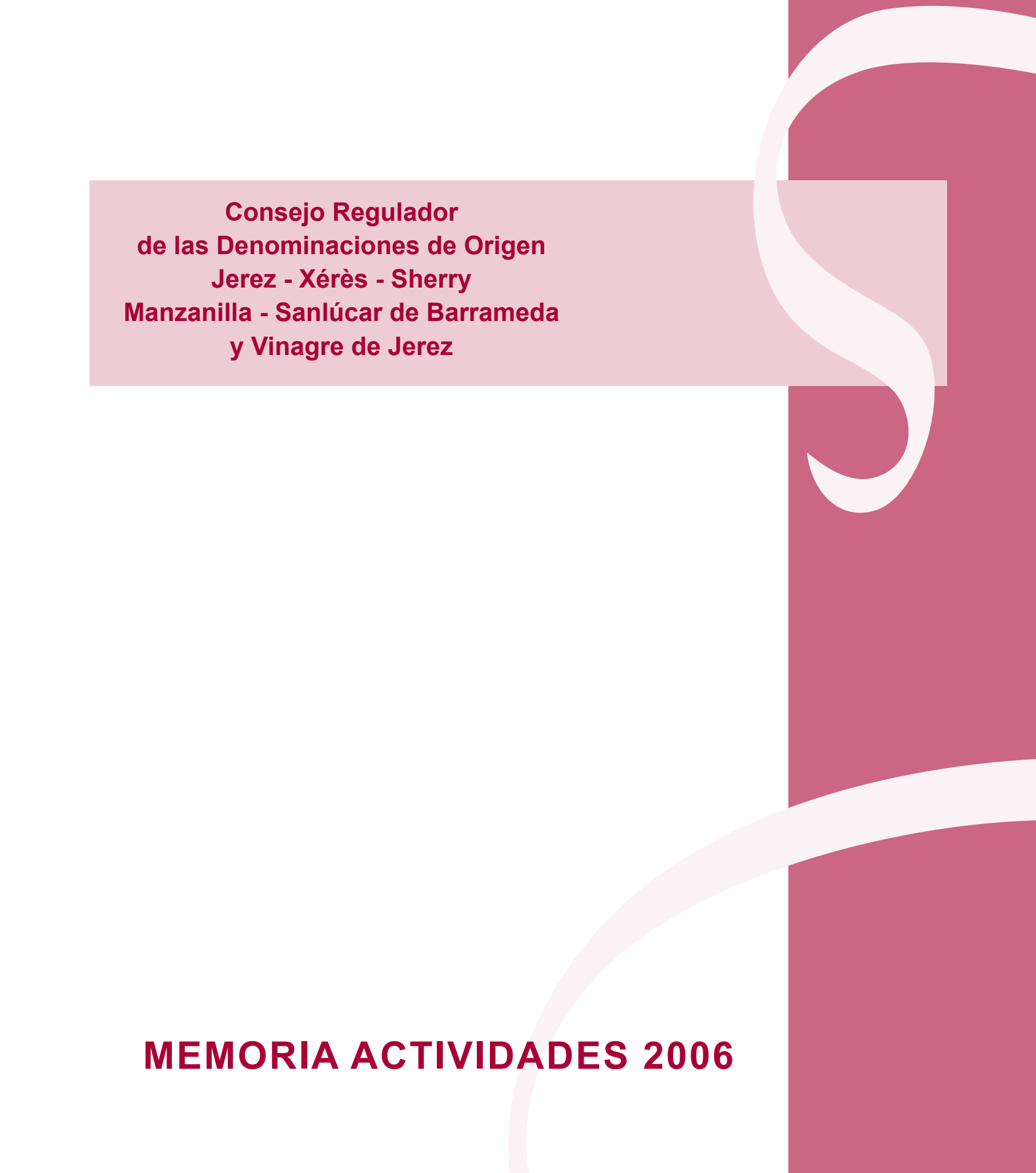




**Consejo Regulador
de las Denominaciones de Origen
Jerez - Xérès - Sherry
Manzanilla - Sanlúcar de Barrameda
y Vinagre de Jerez**

MEMORIA ACTIVIDADES 2006

ASPECTOS REGLAMENTARIOS	2
ORGANIZACIÓN INTERNA	8
ACTIVIDADES INSTITUCIONALES	12
ZONA DE PRODUCCIÓN	13
VENDIMIA 2006	15
BODEGAS DE CRIANZA	18
COMERCIALIZACIÓN	23
OTRAS BODEGAS	30
VINAGRE DE JEREZ	32
ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN	36
CONTROL Y VIGILANCIA	39

Aspectos Reglamentarios

El Consejo Regulador de las Denominaciones de Origen “Jerez-Xérès-Sherry”, “Manzanilla-Sanlúcar de Barrameda” y “Vinagre de Jerez” se rige por el Reglamento aprobado por la Orden de 2 de mayo de 1977 del Ministerio de Agricultura, publicado en el Boletín Oficial del Estado el 12 de mayo del mismo año y cuya última modificación se publicó en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía el 27 de marzo de 1999. Con posterioridad, el 18 de marzo de 2000, el BOJA publica la Orden de 22 de febrero de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, por la que se aprueba el Reglamento de la Denominación de Origen “Vinagre de Jerez”, regida por este mismo Consejo Regulador.

COMPOSICIÓN DEL CONSEJO

El Consejo Regulador es una Corporación de Derecho Público y como tal representa los intereses de todos los viticultores y bodegueros inscritos en sus registros. De acuerdo con el Reglamento, el órgano

fundamental de representación sectorial es el Pleno, el cual es objeto de renovación mediante sufragio entre todos los operadores inscritos cada cuatro años. La composición del Pleno del Consejo a lo largo del año 2006 era la resultante del proceso electoral iniciado en virtud de la Orden de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía de 22 de junio de 2005 y de las correspondientes elecciones celebradas el día 2 de diciembre de ese año y que concluyeron con la constitución del nuevo Pleno del Consejo Regulador el día 17 de diciembre de 2005. De dicho Pleno salió la propuesta de nombramiento de Presidente en la persona de Don Jorge Pascual Hernández, así como la elección del Vicepresidente, Don Manuel Manzano Ortiz.

Tras algunos cambios producidos por diversos motivos a lo largo del pasado año, la composición del Pleno del Consejo Regulador, a la fecha de publicación de esta memoria, es la siguiente:

PRESIDENTE

D. Jorge Pascual Hernández

VOCALES DEL SECTOR PRODUCTOR

D. Juan Antonio Romero Fernández D. José López Sánchez
D. Manuel Galán Herrera D. Juan Manuel González Bianchi
D. Manuel Manzano Ortiz D. Vicente Zarzaga Miranda
D. Miguel Pérez Aguilar D. Enrique Rodríguez Villegas
D. Francisco Guerrero Soto D. Emmanuel Pemán Domecq
D. Francisco Galán Gómez D. Javier Laynez García
D. José Ramón Estevez D. Rafael Veas
D. José Antonio Galán Ceballos D. Manuel Galán de los Reyes
D. Jose Ignacio Medina Gª de Polavieja

VOCAL REPRESENTANTE DE LA ADMON.

D. Manuel Jiménez Benítez

VOCALES DEL SECTOR COMERCIALIZADOR

D. Luis Hidalgo García D. Enrique Hepburn Alejandre
D. Ángel Lebrero Contreras D. José Antonio Souto Rubiales
D. Bosco Torremocha Gª de la Rasilla D. Ignacio Domecq Solís
D. Javier Sanz de Álvaro D. Aureliano Pérez
D. Ignacio López de Carrizosa
D. Luis Caballero Florido D. José Páez Morilla
D. Francisco Javier Requejo D. Fernando Martín-Hidalgo
D. José Ignacio Lozano D. Juan Carlos Gutierrez Colosía
D. Pascual Caputto D. Alfredo Pérez Romero

SECRETARIO GENERAL:

D. César Saldaña Sánchez

ACTIVIDADES DEL PLENO DEL CONSEJO

A lo largo del año 2006 se celebraron un total de 7 sesiones de Pleno del Consejo Regulador, seis de carácter ordinario y las restantes extraordinarias. Como consecuencia de dichas sesiones, así como de la actividad normal de los órganos de dirección del Consejo se emitieron un total de 19 circulares, unas de carácter informativo y otras de contenido administrativo. Entre estas últimas destacamos por su importancia las siguientes:

Cupo de la campaña 2005/06

Tras unos meses de provisionalidad, a lo largo de los cuales se estableció un cupo del 80% del existente en la campaña precedente, finalmente en la sesión de Pleno del 30 de mayo se fijó el cupo de ventas definitivo en el 38% de las existencias de cada bodega al 1 de septiembre de 2005. Recordemos que el Reglamento de las Denominaciones de Origen permite el establecimiento de un cupo de ventas de hasta el 40%, siendo responsabilidad del Pleno fijarlo anualmente, en función de las circunstancias de mercado, dentro del mencionado máximo.

