

Sumario

- Editorial
- Enomaq
- Tecnovid
- Actualidad: Oleomaq y Oleotec
- Las otras bebidas
- Mercado exterior
- Retos y estrategias del sector
- Panorama del sector

tecnovid 2007

5º Salón de técnicas y equipos para viticultura



16 salón internacional de maquinaria y equipos para bodegas y del embotellado

ENOMAQ 2007

Editorial

ENOMAQ Y TECNOVID 2007: NUEVO ENCUENTRO DEL SECTOR VITIVINÍCOLA

ENOMAQ y TECNOVID acudirán de nuevo a su cita con el sector vitivinícola entre el 13 y el 16 de febrero de 2007 en Feria de Zaragoza. Este justificado paréntesis ha servido para ajustar la celebración del evento al calendario ferial europeo y a los propios intereses del sector y ha significado un cambio de paso en sus fechas de celebración que a partir de esta próxima edición tendrá lugar en los años impares. Ambas ferias, cada vez más ligadas aunque perfectamente diferenciadas, vuelven con fuerza para ser el punto de encuentro de los profesionales y empresas del mundo del vino, que tendrán la oportunidad de conocer y de mostrar la oferta más completa del momento tanto en técnicas, equipos y maquinaria destinados a la viticultura, en el caso del ya veterano ENOMAQ, el Salón Internacional de la Maquinaria y Equipos para

Bodegas y del Embotellado, y en todo lo referente a equipos y técnicas para viticultura, en el caso de TECNOVID. Una importante novedad que incorpora esta edición de 2007 es el estreno de OLEOMAQ y OLEOTEC, dos nuevos salones dedicados al aceite se integran respectivamente en ENOMAQ y TECNOVID y que presentarán la mayor oferta conjunta de equipos y técnicas para la producción, elaboración y envasado del vino y el aceite. La alta participación empresarial en los dos Salones, tanto de firmas españolas como extranjeras, y su capacidad de convocatoria de visitantes profesionales, avalada por años de prestigio, convierten este encuentro en una cita comercial ineludible y estratégica para el sector vitivinícola, del aceite y de las bebidas en general.

ENOMAQ, un gran generador de negocio

Vuelve ENOMAQ, el Salón Internacional de la Maquinaria y Equipos para Bodegas y del Embotellado, todo un clásico que prepara ya su XVI edición convertido en un referente internacional de primera magnitud para el sector vinícola. Después de años de éxitos repetidos y crecimiento sostenido, en su última edición de 2004, el certamen logró superar de nuevo todas las previsiones de participación. La amplia oferta de novedades en maquinaria y equipos para la viticultura fue la protagonista indiscutible del Salón, donde se generó una intensa dinámica comercial y buenas oportunidades de negocio.



La feria se estructura en distintos sectores para facilitar al máximo la actividad de los profesionales que la visitan y lo hace en las siguientes áreas:

- Maquinaria para el embotellado y equipos auxiliares.
- Depósitos y otros envases.
- Maquinaria para el tratamiento del vino.
- Productos enológicos y material de laboratorio.
- Acondicionamiento, proyectos e industria auxiliar de la viticultura.
- Maquinaria para procesado de la uva.

En ENOMAQ 2004 Destacaron como novedad las nuevas prensas inteligentes, hidráulicas y neumáticas, las nuevas taponadoras y embotelladoras y los equipos monobloc con distintas funciones. Se presentó lo último en automatismos y en sistemas electrónicos de control, así como distintas aplicaciones informáticas para gestión de bodegas y las últimas tecnologías aplicadas a la maquinaria de la industria del vino y de las bebidas en todos sus procesos.

El impulso a la innovación de TECNOVID

Con crecimientos más que satisfactorios en todas ediciones y dirigiéndose hacia su quinta convocatoria, TECNOVID aparece como un certamen completamente consolidado que ha mantenido vivo y creciente el interés del sector vitícola en cada celebración. Las nuevas técnicas para los cultivos y los equipos más funcionales y modernos para el laboreo, transporte y manipulación de la uva constituyen el núcleo este certamen, que apuesta por la innovación y la modernización del sector vitícola desde sus inicios. En cuanto a sectores de exposición, TECNOVID se organiza de la siguiente manera:

- Tractores, Laboreo y preparación del suelo.
- Plantación, abonado y riego de viñedos.
- Poda y protección de viñedos.
- Postes y alambres para emparrado.
- Vendimia.
- Transporte y manipulación de la uva.
- Viveros.
- Productos agroquímicos.
- Instituciones, Asociaciones, servicios.

