodegas Familiares de Rioja (Provir), en las que pone de manifiesto su desacuerdo con el funcionamiento de OIVE solicitando el “amparo” del Ministerio de Agricultura, esta Organización recuerda que su labor no es otra que la de ser eje vertebrador del sector vitivinícola español en su conjunto. Por tanto, las campañas de promoción que lleva a cabo no pueden centrarse en ningún tipo de vino, estilo o zona de producción concretos, ya que su objetivo es recuperar el hábito de consumo.

El sector del vino en nuestro país se caracteriza por su gran fragmentación, variedad y amplia oferta de estilos y zonas, que representan su riqueza. Esta circunstancia también supone una

debilidad a la hora de llegar al consumidor y es por ello que la Organización Interprofesional del Vino de España es más necesaria que nunca para afrontar los retos del sector.

Campañas de promoción generales del vino

El principal problema al que se enfrenta actualmente el sector es la tendencia continuada a la baja del consumo de vino en nuestro país. Para poner remedio a esta situación, el Ministerio de Agricultura aprobaba hace cerca de cuatro años la Orden AAA/2502/2014, conforme a lo dispuesto en la Ley 38/1994, de 30 de diciembre, reguladora de las organizaciones interprofesionales agroalimentarias y en su Reglamento, aprobado por Real Decreto 705/1997, de 16 de mayo.

Entre los objetivos recogidos en dicho texto, destaca el de “promocionar y difundir el conocimiento de las producciones agroalimentarias”, una labor que, en el caso del vino, está siendo desarrollada por OIVE. Desde el primer momento, esta Organización ha contado con un Comité de Expertos integrado por profesionales del marketing del propio sector, que trabajan precisamente para recuperar el consumo perdido de vino en un país como el nuestro, de larga tradición vitivinícola.

Hasta la fecha, OIVE ha lanzado diversas acciones promocionales, entre las que destaca una campaña global que, con el lema “Marida tu vida mejor con vino”, se ha difundido a través de televisión, radio, prensa, internet y redes sociales. En su desarrollo ha considerado valores como la cercanía, la diversión, la accesibilidad y la innovación, que suman –y no restan- a la imagen tradicional del vino. Esta campaña ha pretendido ofrecer una imagen fresca y adaptada a las diferentes formas de consumir este producto, incluyendo los combinados especialmente en esta época estival. Todo ello con la finalidad de atraer a un público objetivo con edades comprendidas entre los 25 y 45 años.

A este reto se ha destinado la mayor parte del presupuesto disponible -en torno al 90%-, tal y como se especifica en la Memoria de Actividades de OIVE, presentada recientemente al sector. En ella se puede comprobar que entre el periodo comprendido entre noviembre de 2017 y junio de 2018, desde un punto de vista cuantitativo, los impactos entre los consumidores han superado los 188 millones, mientras que cualitativamente ha aumentado la predisposición de los impactados a elegir vino en una próxima ocasión.

Un esfuerzo de todos para un objetivo común

La puesta en marcha de estos proyectos es posible gracias a las aportaciones que los operadores realizan a través del llamado mecanismo de extensión de norma, vigente durante las campañas vitivinícolas 2016/17, 2017/18 y 2018/19, según la Orden AAA/1241/2016.

Las cuotas aplicables se establecen de la siguiente manera: 0,065 €/Hl para la comercialización del vino a granel y 0,23 €/Hl para el vino envasado. Además, según lo dispuesto en la Ley de

Organizaciones Interprofesionales Agroalimentarias, las cuentas de OIVE se auditan cada año y se deben presentar al Ministerio de Agricultura junto con un detalle de actuaciones y el presupuesto del siguiente año. Dichos fondos sólo pueden destinarse a las actividades y fines recogidos en la orden ministerial que lo regula.

OIVE es consciente de que todo esto no hubiera sido posible sin el esfuerzo económico de la gran mayoría de los operadores del sector que han entendido el mensaje de que unidos tenemos más posibilidades de afrontar los importantes retos que tiene el sector. Como dato relevante, cabe destacar que durante el primer año de campaña se ha recaudado más del 95% de las cuotas establecidas, lo que ha permitido desarrollar las actuaciones previstas.

La Interprofesional abierta a todos

Desde su creación, OIVE ha supuesto un marco estable de trabajo por y para el sector en su conjunto y un lugar de debate para la adopción de decisiones y el emprendimiento de proyectos de interés común. La composición de la Organización, tal y como establece la Ley 38/1994, está basada en la representatividad e implantación en el sector de los distintos actores que lo componen, tanto en el ámbito de la producción como en el de la comercialización.

La legislación vigente –y no la OIVE- prevé que toda agrupación que acredite al menos el 10% de las ventas de vino español puede formar parte de esta Organización, por lo que siempre está la puerta abierta a nuevas incorporaciones.

Las recientes declaraciones y acusaciones dirigidas tanto a OIVE como a otras instituciones que conforman el organigrama de esta Organización por parte de la Asociación Bodegas Familiares de Rioja (Provir), así como la interpretación que se ha hecho de ellas en algunos medios no benefician en nada al sector y crean más confusión a un consumidor que, si no hacemos algo urgentemente, podemos llegar a perder.

TAMBIÉN TE PUEDE INTERESAR:

??El sector del vino europeo se reúne en Jerez con la mirada puesta en el Brexit y la reforma de la PAC

??Valdeorras, la madre del vino atlántico