Conscientes de la necesidad de reducir de forma drástica la cantidad de vino que desde las Denominaciones de Origen se pone a disposición del mercado –muy superior a la que éste es capaz de absorber en las circunstancias actuales– en la antes citada sesión de Pleno se acordó igualmente dar los pasos reglamentarios necesarios para que, a partir de la campaña 2006/07, se ponga en marcha un sistema de cupo de ventas que permita el tan necesario ajuste entre demanda y oferta, generando una disponibilidad de vino criado en línea con las necesidades reales del mercado. El Consejo Regulador considera ésta una cuestión absolutamente prioritaria de cara a conseguir los necesarios niveles de rentabilidad para todos los eslabones de la cadena productiva del vino de Jerez.

Nuevo modelo de cupo y modificación del art. 32.1 del reglamento

La Circular 7/2006 en la que se plasmaba el cupo definitivo de la campaña 2005/06, recogía también como se ha dicho la intención sectorial de establecer un nuevo modelo de cupo de ventas para la campaña 2006/07 y sucesivas. Ahora bien, la modificación del importante mecanismo reglamentario que es el cupo de ventas precisaba a su vez de dos modificaciones puntuales en nuestro Reglamento: una de ellas relativa al posible establecimiento de cupos de venta para períodos plurianuales y la otra relativa al eventual establecimiento de cupos diferentes en términos porcentuales para operadores distintos. Así a lo largo del pasado año se hizo la oportuna propuesta de redacción del artículo 32.1 de nuestro Reglamento, en el que se establece el porcentaje de las existencias que cada uno de los operadores puede expedir al mercado como vinos amparados. Finalmente, tras los distintos trabajos llevados a cabo con los servicios técnicos y jurídicos de la Consejería de Agricultura y Pesca, la modificación reglamentaria fue finalmente publicada en forma de Orden de la Consejería de Agricultura y Pesca de 19 de febrero de 2007 en el BOJA hasta el 7 de marzo de 2007, quedando el art. 32.1 redactado de la siguiente forma:

Art. 32.1. *Con el objetivo de defender y mejorar la calidad de los vinos, así como la imagen y el prestigio de la Denominación de Origen, el Consejo Regulador, previo informe de los sectores interesados, establecerá el porcentaje máximo de las existencias en crianza, ya sea biológica (bajo velo de flor) u oxidativa, que puedan ser objeto de expedición como vinos amparados.*

Excepcionalmente, previa comunicación a la Consejería de Agricultura y Pesca, y a la vista de las circunstancias que concurren en el mercado, el Consejo Regulador podrá establecer, para la campaña anual o para varias campañas, porcentajes distintos para cada bodega de forma proporcional a sus ventas durante las últimas campañas,

pudiendo además establecer porcentajes mínimos y máximos aplicables a todas las bodegas. El periodo de cómputo máximo para establecer la proporcionalidad a las ventas antes mencionada no podrá exceder las cinco campañas.

En todo caso las bodegas inscritas nunca podrán expedir un porcentaje superior al 40% de las existencias de cada tipo de vino al comienzo de la campaña en la que se adopte el acuerdo. Las bodegas podrán, asimismo, adquirir para su expedición vinos criados de otras bodegas inscritas en los Registros de Bodegas de Crianza.

Futura Ley Andaluza del Vino

En Diciembre de 2005 dio comienzo para este Consejo Regulador el proceso de tramitación del Proyecto de la futura Ley Andaluza del Vino, en el momento en el que se nos dio conocimiento del primer Anteproyecto y se abrió el preceptivo plazo de alegaciones. En esos momentos –en pleno proceso de elecciones al Consejo Regulador– solicitamos una ampliación del plazo, que nos fue concedida y finalmente, con fecha 28 de diciembre de 2005, enviamos el correspondiente escrito de alegaciones. Con posterioridad, a lo largo del pasado año 2006, la Consejería ha ido emitiendo sucesivas versiones de anteproyecto, en la que en general hemos visto recogidas casi todas las alegaciones efectuadas por el Consejo Regulador. En todo caso, se iniciará en breve el preceptivo trámite parlamentario de la Ley, momento en el que igualmente haremos llegar a la Administración aquellas cuestiones que en opinión del Consejo puedan todavía suponer una mejora del futuro texto legal.

Acuerdo de suspensión de las expediciones a granel de Vinagre de Jerez Reserva

El Consejo Regulador, en su sesión de Pleno del 28 de marzo de 2006, a la vista del Acta de la Comisión de Vinagre de 29 de septiembre de 2005 y analizadas igualmente las Conclusiones de

la Jornada de Estudios sobre el Vinagre de Jerez que tuvo lugar en el Consejo Regulador el 14 de diciembre de 2005, con asistencia de todo el Sector del Vinagre de Jerez, decidió que todas las expediciones de Vinagre de Jerez de categoría “Reserva” que se realicen por parte de las bodegas inscritas a partir del 1 de septiembre de 2008 deberán ser embotelladas en las propias instalaciones de las bodegas o, excepcionalmente y con la autorización expresa del Consejo Regulador, en instalaciones autorizadas ubicadas dentro de la Zona de Producción de la Denominación de Origen.

La decisión tiene un enorme calado, pues supone empezar a dar pasos efectivos en la dirección, consensuada por todo el sector del Vinagre de Jerez, de que en un futuro todas las expediciones de este producto protegido se realicen embotelladas en origen, con las positivas consecuencias que ello tendría tanto desde el punto de vista de las garantías de los consumidores como de la generación de valor añadido en la Zona de Producción.

Vinagre de Jerez Gran Reserva

En la misma sesión de Pleno del 28 de marzo se dio carta de naturaleza legal a lo que es una realidad desde hace muchos años en el Marco de Jerez: la existencia de vinagres de un grado excepcional de vejez y con un nivel de calidad igualmente sobresaliente. Al objeto de poder certificar la vejez superior a diez años de determinados vinagres amparados por parte del Consejo Regulador se aprobó una circular que en esencia reproduce los procedimientos ya desarrollados y sobradamente rodados de los vinos de vejez calificada. En definitiva, se creó un sistema de certificación de lotes o sacas de vinagres con una calidad excepcional y una vejez superior a diez años.

Normas de campaña

Las normas por las que se rigió la campaña de producción 2006 fueron objeto de aprobación en las sesiones de Pleno del 30

de mayo y del 25 de julio. En la primera de las sesiones se procedió al debate y aprobación de todas las normas de carácter técnico y procedimental, que posteriormente se plasmaron en la Circular 9/2006. Cuestiones tales como la actualización de cambios en el viñedo inscrito, normativa para la distribución y utilización de guías de acompañamiento, altas y condiciones de los lagares, declaraciones de producción, etc.; en definitiva, toda la operativa que permite un adecuado desarrollo, control y contabilización de la producción de los viñedos inscritos. Por lo que respecta a los rendimientos máximos del viñedo, la aprobación de la norma correspondiente se produjo como se ha dicho en la sesión de Pleno Ordinario del 25 de julio. Como resultado de la misma se publicó la Circular 11/2006, en la que se establecían los siguientes tramos de calificación:

MOSTOS CALIFICADOS

Primero: para la uva Palomino, se calificará una producción de hasta 9.500 kilogramos por hectárea (equivalente a 66,50 hectolitros de mosto por hectárea, con un coeficiente de transformación de 70 litros por cada 100 kilogramos molturados) con destino a los productos amparados por las Denominaciones de Origen “Jerez-Xérès-Sherry”, “Manzanilla - Sanlúcar de Barrameda” y “Vinagre de Jerez”. En el caso del resto de las variedades autorizadas se calificará la producción hasta los máximos admitidos por el Reglamento de la Denominación de Origen.

Segundo: en la viñas de nueva plantación se admitirá como calificada una producción de hasta:

- 2.857 kilos/ha. para viñas en segundo año de plantación (20 hectolitros)
- 5.714 kilos/ha. para viñas en tercer año de plantación (40 hectolitros)
- 8.571 kilos/ha. para viñas en cuarto año de plantación (60 hectolitros)

MOSTOS PARA PRODUCTOS NO AMPARADOS

Tercero: los mostos procedentes de rendimientos por hectárea superiores a los establecidos en el apartado anterior tendrán que dedicarse necesariamente a usos distintos a los de las Denominaciones de Origen, bajo la supervisión del Consejo Regulador.

Cuarto: los mostos procedentes de rendimientos por hectárea iguales o inferiores a los establecidos en el apartado anterior, con un coeficiente de transformación superior a los 70 litros por cada 100 kilogramos molturados tendrán igualmente que dedicarse necesariamente a usos distintos a los de las Denominaciones de Origen, bajo la supervisión del Consejo Regulador.