En lo relativo a novedades, en TECNOVID 2004 se presentó maquinaria de última generación para las labores vitícolas; así, no faltaron las nuevas vendimiadoras todo terreno, los tractores y despuntadoras, trituradoras y máquinas abonadoras,



por citar sólo algunas. Fue muy amplio también el capítulo dedicado a equipos de riego y automatismos avanzados, así como sistemas de control y gestión de viñedos basados en las últimas tecnologías de la información y la comunicación.

Actualidad

OLEOMAQ y OLEOTEC, nacen dos nuevos certámenes

OLEOMAQ, apuesta por la calidad, por la tecnología y por el estudio de los métodos más modernos de industrialización y gestión. Por ello, convocará de forma masiva a fabricantes, importadores, exportadores, técnicos, Almazaras, Consejos Reguladores de Denominación de Origen y profesionales de la industria del aceite de todo el mundo. Los sectores de exposición a los que dará acogida OLEOMAQ son los siguientes:

- Maquinaria para el embotellado y equipos auxiliares.
- Depósitos y otros envases
- Maquinaria para tratamiento del aceite
- Productos oleícolas y material de laboratorio
- Maquinaria para procesado del aceite

Por su parte, OLEOTEC es la cita profesional que demandaba el sector olivicultor, ya que reunirá en un mismo espacio la mayor oferta existente de maquinaria especializada, tratamientos fitosanitarios, equipos y toda clase de material auxiliar necesario para el desarrollo de la olivicultura. Las áreas de exposición de OLEOTEC serán las siguientes:

- Tractores
- Laboreo y preparación del suelo
- Plantación, abonado y riego del olivo
- Poda y protección del olivo
- Recolección
- Transporte y manipulación de la aceituna
- Viveros
- Productos agroquímicos
- Instituciones, Asociaciones, Informática y Servicios



Fruto de un profundo análisis sectorial y después de contactos con los agentes implicados, Feria de Zaragoza ha detectado la conveniencia de darle peso específico al sector del aceite y la aceituna, incluyendo dicha temática entre sus salones. Así, y en el marco de ENOMAQ y TECNOVID 2007 nacen OLEOMAQ y OLEOTEC, dos nuevos salones dedicados al universo del aceite, tanto desde el punto de vista oleícola, en el caso de OLEOMAQ, el Salón de Maquinaria y

Equipos para Almazaras, que se integrará en ENOMAQ, como de la producción olivarera, con OLEOTEC, el Salón de Técnicas y Equipos para la Olivicultura, que quedará insertado en TECNOVID. Los vínculos existentes entre los sectores vitivinícola y aceitero y la experiencia acumulada en las ediciones de ENOMAQ y TECNOVID permiten y aconsejan estas sinergias entre salones, ya que ambas industrias, la del vino y la del aceite, comparten maquinaria similar, equipos y técnicas de cultivo.

Panorama del sector

La reforma de la OCM del vino

Uno de los mayores retos para el sector en el futuro inmediato se plantea de cara a la reforma de la Organización Común de Mercado del Vino (OCM). Se prevé que la propuesta legislativa de la reforma se formule a finales de año, con vistas a su aprobación en el Consejo durante 2007 y su entrada en vigor en 2008. La nueva OCM representa una oportunidad de establecer un marco jurídico que favorezca la competitividad de los vinos y españoles y debería funcionar como instrumento de equilibrio en el balance europeo; sin embargo, al mismo tiempo genera algunas incertidumbres en el sector, especialmente las relativas al posible arranque de viñas, la limitación de nuevas plantaciones, la eliminación de las ayudas a las destilaciones de crisis y a la dotación y reparto adecuado de fondos. Estos puntos ya se han adelantado en el documento provisional, hecho público durante la reciente visita a nuestro país de la comisaria europea de Agricultura y

