vinetur

La USWTA confía en que el vino no sea objetivo de represalias

Un nuevo escenario apunta a que el queso francés podría ser un objetivo más probable que el vino ante futuros aranceles

miércoles 13 de noviembre de 2024



El sector del vino en Estados Unidos y Europa podría hacer frente a nuevas tensiones comerciales derivadas de la actual situación política y económica entre el país norteamericano y Francia. Aunque esta vez parece que el vino podría esquivar algunas medidas punitivas, la incertidumbre se mantiene alta.

La elección de Donald Trump como presidente de Estados Unidos y el plan de Francia de aumentar el impuesto a los servicios digitales (DST, por sus siglas en inglés) de un 3 a un 5 por ciento representan los dos eventos que han tensionado las relaciones. El impuesto afecta principalmente a las grandes empresas tecnológicas de Estados Unidos, y la administración Trump ya había mostrado señales de querer responder incluso antes de este aumento.

La posibilidad de represalias es evidente, y algunos analistas recuerdan que Estados Unidos y la Unión Europea aún tienen cuentas pendientes por la disputa Airbus-Boeing que, en 2019, llevó a la imposición de aranceles sobre vinos europeos. A pesar de ello, según recoge AFP, el presidente de la US Wine Trade Alliance (USWTA), Ben Aneff, ha expresado un relativo optimismo. Aneff cree que es posible que el vino francés no esté en el centro de las futuras represalias.

Aneff se apoya en la experiencia pasada para argumentar esta posición. En 2020, cuando el primer mandato de Trump consideró un arancel del 100% sobre el Champagne como respuesta al DST francés, la USWTA logró convencer al gobierno de que penalizar al vino francés perjudicaría más a las empresas estadounidenses que a las francesas. La estrategia funcionó, y la Oficina del Representante Comercial de Estados Unidos (USTR) dejó fuera al Champagne.

Robert Lighthizer, quien fue clave en esas decisiones, podría volver a ocupar ese cargo, algo que genera incertidumbre, pero también esperanza para los defensores del vino. Lighthizer, que sigue teniendo la confianza de Trump, es conocido por buscar un comercio "justo" más que libre, y eso podría favorecer al sector vinícola. Según Aneff, el comercio de vinos entre Europa y Estados Unidos es uno de los pocos ejemplos de intercambio equilibrado y sin barreras arancelarias.

Sin embargo, Aneff advierte que los productos agrícolas europeos sí podrían estar en la mira de Estados Unidos. La USTR ha acusado a la Unión Europea de dificultar el acceso de productos agrícolas estadounidenses como la carne de res al mercado europeo. Por eso, Aneff sugiere que el queso francés, por ejemplo, podría ser un objetivo fácil para nuevos aranceles, mientras que el vino tal vez se salve.

El sector del vino en Estados Unidos ha sido un firme defensor de mantener las importaciones europeas sin restricciones. Según la USWTA, por cada dólar que se paga por vino europeo, las empresas estadounidenses generan 4,52 dólares en ingresos, gracias a la cadena de distribución que beneficia a importadores, distribuidores y restaurantes. Esto no ocurre con productos como perfumes o bolsos franceses, que a menudo son vendidos por compañías francesas en territorio estadounidense.

La narrativa también se ha centrado en el impacto emocional y cultural. Andrew Fortgang, propietario de varios restaurantes en Oregón, explica que los vinos y las comidas están intrínsecamente conectados, y que los consumidores no se conformarían con alternativas de otras regiones. Según él, no se trata simplemente de encontrar otro vino que encaje, sino de una cuestión cultural que no se puede sustituir.

Por otro lado, Julio Alonso, director ejecutivo de Wines of Chile, ve una oportunidad. Si los precios de los vinos franceses suben por posibles aranceles, cree que los estadounidenses podrían explorar más los Sauvignon Blancs de la región de Leyda en Chile, conocidos por su equilibrio entre mineralidad y frescura, en una posición intermedia entre Sancerre y Marlborough, Nueva Zelanda.

Los datos sobre la cuota de mercado del vino francés en Estados Unidos también arrojan cifras interesantes. Según SipSource, los vinos franceses representan solo el 9,3 por ciento del volumen total de vino importado, muy por detrás de Italia y Australia. La mayor parte de las ventas de vinos franceses corresponde a espumosos y rosados, mientras que los tintos, como los de Burdeos y Borgoña, solo constituyen un 15,6 por ciento del total. Esto equivale a que solo una de cada 250 botellas de vino vendidas en Estados Unidos es un tinto francés.

La situación, a pesar de todo, sigue siendo incierta. Kate Laughlin, directora ejecutiva de Martine's Wines, señala que los importadores no están acumulando inventario, ya que un posible arancel a largo plazo hace que la idea de almacenar grandes cantidades de vino sea financieramente inviable. Laughlin reconoce que la falta de claridad sobre el futuro comercial les obliga a estar en contacto constante con sus socios europeos, intentando buscar respuestas que, por ahora, nadie tiene.

Mientras tanto, el sector vitivinícola observa con atención cada movimiento político y económico, sabiendo que la estabilidad y la previsibilidad siguen siendo vitales para su supervivencia en el mercado global.