DESCALIFICACIONES

Quinto: en aplicación de la Normativa vigente en la actualidad, quedará descalificada en su totalidad la producción de aquellas viñas inscritas cuya producción exceda del máximo establecido por el propio Reglamento de la Denominación de Origen. Igualmente, será descalificada la producción de las viñas inscritas que hayan incumplido lo dispuesto en la letra C del Anexo VI del Reglamento 1493/1999 y hayan sido objeto de riego u otras prácticas de cultivo prohibidas.

Acuerdo Sectorial para la cosecha 2006

La finalización del Plan Estratégico del Marco de Jerez, firmado para cuatro campañas por la totalidad de las organizaciones profesionales del sector en 2002, exigía algún tipo de acuerdo por parte de las organizaciones profesionales del Marco que garantizara el mantenimiento de la estabilidad alcanzada gracias al Plan. Así, en el mes de julio las organizaciones agrarias y comercializadoras presentes en el Pleno alcanzaron un acuerdo de amplio espectro, con el objetivo de dar continuidad a una serie de aspectos del finalizado Plan Estratégico. Entre dichos acuerdos, y en referencia explícita a la cosecha 2006, se encuentran dos puntos que textualmente dicen así:

- Establecer un Fondo para la diversificación, cuyo fin principal será la gestión de excedentes, a través del ingreso en el Consejo Regulador (cuya gestión se realizará a través de un subregistro específicamente creado al efecto) de 1,5 ptas/kg. por uva para la que se solicite su calificación, con la excepción de la uva con integración vertical.

-El destino del Fondo Adicional se realizará de común acuerdo por las organizaciones firmantes, y tendrá como destino principal la eliminación de excedentes vía, diversificación sin perder de vista la promoción.

Pues bien, como quiera que el citado acuerdo interprofesional precisaba de la constitución de un fondo, el Pleno acordó dar instrucciones a sus servicios para la recaudación y custodia del mencionado fondo.

Reconocimiento fiscal de las mermas biológicas

Aunque la cuestión no tenga una implicación normativa en nuestro ordenamiento, sin duda uno de los episodios más felices del pasado año ha sido el reconocimiento definitivo –tras años de argumentación sectorial– por parte de las autoridades fiscales españolas de que el proceso singular de la crianza biológica implica unas mermas de alcohol de las que no puede hacerse responsable como sujeto pasivo al bodeguero y su traslado finalmente al Reglamento de Impuestos Especiales.

Nuevo Reglamento de la Denominación de Origen Vinagre de Jerez

Dejamos para el final probablemente el asunto reglamentario más importante acometido en el pasado año por el Consejo Regulador, como es la aprobación y remisión a la Consejería de Agricultura y Pesca del nuevo Reglamento de la Denominación Origen. Aunque la Orden de 22 de febrero de 2000 de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, por la que se aprueba el Reglamento de la Denominación de Origen “Vinagre de Jerez”, encomendaba específicamente al Consejo Regulador la redacción de un Reglamento en el que se integraran las tres Denominaciones de Origen tuteladas por el Consejo, posteriormente, el Reglamento (CE) 510/2006, de 20 de marzo, ha venido a modificar la situación, exigiendo el desarrollo de un Reglamento específico para el Vinagre de Jerez, que permita la adecuada protección comunitaria del producto como Denominación de Origen Protegida (D.O.P.).

Pues bien, aunque a la fecha de la publicación de esta Memoria aún no se ha producido la necesaria publicación en el BOJA del texto reglamentario, lo cierto es que el Consejo Regulador, en una sesión extraordinaria convocada expresamente el día 15 de noviembre, aprobó por unanimidad de todos sus vocales el texto del nuevo Reglamento de la D. O. Vinagre de Jerez.



CIRCULARES DEL CONSEJO REGULADOR

Además de las circulares ya referidas, de carácter administrativo, a lo largo del pasado año se emitieron otra serie de circulares de diverso tipo. Detallamos a continuación la totalidad de las Circulares emitidas por el Consejo Regulador en 2006:

Nº	Fecha	Asunto
1	1 de febrero	Confección de documentos de acompañamiento
2	9 de febrero	Tomas de muestras de vinos con vejez calificada
3	4 de abril	Embotellado en origen de la categoría “RESERVA”
4	10 de abril	Constitución de un fondo especial para la diversificación del viñedo inscrito
5	5 de mayo	Modificación de tasas del Consejo Regulador
6	5 de mayo	Situación del cupo de ventas de la campaña 2005/06
7	1 de junio	Cupo de ventas definitivo para la campaña 2005/06 y acuerdo de cupo para la campaña 2006/07
8	5 de junio	Jornada sobre vino y propiedad industrial
9	9 de junio	Normas para la campaña vitivinícola 2006/07
10	19 de junio	Presentación telemática de declaraciones de bodegas
11	25 de julio	Normas sobre rendimientos para la campaña vitivinícola 2006/07
12	28 de julio	Requerimientos analíticos para la emisión de certificados de origen
13	28 de julio	Suspensión del acuerdo de fijación de cupo de ventas para las campañas 2006/07, 2007/08, 2008/09 y 2009/10
14	22 de agosto	Segunda edición del “SHERRY MARKETING FORUM”
15	30 de agosto	Sesiones de certificación de Vinagres Gran Reserva
16	4 de septiembre	Actos con motivo de la fiesta de la Manzanilla
17	5 de septiembre	Cursos sobre impuestos especiales
18	27 de septiembre	Cupo de ventas para la campaña 2006/07
19	30 de noviembre	Cupo de ventas provisional para la campaña 2006/07

Organización Interna

La Misión del Consejo Regulador es ser una institución al servicio de todo el Marco de Jerez, transparente y moderna, capaz de ofrecer servicios de calidad a un coste adecuado, mediante sistemas de gestión ágiles y de personal motivado y preparado, a la vez que actuar como embajadora y salvaguarda del activo constituido por nuestras Denominaciones de Origen, identificando oportunidades y coadyuvando al incremento de su prestigio, su imagen y su valor.

En tanto que organización al servicio de las Denominaciones de Origen y del Marco de Jerez, el Consejo Regulador pretende inspirar y conducir su funcionamiento en la siguiente Misión, aprobada por el Pleno del Consejo con motivo de la implantación del Sistema de Calidad en 2004:

ORGANIGRAMA

La plantilla permanente del Consejo Regulador está formada por un total de 18 personas, y se estructura de acuerdo con el organigrama siguiente:



Corresponden al Presidente las funciones descritas en el artículo 42.1 de nuestro Reglamento, que podemos resumir en la representación institucional del Consejo Regulador, la salvaguarda de la legalidad, la administración del presupuesto, la convocatoria y presidencia de las sesiones plenarias, así como la ejecución de sus acuerdos; la organización del régimen interior del Consejo, y la información a los organismos superiores de las incidencias que en la producción y mercado se produzcan. Adicionalmente, es función de la Presidencia la fijación de políticas y objetivos generales del Consejo, de acuerdo con el Pleno, así como la fijación del Plan Anual de objetivos y criterios presupuestarios.

Por lo que respecta a la Dirección General, se ocupa de la organización, dirección y supervisión de todos los departamentos a su cargo, así como de los servicios externalizados; bajo la supervisión del Presidente, se encarga de la ejecución de las políticas y objetivos aprobados por el Pleno; elabora la propuesta de presupuestos y controla su ejecución, incluyendo la planificación y el seguimiento de los planes promocionales. A nivel interno, preside el Comité de Calidad del Consejo Regulador, aprobando los nuevos procedimientos de gestión. Adicionalmente, el Director General asume las funciones establecidas en el artículo 44 del Reglamento correspondientes a la Secretaría General, preparando los trabajos de las sesiones de Pleno, asistiendo a las mismas con voz, pero sin voto, cursando las convocatorias, levantando las actas y custodiando los libros y documentos del Consejo. Por último, se encarga de la autorización y emisión de certificados de origen.

El Órgano de Control y Vigilancia planifica y ejecuta todas las actividades de control e inspección conducentes a la verificación sobre el terreno de los datos de los operadores inscritos que figuran en los Registros del Consejo Regulador. Para ello dispone de un equipo de cinco personas (veedores), cuyos cometidos van desde la toma de muestras de productos

amparados, materias primas y otros productos, hasta el aspillado (control de inventarios) de vinos o vinagres en crianza; además de otra amplia serie de actividades más específicas, como pueden ser el “marcado” (acetificación) de vinos aptos con destino a vinagre o la comprobación del nivel de madurez de la uva o de las guías de acompañamiento de uva, durante el período de vendimia. El Órgano de Control y Vigilancia es también el encargado de verificar la idoneidad de las instalaciones y equipos de las bodegas inscritas, tanto de lagares como de bodegas de producción o crianza. En determinados momentos de la campaña, el equipo de veedores de la plantilla del Consejo se ve reforzada por inspectores de carácter temporal, los cuales trabajan de acuerdo con las instrucciones emanadas del Jefe del Órgano de Control y Vigilancia. En concreto, durante el período de vendimia se contrata un número variable de inspectores, que pueden oscilar entre 40 y 50, dependiendo del número de lagares que se encuentren dados de alta y operativos.

