Los contratos en vendimia serán analizados por la AICA

La Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA) ha avanzado que estará vigilante de cara a la inminente llegada de la vendimia ante posibles infracciones de la Ley de la Cadena Alimentaria, como son no formalizar contratos o pagar fuera de plazo.

La Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA) ha avanzado que estará vigilante de cara a la inminente llegada de la vendimia ante posibles infracciones de la Ley de la Cadena Alimentaria, como son **no formalizar contratos o pagar fuera de plazo**.

La entidad -dependiente del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación– ha hecho un llamamiento este lunes al sector vitivinícola para respetar la normativa, y **ha animado a "los operadores que detecten incumplimientos a que pongan las correspondientes denuncias"**.

"Es obligatoria la formalización de un contrato por escrito antes de la entrega de la uva de vinificación y que el viticultor conozca previamente el precio, que debe ser abonado en el plazo máximo de un mes desde la fecha de entrega", han recordado los responsables de la AICA en un

comunicado.

También han incidido en que los precios de venta en el primer eslabón “no pueden estar por debajo de los costes de producción”, una disposición dirigida a evitar **la venta a pérdidas**.

Hay mejoría, pero también margen para avanzar en la vendimia

La AICA ha detectado en las últimas campañas “**una mejora en la formalización de contratos y en los plazos de pago entre los distintos eslabones de la cadena del sector del vino**“, aunque ha reconocido que hay oportunidades para “seguir avanzando”.

Desde 2015, **la entidad ha realizado 656 inspecciones a viticultores para analizar las ventas realizadas a los bodegueros y 275 más en bodegas** para controlar “tanto las compras a sus proveedores como las ventas a sus clientes”.

“Una de las consecuencias de estos controles es el continuo proceso de mejora en la contratación, **aunque persisten aún en la cadena vitivinícola ciertas deficiencias en la fijación del precio de los contratos, especialmente en los momentos iniciales de las campañas**“, han reconocido.