Desarrollo Rural, Mariann Fischer Boel. La comisaria, que pudo conocer parte del sector vitivinícola español en Castilla La Mancha y Cataluña, pidió a los viticultores españoles nuevas ideas para la inminente reforma. Un grupo de países entre los que se encuentra España, Alemania y Portugal han criticado estas ideas mientras que otros, como Francia, ven aspectos positivos, y los países poco o nada productores se manifiestan favorables a este planteamiento inicial de la Comisión. En cualquier caso, por el momento se trata de un documento inconcluso que baraja distintos escenarios y cuya aprobación requerirá de muchas conversaciones y negociaciones entre los distintos países y sectores afectados. En España, la mayoría de asociaciones profesionales del sector ya han presentado sus propuestas para que puedan ser contempladas en las futuras negociaciones, que se prevén duras hasta llegar al documento final.

Las otras bebidas

El agua envasada sigue escalando puestos

Tanto en producción como en consumo, el agua embotellada vive uno de sus mejores momentos en nuestro país, cuarto productor y consumidor de la UE, por detrás de Italia, Alemania y Francia. Según los últimos datos disponibles de la Asociación Nacional de Empresas de Aguas de Bebida Envasadas (ANEABE) la producción española de aguas envasadas ascendió durante 2004 a 5.202 millones de litros, un 2% más que en 2003. En ese mismo periodo el consumo per cápita ascendía ya a 120 litros de agua envasada al año. Por tipos de aguas, el 92% de la producción corresponde a las aguas minerales naturales, el 5,4% a las de manantial y el resto a las potables preparadas. Las aguas sin gas representan el 95,8% de la producción, mientras que las aguas con gas suponen el 4,2% restante.

Destaca el hecho de que cada vez se vende más agua a través del canal de la restauración, donde se han producido importantes crecimientos en los últimos años y donde cada vez es más usual disponer de una carta de aguas. Así, según datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, el 68% del agua embotellada en

España se consume en hogares y el 31% en restauración y hostelería. En cuanto al envasado del agua, el 70,21% de la producción está envasada en botellas o en envases de no más de dos litros y el resto en garrafas. La mayoría son envases de plástico: el 80% en Polietileno Tereftalato (PET), el 10,1% en polietileno; en vidrio, un 6,6% utiliza vidrio retornable y un 1,1% no retornable, mientras que el 1,5 % restante se envasa en cartón, polipropileno y policarbonato.

Refrescos: crecer e innovar

La producción del sector creció un 6,03% en 2004, según se desprende del informe estadístico de ANFABRA, la Asociación Nacional de Fabricantes de Bebidas Refrescantes Analcohólicas. Según estos datos, la producción total de bebidas refrescantes, incluyendo sabores tradicionales, bebidas para deportistas, bebidas energéticas y otras categorías minoritarias ascendió a 4.769 millones de litros, vendidos en su mayoría en el mercado nacional. Las ventas en este mercado interior experimentaron un ascenso del 7,11% mientras que las exportaciones sufrieron un fuerte descenso de hasta un 64% con respecto al año anterior, el 2003. La mayor parte de las ventas se realizaron en el canal alimentación, con un 67,57%, mientras el canal hostelería absorbió el 32,40%. En cuanto a los envases más utilizados, el primer lugar lo sigue ocupando el plástico (49,33%), seguido del metal (aluminio y acero), (30,89 %), y del vidrio reutilizable (12,09 %). En relación con el año anterior, se produce un retroceso del uso de envases de plásticos distintos de PET y un crecimiento de hasta el 87% en el uso del envase de cartón.

ENOMAQ en cifras

Después de quince ediciones, ENOMAQ sigue experimentando crecimientos en todos sus parámetros en cada nueva celebración. En su última convocatoria de 2004, con una superficie neta de 15.380 m², un 7% más que en su anterior edición, el Salón reunió a un total de 661 firmas expositoras, procedentes de 20 países, de las que 316 eran empresas extranjeras. El 90 por ciento de ellas procedía de Europa, mientras el 6% vino de América y el 4 % de Asia y Oceanía. Entre las firmas extranjeras que acudieron a ENOMAQ en 2004, destacaron las procedentes de Italia, Francia, Alemania y Portugal, aunque también hubo una buena representación de empresas norteamericanas.