El importante área de registros se encuentra dividido entre dos departamentos. El departamento de Registro de Viñas mantiene permanentemente actualizada la base de datos del viñedo inscritos: superficie, ubicación y titularidad del viñedo; caracterización del mismo en función de su edad y tipo de tierras; variedades y portainjertos utilizados; así como todo el historial de producciones y calificaciones. A lo largo de los últimos años se ha completado además un importante registro cartográfico, que permite ofrecer a los viñistas inscritos no sólo información documental, sino también gráfica de sus parcelas amparadas por nuestras denominaciones de Origen. La veracidad y permanente actualización de la información contenida en este importante registro requiere con frecuencia de las actuaciones inspectoras del Órgano de Control y Vigilancia, además del personal especializado adscrito al propio departamento.

El departamento de Registro de Bodegas, por su parte, asegura la actualización permanente de todas las bases de datos relacionadas con las actividades de elaboración, crianza y comercialización de productos amparados, materializadas en los distintos registros de bodegas (elaboración de vinos y de vinagres, bodegas de zona de producción, de crianza y almacenado, de crianza y expedición y bodegas de envejecimiento de vinagre), así como en los registros de etiquetas y de nombres comerciales. Para ello se encarga de las altas y bajas, así como de la documentación y verificación de todos los movimientos de entradas y salidas en bodega. Constituye también este departamento la gran fuente de información en relación a los productos amparados, confeccionando las estadísticas de comercialización y todo tipo de informes requeridos por el Pleno.

Aunque las actividades del departamento de Promoción durante el pasado año son objeto de análisis pormenorizado en otro capítulo de esta Memoria, digamos aquí que las actividades de esta área del Consejo se dividen en dos grandes grupos: las correspondientes a la Promoción Institucional del Consejo Regulador y de los productos amparados (patrocinios, colaboraciones institucionales, formación y divulgación) y las derivadas de planes específicos de promoción genérica en mercados concretos (planes sectoriales). En el primer caso, tanto la planificación como la ejecución, supervisión y evaluación de las acciones las realiza el propio Departamento. En el caso de los planes sectoriales, el Consejo Regulador realiza una labor de financiación y supervisión y control de las actividades, si bien la gestión de su ejecución viene delegada en la Asociación de Exportadores (Fedejerez), al objeto de que haya un total alineamiento de la promoción genérica con las necesidades y prioridades de las casas comerciales en cada uno de los mercados.

Por último, existen dos departamentos de apoyo a los anteriormente descritos, como son el de Administración y

Servicios Generales y el de Control de Calidad. El primero aporta los medios necesarios para la organización interna de las actividades del Consejo Regulador, controlando los presupuestos y realizando toda la gestión económica de la organización; asegurando servicios auxiliares tales como la mensajería, comunicaciones, limpieza y mantenimiento, etc.

El departamento de Control de Calidad, por su parte, es el encargado de supervisar la implantación, mantenimiento y modificaciones del Sistema Integrado de Calidad por el que se conduce toda la gestión interna del Consejo Regulador, así como de proponer las acciones correctivas en caso de desviaciones. Supervisa todas las actividades relacionadas directamente con la Calidad, y todos los requisitos generados por ellas, coordinando el funcionamiento del Comité de Calidad.

Al margen de las funciones cubiertas a través de su propio personal de plantilla, el Consejo Regulador acude también a la contratación externa para determinados cometidos que le son propios, mediante acuerdos con compañías o profesionales especializados en distintos campos: servicios jurídicos especializados, registro y vigilancia de marcas o gabinete de comunicación, entre otros.

PRESUPUESTOS

De acuerdo con el artículo 46.1 de nuestro Reglamento, la financiación de las obligaciones del Consejo Regulador se efectúa principalmente con los recursos obtenidos mediante las tasas sobre productos amparados y sobre el viñedo inscrito, además a través de las subvenciones obtenidas mediante convenios con diversas administraciones y otros ingresos derivados de la prestación de servicios.

En su calidad de órgano desconcentrado de la Consejería de Agricultura y Pesca, tanto la aprobación del presupuesto anual

del Consejo Regulador como su liquidación final se encuentran fiscalizados por la Intervención de la Junta de Andalucía. En el caso del presupuesto 2006, detallamos a continuación

las partidas fundamentales de la liquidación aprobada por el Pleno del 30 de enero de 2006:

(Cifras en Euros)

INGRESOS		GASTOS	
Tasa por Producto Amparado (1)	965.025	Gastos de Personal	1.176.201
Tasa del Viñedo	136.276	Bienes corrientes y Servicios	325.482
Tasa de Vinagre	232.391	Promoción Institucional	426.518
Otras Exacciones	142.663	Gastos Financieros	500
Total Tasas Ppto. Ordinario	1.476.354		
Servicios tarificados	3.721		
Alquileres y otros	49.051		
Intereses	334		
Otros Ingresos	53.107		
Subvenciones Junta Andalucía	491.704		
TOTAL INGRESOS ORDINARIOS	2.021.165	TOTAL GASTOS ORDINARIOS	1.928.701
Transferencias por Inspec. de Vendimia	53.500	Gastos inspección de vendimia	56.806
Tasas sobre pto. Amparado (2)	2.313.581	Planes Sectoriales	1.357.930
Devoluciones ICEX	59.126	Transferencias a Cooperativas	1.502.000
Remanente de Ejercicios anteriores	398.065		
TOTAL	4.845.437	TOTAL	4.845.437

Las tasas sobre producto amparado (vino) vigentes en 2006 se dividían en dos partes, a razón de 1,34 ¢/hectolitro para la llamada “tasa ordinaria”, destinada a la financiación de los gastos ordinarios del Consejo Regulador y de 4,06 ¢/hectolitro, o “tasa extraordinaria”, destinada a la financiación de planes sectoriales de promoción genérica en mercados específicos. Por lo que respecta a la tasa del viñedo, los importes vigentes en 2005 fueron de 13,89 ¢/hectárea en el caso del viñedo de Jerez Superior y de 11,82 ¢/hectárea de Jerez Zona. El esfuerzo promocional realizado por el Consejo Regulador a lo largo del pasado año es objeto de análisis en otro capítulo de la Memoria; en todo caso, indicamos aquí que además de los importes destinados en el Presupuesto a Promoción Institucional y a Planes Sectoriales, éstos últimos se benefician directamente de las aportaciones puntuales realizadas por la

Junta de Andalucía, a través de la Empresa Pública para el desarrollo Agrícola y Pesquero (D.A.P.) y del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX).

Finalmente, y también dentro del capítulo de Gastos Extraordinarios, figura en el presupuesto del Consejo Regulador una partida destinada a las transferencias corrientes que como parte del Plan Estratégico del Marco de Jerez se destinan a la diversificación del viñedo inscrito.

Cabe en este punto recordar que lo largo del año 2006 se ha completado la última de las cuatro campañas previstas en el Plan firmado por todas las organizaciones profesionales del Marco en septiembre de 2002 y que contemplaba una serie de medidas tendentes a dotar al mismo de la necesaria estabilidad.

Actividades Institucionales

A lo largo del pasado año el Consejo Regulador ha mantenido una intensa actividad institucional, participando activamente en numerosos foros, manteniendo contacto permanente con instituciones y administración, e identificando posibles oportunidades de desarrollo para nuestras Denominaciones de Origen y los productos amparados.

Durante 2006, la Casa del Vino ha acogido diferentes cursos y jornadas dirigidas específicamente a dinamizar el sector, entre los que destacamos: Jornadas de Derecho Marcario, Curso de Impuestos Especiales, Jornada de Innovación Tecnológica, Jornada “Vino fuente de salud” y Curso de Enología y Viticultura en Climas Cálidos.

Mención aparte para la celebración del II Sherry Marketing Forum, en el que a lo largo de dos días se debatieron y pusieron en común estrategias globales de promoción de nuestros vinos.

El Consejo ha sido el marco elegido para un buen número de homenajes sectoriales a personajes de relevancia como D. Francisco Valencia, Presidente de Fedejerez, que durante tantos años fue el mejor embajador de nuestros vinos. También recibió un merecido homenaje D. Graham Hines, quien fue director del Sherry Institute y un gran defensor del Jerez en el Reino Unido.

El día de la Manzanilla, fue dedicado a Dña. Begoña Nieto, en reconocimiento a su valiosa aportación para el reconocimiento en la normativa comunitaria de la D.O. Manzanilla.

Cabe destacar la presencia del Vinagre de Jerez en la Semana de Andalucía, celebrada en París, en la que nuestro condimento tuvo un especial protagonismo. París también fue el escenario de la presentación institucional de la nueva categoría de Vinagre de Jerez Gran Reserva.

En 2006, la “Ruta del Vino y Brandy del Marco de Jerez” se ha hecho realidad. Un proyecto que ha integrado a bodegas, hoteles y hostelería en una oferta turística cohesionada y unificada en torno al eje temático de los Vinos y el Brandy de Jerez en los nueve municipios del Marco. La Ruta ha sido certificada por el Ministerio de Turismo como “Ruta del Vino de España”, con todas las ventajas que ello conlleva en términos de promoción internacional.

Otro evento a destacar es la presentación en Londres de la versión inglesa del “Gran Libro de los Vinos de Jerez” en un acto que despertó gran expectación, y que contó con la presencia del Consejero de Agricultura.



Zona de Producción

La Zona de Producción de las Denominaciones de Origen Jerez, Manzanilla y Vinagre de Jerez (el llamado comúnmente “Marco de Jerez”) se extiende a lo largo de ocho términos municipales de la provincia de Cádiz y uno de la de Sevilla. Se trata pues de una ubicación con marcado carácter meridional, en el extremo sur de la Península Ibérica y que goza por tanto de características climatológicas muy definidas: un gran nivel de insolación (más de 300 días al año de sol), inviernos muy suaves y veranos de calor extremo; una pluviosidad importante (superior a los 620 litros por metro cuadrado al año) y dos vientos dominantes –el cálido “levante” y el suave y húmedo “poniente”- que combinados aseguran una maduración adecuada de la uva y un factor moderador de las altas temperaturas veraniegas. Dentro de la Zona de Producción se encuentran los viñedos designados tradicionalmente como Jerez Superior, en los que la especial composición físico-química del suelo –las denominadas

“tierras de albarizas”– así como la situación y características climatológicas, son las idóneas para la producción de vinos de calidad superior. El resto de la Zona de Producción se conoce tradicionalmente como Jerez Zona.

SUPERFICIE Y DISTRIBUCIÓN DEL VIÑEDO

Al 1 de septiembre de 2006, fecha de comienzo de la campaña vitivinícola en Jerez, los registros del Consejo Regulador incluían un total de 3.420 explotaciones vitícolas, con una superficie total de 10.078,20 hectáreas, repartidas entre los nueve términos municipales de la Denominación. Dichas viñas, con una superficie media de 2,95 hectáreas, se encuentran en manos de 2.625 titulares (viñistas) inscritos. Como puede apreciarse en el siguiente cuadro, las extensiones medias del viñedo difieren notablemente entre los distintos términos municipales.

Término Municipal	Superficie Inscrita		Total (Hectáreas)	Nº de Viñas	Sup. media hectáreas	Nº de titulares
	J.Superior	J. Zona				
Jerez de la Fra.	6.062,78	427,70	6.490,48	539	12,04	443
El Puerto de Sta. Mª	445,49	30,57	476,06	81	5,88	73
Sanlúcar de Bda.	1.129,39	100,24	1.229,63	920	1,34	689
Trebujena	618,78	172,06	790,84	1.017	0,78	694
Chipiona	52,17	108,23	160,40	172	0,93	146
Rota	110,57	87,64	198,21	95	2,09	86
Chiclana de la Fra.	—	281,57	281,57	373	0,75	284
Puerto Real	—	247,63	247,63	63	3,93	59
Lebrija	—	203,38	203,38	160	1,27	151
TOTAL	8.419,18	1.659,02	10.078,20	3.420	2,95	2.625

En el Marco del Jerez existen siete cooperativas vitícolas, cuyos viñistas asociados poseen algo más de un 41% de la superficie total inscrita. Un 31% está en manos de bodegas que integran

producción y comercialización de vinos amparados. El resto es propiedad bien de viñistas independientes o bien de bodegas de almacenado o de producción.



El Reglamento de las Denominaciones de Origen autoriza la utilización de tres variedades de vid diferentes, todas ellas blancas: Palomino, Pedro Ximénez y Moscatel, siendo la primera de ella la base principal para la elaboración de casi todos los vinos y vinagres amparados y la variedad predominante en el Marco de Jerez. Sin embargo, en los últimos años algunos viticultores están replantando el viñedo con la variedad Pedro Ximénez.

A lo largo de las últimas décadas se ha generalizado –especialmente en las explotaciones de tamaño medio y grande– la plantación con espalderas, estimándose que la misma alcanza en estos momentos casi al 90% del viñedo inscrito.

Ello está favoreciendo la mecanización del cultivo, si bien aún existe un buen número de faenas que siguen realizándose a mano. Entre ellas destaca sin duda la vendimia; aunque la mecanización de la cosecha avanza imparable en los viñedos de la Denominación de Origen, aún no ha alcanzado el 15% de la superficie total inscrita.

En el cuadro siguiente se puede observar la distribución del viñedo de los distintos términos municipales, en función del año de plantación. La edad media del viñedo inscrito en la Denominación de Origen se sitúa ligeramente por encima de los 20 años, siendo la vida útil estimada de las cepas de 30 años.

(Datos en Hectáreas)

Año de plantación	Jerez	El Puerto	Sanlúcar	Chiclana	Chipiona	Lebrija	P. Real	Rota	Trebujena	Total	%
Posterior a 1995	2.056,29	184,60	345,14	76,20	22,51	77,02	88,74	42,80	369,32	3.262,62	32,37
entre 1990 y 1994	389,09	10,26	94,52	17,07	14,79	11,97	1,30	33,26	79,01	651,27	6,46
entre 1985 y 1989	774,98	35,80	192,17	18,99	18,74	11,29	11,09	25,21	77,88	1.166,15	11,57
entre 1980 y 1984	215,00	4,94	45,50	10,19	13,06	17,32	4,92	5,55	63,40	379,88	3,77
entre 1975 y 1979	735,57	51,06	63,30	40,45	21,45	14,15	72,58	25,07	48,78	1.072,41	10,64
entre 1970 y 1974	1.515,32	125,19	91,34	42,76	33,25	43,37	56,16	52,12	65,15	2.024,66	20,09
entre 1965 y 1969	379,98	33,99	87,66	16,78	7,38	21,52	2,97	2,31	46,42	599,01	5,94
entre 1961 y 1964	209,26	13,89	40,40	9,21	3,04	0,82	0,00	0,00	6,18	282,80	2,81
Anterior a 1960	214,79	15,24	268,84	51,95	25,99	9,14	8,86	10,88	33,71	639,40	6,34
TOTAL	6.490,28	474,97	1.228,87	283,60	160,21	206,60	246,62	197,20	789,85	10.078,20	

Vendimia 2006

La vendimia en las aproximadamente 10.100 hectáreas de viñedo que forman el llamado “Marco de Jerez”, se prolongó este año durante aproximadamente cinco semanas: desde el 16 de agosto hasta el 22 de septiembre. Durante este período se recogieron unos 86.250.000 kilos de uva, lo que supone una cantidad superior en casi un 20% a la recogida en el pasado año 2005. A pesar de este incremento, la cantidad recogida es inferior a la media de la Denominación de Origen, que se sitúa en torno a los 100 millones de kilos de uva. Ello ha sido debido fundamentalmente a que la lluvias en el año agrícola 2005/06 han sido también inferiores a la media (450 litros por metro cuadrado, frente a los 620 litros anuales de media), aunque no tan escasas como en el año 2004/05, en el que sólo alcanzaron los 200 litros. Además, durante el verano se registraron temperaturas altas y un predominio de los vientos de levante, secos y cálidos, que hicieron que la uva desarrollara altos niveles de madurez, pero un tamaño algo más pequeño.

Precisamente estas condiciones climáticas han determinado un alto nivel de calidad para la uva, con una graduación media

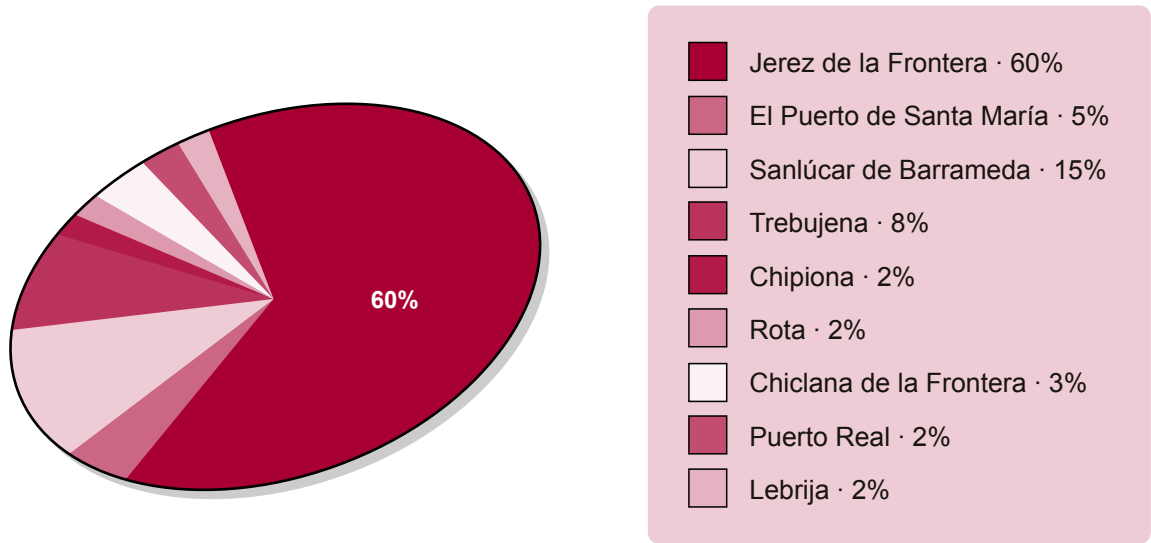
superior a 12 grados Baumé (12,06°) y niveles sanitarios muy elevados. La uva ha llegado a los 39 lagares que han estado operativos durante la vendimia 2006 sana, entera y en perfecto estado, lo que permitió la elaboración de unos mostos de gran calidad, que servirán para refrescar las criaderas (sistemas de envejecimiento del vino de Jerez) a partir del año 2007.