Aceite: aumentan las exportaciones de envasado

Según datos de ASOLIVA, la Asociación Española de la Industria y el Comercio Exportador del Aceite de Oliva España, las exportaciones de aceite envasado han incrementado espectacularmente su importancia en el total exportado, hasta haberse duplicado en los últimos 5 años y continuando su tendencia al alza, con un crecimiento del 9,9% en el último ejercicio. El aceite español envasado tiene como principales destinos Australia, EEUU, Brasil, Japón y Francia, mientras que Italia sigue siendo el principal mercado para el aceite de oliva, seguido de Francia, Portugal y Reino Unido.

En términos globales, y según un informe de Comercio Exterior, la campaña correspondiente a 2004 se cerró con 632.908 toneladas exportadas, lo que supuso todo un récord y significó un aumento de un 17,7% respecto a la anterior. El valor fue de 1.582 millones de euros.

La campaña de 2005, sin embargo, fue escasa y se ha caracterizado por la fuerte subida de los precios en origen, lo que ha causado caídas en las exportaciones de hasta un 14%. Los datos más recientes insisten en esa misma tendencia, ya que las empresas de ANIERAC, Asociación Nacional de Industriales Envasadores y Refinadores de Aceites Comestibles, la principal patronal del sector envasador, vendieron en abril 52,6 millones de litros de aceite comestible, nueve millones de litros menos que en el mismo mes de 2005. A pesar de ello, se espera una pronta recuperación del sector ya que las previsiones de cosecha para la campaña que viene apuntan a una producción muy abundante que le devolverá al mercado el tono perdido.

Cerveza: un mercado consolidado

El consumo de cerveza en 2004 ascendió a 3.070 millones de litros, situando el consumo per cápita en 59 litros por habitante y año. A pesar de que en la UE existe una tendencia a la baja en el consumo de cerveza, el sector cervecero español, totalmente consolidado, viene experimentando crecimientos moderados de alrededor del 4% en los últimos doce años. España sigue manteniéndose su tercer puesto como país productor en Europa, tras Alemania y Reino Unido, y es líder en producción de cerveza sin alcohol.

Según los datos disponibles más recientes de la Asociación Nacional Empresarial de la Industria Cervecera en España (Cerveceros de España), en 2003 la producción de cerveza alcanzó los 30,7 millones de hectolitros, de los cuales fueron exportados un 16%. En 2003 tanto el consumo interior como las exportaciones crecieron, remontando la caída del año anterior y registrando un aumento del 6,5% en el consumo hasta llegar a los 78 litros por persona. La facturación del sector cervecero en ese mismo período fue de 2.400 millones de euros, con un 74% de las ventas realizadas a través de la hostelería y el 26% restante a través del canal de alimentación. En cuanto al envasado, el vidrio es el material más utilizado un 48% de la cerveza se envasa en vidrio, siendo un 57% vidrio reutilizable y el resto reciclable de un sólo uso; la lata representa el 22 % de los envases utilizados y el 30% restante se envasa en barril.

Las cifras de TECNOVID

En la pasada edición de 2004 TECNOVID volvió a mostrar su buena salud, al reunir a 187 expositores, 78 de ellos extranjeros y procedentes de 19 países. El Salón dispuso de una superficie neta de exposición de 6.884 m², de los cuales, el 84% fue ocupado por firmas españolas y el restante 16% por empresas extranjeras. Francia e Italia, fueron los países con mayor representación, seguidas a distancia por Alemania, Portugal y Reino Unido.

Retos y estrategias del sector

Apuesta por la internacionalización

La conquista de los mercados aparece como la alternativa más potente para dar al sector el impulso que necesita. Para ello hay que definir los nuevos modelos y estrategias empresariales que determinaran el camino a seguir para conseguir vender al mundo el vino español.

En opinión de los expertos, calidad y buen marketing aparecen como las estrategias más efectivas.