La mayor parte de la vendimia se ha realizado de manera manual, si bien hay aproximadamente un 15% de la superficie de viñedo en la que se han utilizado vendimiadoras mecánicas, que permiten la recogida de la uva por la noche.

Como todos los años, el Consejo Regulador ha controlado íntegramente el proceso de recogida de la uva, transporte y molturación en los lagares. Para ello se ha contado con un equipo de 51 personas, a través de las cuales se ha seguido la madurez de las uvas (tomando unas 2000 muestras) y se han controlado todas y cada una de las entradas uva en las bodegas de elaboración.

Municipio	Superficie Has.	Producción Total	Producción por Ha.	PRODUCCIÓN CALIFICADA		
				J. Superior	J. Zona	Total
Jerez de la Frontera	6.490	52.046.187	8.019	48.115.865	1.625.363	49.741.228
El Puerto de Sta. María	476	4.593.480	9.649	3.872.170	207.444	4.079.614
Sanlúcar de Barrameda	1.23	12.625.128	10.267	10.124.878	782.425	10.907.303
Chiclana de la Frontera	282	2.314.511	8.316		2.298.027	2.298.027
Chipiona	160	1.571.472	9.797	428.572	1.066.941	1.495.513
Lebrija	203	1.825.780	8.977		1.804.250	1.804.250
Puerto Real	248	2.153.880	8.698		1.932.522	1.932.522
Rota	198	1.934.926	9.762	1.043.522	783.950	1.827.472
Trebujena	791	7.172.038	9.069	5.685.568	1.341.414	7.026.982
TOTAL	10.078	86.264.402	8.560	69.270.575	11.842.336	81.112.911

El término municipal de Jerez –a pesar de haber tenido una productividad por hectárea relativamente baja– aportó casi un 60% del total de la uva molturada en los lagares inscritos:



Como se ha mencionado, las condiciones meteorológicas a lo largo del año y en especial en las semanas anteriores a la vendimia determinaron graduaciones relativamente altas, con las habituales diferencias entre las distintas localidades de la Zona de Producción.

En el cuadro de la página anterior pueden verse las producciones por hectáreas obtenidas en los distintos términos municipales

de las Denominaciones de Origen. Como se aprecia en muy contados casos la productividad del viñedo ha estado por encima del rendimiento máximo establecido para esta campaña por el pleno del Consejo Regulador (9.500 kg/Has).

En el cuadro siguiente se resumen las producciones de uva y mosto obtenidas en el curso de la vendimia 2006, ordenadas en función de los distintos tipos de operadores que concurren

en la Denominación de Origen. Como puede apreciarse, la producción calificada media por hectárea ha sido de 8.048 kilos, si bien existen diferencias notables entre la calificación media de las viñas de bodegas que integran verticalmente todo el proceso productivo y aquellas propiedad de viñistas

independientes. El viñedo de las cooperativas se sitúa en un término medio, con 7.956 kilos por hectárea, si bien también son notables las diferencias entre las siete cooperativas del Marco, en función de la distinta ubicación de los viñedos.

OPERADORES	Superficie (Has.)	Producción (Kgms.)	Calificación (Kgms.)	Producción Media	Calificación Media
Bodegas con I.V.	3.168,78	24.273.140	23.537.215	7.660,09	7.427,85
Otras Bodegas Inscritas	792,09	6.831.852	6.511.596	8.625,10	8.220,78
Cooperativistas	4.100,63	35.176.689	32.624.166	8.578,36	7.955,89
Otros Viñistas	2.017,30	19.982.721	18.439.934	9.905,68	9.140,90
Total	10.078,80	86.264.402	81.112.911	8.559,00	8.047,87

Por lo que respecta al mosto calificado, una vez aplicadas las presiones admitidas de acuerdo con las Normas de Campaña (70 litros por cada 100 kilogramos de uva) se han obtenido un total de 113.558 botas de mosto calificado. Por lo que respecta al resto de los mostos obtenidos, los aspillados realizados por el

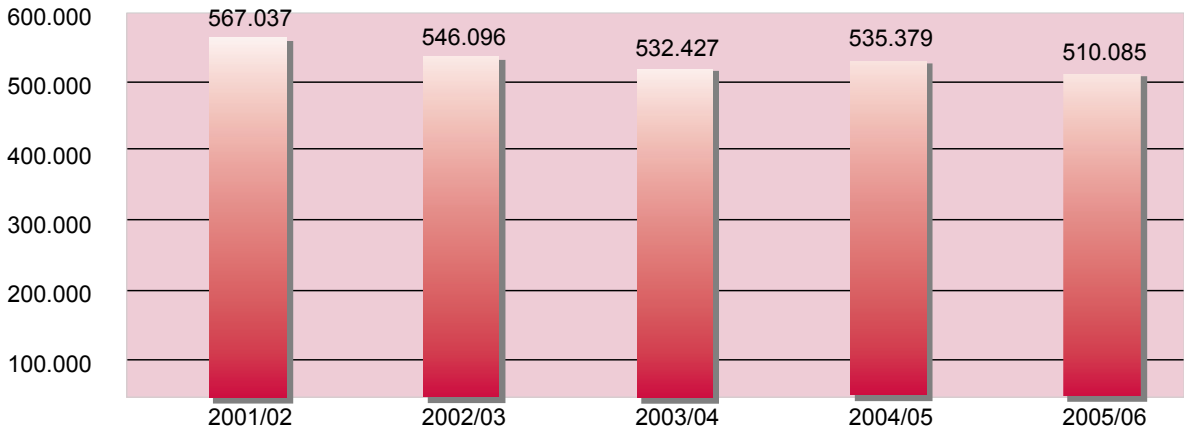
Órgano de Control y Vigilancia han determinado la existencia de otras 21.686 botas de vino no calificado que habrá de ser dedicado bien a la elaboración de vinos de la tierra o de otros productos enológicos tales como alcohol o mosto concentrado rectificado.

PRODUCCIÓN VENDIMIA 2006	Jerez Superior	Jerez Zona	Total Calificado	Otros Usos	Total
Kilogramos de Uva	69.270.575	11.842.336	81.112.911	5.151.491	86.264.402
Botas de Mosto (500 lts)	96.979	16.579	113.558	21.686	135.244

Bodegas de Crianza

La Zona de Crianza de las Denominaciones de Origen está constituida exclusivamente por las localidades de Jerez de la Frontera, El Puerto de Santa María y Sanlúcar de Barrameda. En estas tres ciudades existen un total de 78 bodegas inscritas como Bodegas de Crianza. A su vez, estas bodegas se dividen en dos tipos: Bodegas de Crianza y Expedición - comúnmente denominadas “Exportadores”- y las Bodegas de Crianza y Almacenado, dedicadas a la comercialización de sus vinos en el mercado interno y habitualmente denominadas “Almacenistas”.

Las existencias totales de vinos en crianza en estas bodegas al comienzo de la Campaña 2006/2007 (1 de septiembre de 2006) ascendían a 510.085 botas, o lo que es lo mismo, 2.550.425 hectolitros. Dicha cantidad es inferior (-4,7%) con respecto a los inventarios en crianza al comienzo de la campaña precedente. La evolución de las existencias de Vino de Jerez en crianza a lo largo de las últimas campañas ha sido la siguiente (datos en botas de 500 litros, al final de cada una de las campañas):



El Consejo Regulador, a través de la documentación de entradas y salidas de bodega, así como mediante aspillados periódicos de las existencias en crianza, controla las existencias de vinos

en poder de cada una de las bodegas, diferenciando aquellas que se encuentran en un proceso de crianza biológica de las correspondientes al resto de los vinos en envejecimiento.

(Datos en botas de 500 litros)

Municipio	C. Biológica	Expotadores Otros Vinos	Total	C. Biológica	Almacenistas Otros Vinos	Total	Total Vinos
Jerez de la Frontera	136.785	202.326	339.111	2.532	3.824	6.356	345.467
El Puerto de Sta. María	21.090	9.287	30.377	0,00	0,00	0,00	30.377
Sanlúcar de Barrameda	97.151	26.044	123.196	9.050	1.995	11.046	134.241
TOTAL	255.027	237.657	492.684	11.582	5.819	17.401	510.085

A continuación se relacionan las 78 Bodegas de Crianza - Expedición y Almacenado - sitas en el Marco de Jerez, de las cuales 64 son de Crianza y Expedición, y 14 de Crianza y Almacenado. Los datos están actualizados a la fecha de publicación de esta Memoria:

BODEGAS DE CRIANZA Y EXPEDICION

JEREZ DE LA FRONTERA

A. PARRA, S.A.	Plaza Orbaneja, 2	Tfno. 956 345 111 Fax. 956 336 574
ÁLVARO DOMEQ, S.L.	Alamos,23 www.alvarodomecq.com · alvarodomeqsl@alvarodomecq.com	Tfno. 956 339 634 Fax. 956 340 402
ANTONIO NUÑEZ TERRIZA	Ronda Caracol, C/ Polas, 2	Tfno. 956 346 300 Fax. 956 322 893
BEAM GLOBAL ESPAÑA, S.A.	San Ildefonso,3 · www.bodegasharveys.com · www.bodegasfundadorpedrodomecq.com www.bodegasterry.com · teresa.aumesquet@beamglobal.com	Tfno. 956 151 500 Fax. 956 349 966
BODEGAS ARFE, S.L.	Molino de Viento, 12 larroyo.tecnico@grupogarvey.com	Tfno. 659 886 757
BODEGAS DIOS BACO, S.L.	Parque Empresarial, C/ Tecnología parc. A-14 www.bacossherry.com · ventas@bacossherry.com	Tfno. 956 333 337 Fax. 956 333 825
BODEGAS FAUSTINO GONZÁLEZ, S.L.	Beato Juan Grande, 7 bodegasfaustinogonzalez@hotmail.com	Tfno. 956 335 184 Fax. 956 344 417
BODEGAS GONZALEZ CHAVEZ,S.L.	Pza. San Andres - Edif. Espronceda	Tfno. 956 345 427 Fax. 956 345 969
BODEGAS PAEZ MORILLA, S.A.	Ctra. Cartuja, Km. 2,250 www.paezmorilla.com · bodegas@paezmorilla.com	Tfno. 956 181 717 Fax. 956 181 534
BGS. REY FERNANDO DE CASTILLA,S.L.	Jardinillo, 7 - 11 www.fernandodecastilla.com · bodegas@fernandodecastilla.com	Tfno.956 182 454 Fax. 956 182 222
BODEGAS TRADICIÓN, S.L.	Pza. Cordobeses, 3 y 5 www.bodegastradicion.com · jerez@bodegastradicion.com	Tfno.956 168 628 Fax. 956 331 963
BODEGAS VALDIVIA, S.A.	Zoilo Ruiz-Mateos Camacho s/n www.bodegasvaldivia.com · jesusgarrido@bodegasvaldivia.com	Tfno. 956 314 358 Fax. 956 169 657
BODEGAS WILLIAMS & HUMBERT, S.A.U.	Ctra. N-IV km. 641,75 www.williams-humbert.com · williams@williams-humbert.com	Tfno. 956 353 400 Fax. 956 353 408
BODEGAS Y BEBIDAS SUR DE ESPAÑA, S.A.	P.Empresarial C/ Tecnología parc. 18 vinsur@wanadoo.es	Tfno. 956 318 124 Fax. 956 318 106
CAYETANO DEL PINO Y CIA., S.A.	Plaza de Silos, 3 bodegasdelpino@hotmail.com	Tfno.956 345 736 Fax. 956 345 736
COMPLEJO BODEGUERO BELLAVISTA, S.L.U.	Ctra. Circunvalación - Bellavista www.grupogarvey.com · atencionalcliente@grupogarvey.com	Tfno.956 319 650 Fax. 956 319 824
COOPERATIVA NTRA. SRA. DE LAS ANGUSTIAS	Ctra. Circunvalación, s/n angustias@covijerez.e.telefonica.net	Tfno.956 301 209 Fax. 956 185 198
DESTILADORES Y BODEGUEROS, S.L.	C/ Juan de Torres, 22 vasyma@arconet.com	Tfno. 956 181 088 Fax. 956 304 579
EMILIO HIDALGO, S.A.	Clavel, 29 www.emiliohidalgo.es · emiliohidalgo@emiliohidalgo.es	Tfno. 956 341 078 Fax. 956 320 922

EMILIO LUSTAU, S.A.	Arcos, 53 www.emilio-lustau.com · lustau2@a2000.es	Tfno. 956 341 597 Fax. 956 347 789
FEDERICO PATERNINA, S.A.	Ctra. Morabita, Km. 2 www.paternina.com · paternina.jerez@paternina.com	Tfno. 956 186 112 Fax. 956 303 500
FERMIN BOHORQUEZ ESCRIBANO	Manuel de la Quintana, 5	Tfno. 956 184 583 Fax. 956 184 603
GONZALEZ BYASS, S.A.	Manuel M. González, 12 www.gonzalezbyass.es · nacional@gonzalezbyass.es	Tfno. 956 357 000 Fax. 956 357 043
GRAN MARISCAL SIGLO XVIII, S.L.	Cazón, 9 www.bodegasgranmariscal.com · bodegasgranmariscal@yahoo.es	Tfno. 956 341 428 Fax. 956 341 428
HARVEYS JEREZ, S.L.	San Ildefonso, 3 www.bodegasharveys.com · teresa.aumesquet@beamglobal.com	Tfno. 956 151 500 Fax. 956 334 011
HRDOS. NICOLAS MARTIN MARTIN, S.L.	Pedro Pemartín, 8 www.bodegashmartin.com · info@bodegashmartin.com	Tfno. 956 143 375 Fax. 956 143 849
J. M. RIVERO, S.A.	Rayón, 1 - 3	Tfno. 956 346 300 Fax. 956 322 893
JOSE ESTEVEZ, S.A.	Ctra. N-IV, Km. 640 www.grupoestevez.com · jesa@grupoestevez.com	Tfno. 956 321 004 Fax. 956 340 829
JOSE TEJERO MORENO	Ctra. El Calvario, Km.4,8 - Apdo. 861 www.bodegastejero.com · info@bodegastejero.com	Tfno. 956 312 907 Fax. 956 312 907
JUAN GONZALEZ SILLERO, S.A.	Jardinillo, 16 www.bodegasalmocaden.com · almocaden@bodegasalmocaden.com	Tfno. 956 185 324 Fax. 956 187 526
PILAR PLA PECHOVIERTO	Plaza de Silos, 5 www.maestrosierra.com · info@maestrosierra.com	Tfno. 956 342 433 Fax. 956 342 433
SÁNCHEZ ROMATE HERMANOS, S.A.	Lealas, 28 mlainez@romate.com · www.romate.com	Tfno. 956 182 212 Fax. 956 185 276
SANDEMAN JEREZ, S.L.	Pizarro, 10 www.sandeman.com · inmaculada.vadillo@sogrape.pt	Tfno. 956 151 700 Fax. 956 303 534
VINICOLA SOTO, S.A.	Porvera, 6 y 8 vinिकासoto@mixmail.com	Tfno. 956 332 162 Fax. 956 319 824
VIÑAS, S.L.	Lealas, 28 gerencia@romate.com	Tfno. 956 182 212 Fax. 956 185 276
ZOILO RUIZ-MATEOS, S.L.	Pizarro, 12 y 14 gael.barrowman@ziloruizmateos.com	Tfno. 956 310 014 Fax. 956 310 014

EL PUERTO DE SANTA MARÍA

BODEGAS 501 DEL PUERTO, S.L..	Valdés, 5 info@bodegas501.com · www.bodegas501.com	Tfno.956 855 859 Fax. 956 873 053
BODEGAS OSBORNE, S.A.	Fernán Caballero, 3 comunicaciones@osborne.es · www.osborne.es	Tfno.956 869 000 Fax. 956 869 029
GONZALEZ OBREGON, C.B.	Zarza, 51	Tfno.956 856 329
JUAN C. GRANT, S.L.	Bolos, 1 info@bodegasgrant.com · www.bodegasgrant.com	Tfno.956 870 406 Fax. 956 870 406
JUAN CARLOS GUTIERREZ COLOSIA	Avda. Bajamar, 40 info@gutierrez-colosia.com · www.gutierrez-colosia.com	Tfno.956 852 852 Fax. 956 542 936
LUIS CABALLERO, S.A.	San Francisco, 24 presidencia@caballero.es · www.caballero.es	Tfno.956 851 751 Fax. 956 859 204