La calidad resulta la mejor arma de ventas, como demuestran también las tendencias en las ventas de nuestros vinos, con marcados crecimientos en los vinos con D.O, tanto en el mercado interior como en las exportaciones. Afortunadamente, la búsqueda de la calidad es el camino emprendido desde hace tiempo por muchos viticultores y bodegueros españoles, que saben que la calidad es una condición indispensable para poder luchar en los competitivos mercados internacionales y hacer frente a la creciente competencia de los llamados "nuevos países del vino", como Sudáfrica, Canadá, Australia o Nueva Zelanda, que siguen aumentando sus exportaciones y ganando cuota de mercado.

En cuanto al marketing, actualmente resulta igualmente esencial el desplegar una estrategia de promoción de alto nivel, que atraiga y convenza al consumidor. Por ello, si bien por un lado el objetivo prioritario de las empresas del sector es ganar la batalla de los mercados exteriores, por otro se reconoce la necesidad de apoyo y se reclaman mayores esfuerzos de la Administración en materia de dotación de fondos y de instrumentos para la promoción exterior, además de una política vitivinícola nacional flexible y acorde con la futura OCM, que sirva de estímulo a la comercialización y a la mejora de la competitividad. En definitiva, el sector vitivinícola atraviesa un momento de grandes retos económicos y comerciales, por lo que se deben buscar fórmulas de apoyo a las estructuras comerciales que permitan cambiar la situación actual y aprovechar las oportunidades de negocio que se presenten.

Mercado exterior

Menos volumen pero más valor y calidad

Siguiendo la estela del pasado año, en el que se produjo un giro hacia la venta de vinos de una mayor calidad y se anunció ya una caída de las ventas de los vinos de mesa a granel, en los primeros meses de 2006 se mantiene la misma tónica: mejora de la oferta exportadora por un aumento de las ventas de vinos con denominación de origen pero con un descenso en el volumen vendido.



El año 2005 se cerró con un crecimiento del 1,25% en el valor de nuestras exportaciones y una caída del 1,69% en el volumen exportado, que alcanzó los 1.444 millones de litros, por un valor de 1.578 millones de euros. En cuanto a países de destino, se mantuvo la concentración en cuatro mercados fundamentales: Alemania, Reino Unido, Estados Unidos y Francia, que suponen más del 50% del valor exportado; aunque en términos de volumen son Francia Alemania Portugal y Reino Unido los países que absorben el 57 % del total.

Este año 2006 sigue prácticamente la misma tendencia y, según datos de la Federación Española del Vino (FEV), durante el primer trimestre se han exportado un total de 304,75 millones de litros, un 3,2% menos que durante el mismo período del año anterior, por un valor de 338,68 millones de euros, lo que supone un 3,5% más. En cuanto al precio medio, éste se fija en 1,11 euros por litro, lo que supone un crecimiento del 6,9%.

El aumento de la facturación se apoya en los vinos con denominación de origen, cuyo valor aumenta un 13%, y en los vinos aromatizados que también evolucionan positivamente, con aumentos del 14,8%. Las pérdidas vienen de la mano de los vinos de mesa a granel, que registran caídas del 6,8%, los vinos de mesa envasados del 4% y los espumosos, con descensos de hasta el 10,5%. Por mercados, destaca el aumento de las exportaciones a Estados Unidos, mercado que ya tuvo un excelente comportamiento en 2005, con incrementos en 2006 del 29% en valor y del 22% en volumen; también crecen las ventas al Reino Unido, con incrementos del 11% en valor y del 10% en volumen, y en Canadá con espectaculares incrementos en las exportaciones que alcanzan el 64% en valor y el 59% en volumen. Todos estos mercados se nutren fundamentalmente de vinos con D.O.

ENOMAQ Salón Internacional de la Maquinaria y Equipos para el Embotellado y TECNOVID Salón de Equipos para Viticultura

Apartado de Correos 108 Tel: +34 976 76 47 00
50080 ZARAGOZA (España) Fax: +34 976 33 06 49

E-Mail: comunicacion@feriazaragoza.com

Fechas: 13-16 de Febrero de 2007

www.enomaq.com