SANLÚCAR DE BARRAMEDA

BODEGAS BARBADILLO, S.L.	Luís Eguilaz, 11 barbadillo@barbadillo.com · www.barbadillo.com	Tfno.956 385 500 Fax. 956 385 501
BODEGAS BARON, S.A.	Ctra. Sanlúcar-Chipiona Km. 1 baron.as@terra.es · www.bodegasbaron.com	Tfno.956 360 796 Fax. 956 365 256
BODEGAS HIDALGO-LA GITANA,S.A.	Banda de la Playa, 42 bodegashidalgo@lagitana.es · www.lagitana.es	Tfno.956 385 304 Fax. 956 363 844
BODEGAS J.FERRIS M.,C.B.	Apto. 172 bodegas@bodegasferris.com	Tfno.956 235 100 Fax. 956 235 358
B. DE LOS INFANTES DE ORLEANS-BORBÓN, S.A.	Baños, 1 - Apto. 31 info@biob.es	Tfno.956 849 002 Fax. 956 849 135
C.A.Y.D.S.A.	Puerto, 21 covica@interbook.net	Tfno.956 361 447 Fax. 956 368 379
CARBAJO RUIZ, S.L.	Crta. Trebujena km1 carbajoruiz@terra.es	Tfno.956 381 060 Fax. 956 381 060
COOPERATIVA "COVISAN"	Ctra. Jerez Km. 1,3 juanmiguel@covisan.e.telefonica.net	Tfno.956 361 874 Fax. 956 361 558
DELGADO ZULETA, S.A.	Ctra. Sanlúcar-Chipiona Km. 1,5 administracion@delgadozuleta.com	Tfno.956 360 133 Fax. 956 360 780
ELIAS GONZALEZ GUZMAN	Ancha, 63 bodegasgonzalezpinto@hotmail.com	Tfno.956 360 626
FRANCISCO YUSTE BRIOSO	Regina, 49 francisco@yuste.com	Tfno.956 385 322 Fax. 956 381 445
GASPAR FLORIDO CANO	Avda. Trebujena, 15 bodega@manzanillasanlucar.com · www.manzanillasanlucar.com	Tfno.956 360 124 Fax. 956 361 934
HRDOS. DE ARGÜESO, S.A.	Mar, 8 argueso@argueso.es	Tfno.956 385 116 Fax. 956 368 169
HIJOS DE RAINERA PEREZ MARIN S.A.	Ctra. Lebrija Km. 3 (Jerez Fra.) laguita@laguita.com · www.laguita.com	Tfno.956 319 564 Fax. 956 319 869
MANUEL CUEVAS JURADO, S.L.	Apartado de Correos 17 cugadis@eresmas.com	Tfno.956 360 597 Fax. 956 361 026
MIGUEL SANCHEZ AYALA, S.A.	Calzada del Ejercito, 52 ibanez@cebasa.com	Tfno.956 361 897 Fax. 956 360 290
Mª PILAR GARCIA DE VELASCO PEREZ	Pza. Madre de Dios s/n lacigarrera@bodegaslacigarrera.com · www.bodegaslacigarrera.com	Tfno.956 381 285 Fax. 956 383 824
PEDRO ROMERO, S.A.	Trasbolsa, 84 pedroromero@pedroromero.es · www.pedroromero.es	Tfno.956 360 736 Fax. 956 361 027
PORTALES PEREZ, S.L.	San Francisco, 23 japortales@telefonica.net	Tfno.956 140 300
S.C.A. COVISAN	Ctra. Jerez, Km. 1,3 juanmiguel@covisan.e.telefonica.net	Tfno.956 361 874 Fax. 956 361 558
S.C.A. VIRGEN DE LA CARIDAD.	Palomar de San Sebastián s/n info@bodegascaydsa.com	Tfno.956 360 764 Fax. 956 368 379
VIÑA LA CALLEJUELA,S.L.	Caño Dorado, 13 callejuela@vodafone.net	Tfno.956 361 553

BODEGAS DE CRIANZA Y ALMACENADO

JEREZ DE LA FRONTERA

ANGEL ZAMORANO CORRALES	Mª Antonia de Jesús Tirado, 8 Bajo zamoranocorrales@gestoressevilla.com	Tfno.956 346 153 Fax. 956 349 506
C.B. HEREDEROS DE A.RIBELLES	Medina, 47 rpravia@interbook.net	Tfno.956 343 547 Fax. 956 326 775
JOSEFA PEREZ ROSADO	Polígono Bertola, Nave 22	Tfno.956 334 542
JUAN GARCIA JARANA	Merced, 3 y 5 fesanchezcha@elmotorista.24ruedas.com	Tfno.956 358 510 Fax. 956 358 501
MERCEDES MARQUEZ GOMEZ e HIJOS, C.B.	Vicarios, 15 rgalan2000@hotmail.com	Tfno.956 331 528
VIDES, S.A.	Ancha, 27 fidomecq@arrakis.es	Tfno.956 336 300 Fax. 956 347 232

SANLÚCAR DE BARRAMEDA

AGRICOLA SANLUQUEÑA, S.L.	Miguel Pérez Leal, Infantes, N-3-L9-C	Tfno.956 363 615 Fax. 956 384 104
ANGEL DEL RIO E HIJOS, S.L.	Banda Playa, 46 angelrioalvarez@hotmail.com	Tfno.956 361 828
BODEGAS MENDEZ, S.L.	Trasbolsa, 84 administracion@pedroromero.es	Tfno.956 360 266
ELENA ROMERO LOPEZ	Fariñas, 52	Tfno.856 132 423
HRDOS. RAFAEL DE TERAN, C.B.	Santo Domingo, 80 rafaelteran@vodafone.es	Tfno.956 360 865
JOSE GALVEZ RODRIGUEZ	Banda Playa, 135 herantgal@hotmail.com	Tfno.956 363 586 Fax. 956 363 586
JUAN CARLOS PEREZ RODRIGUEZ	Apartado de Correos, 55	Tfno.956 361 295
MERCEDES JIMENEZ GARCIA	Comisario, 20	Tfno.956 360 289



Comercialización

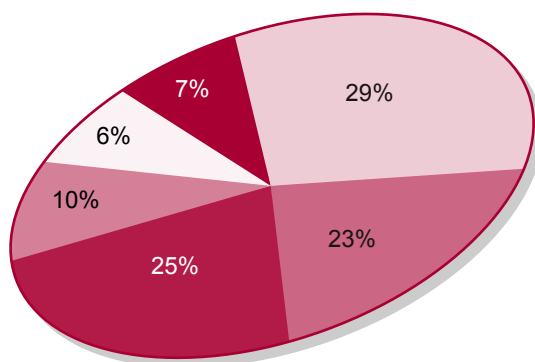
PRINCIPALES MERCADOS DE LOS VINOS AMPARADOS

Las bodegas de Crianza y Expedición del Marco de Jerez han comercializado durante el año 2006 una cifra total de más de 56 millones de litros de vinos, equivalentes a 75 millones de botellas de 75 cl. Estas cifras suponen un descenso de 9,4 % de las ventas respecto al año precedente, debido fundamentalmente a la disminución de las exportaciones en los mercados tradicionales de vino de Jerez (Reino Unido, Holanda, Alemania). España ha sido el único con una incidencia positiva

que supera el 3%, la cifra más alta de los últimos cinco años que consolida la tendencia a la alza de este mercado.

En lo que respecta a la distribución de ventas por países, el Reino Unido sigue siendo el principal destino de vinos amparados con casi un tercio del mercado, seguido de España con un 25% de las ventas totales.

(Ventas en litros)



Reino Unido	16.484.565
Holanda	12.814.409
España	13.908.155
Alemania	5.420.812
Resto U.E.	3.566.800
R. del Mundo	4.061.146
TOTAL	56.255.887

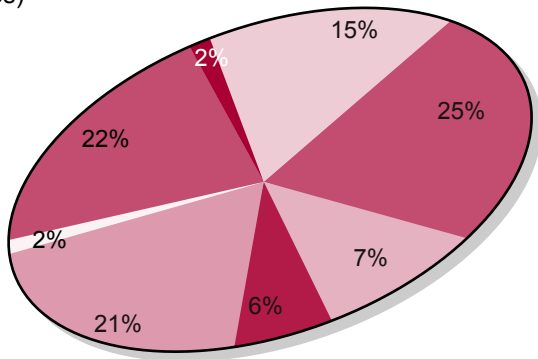
VENTAS POR TIPOS DE VINO

La existencia de marcadas preferencias en los diferentes mercados hacia distintos tipos de vinos de Jerez, explica que la evolución experimentada por cada uno de los mercados condicione igualmente la distribución total de las ventas por tipos de vino.

Los tipos de Jerez más demandados continúan siendo el Fino, con un 25% de las ventas totales y el Cream, con el 22%.

Después de unos años difíciles para el mercado del Pale Cream en el Reino Unido, las ventas se han mantenido con respecto al año pasado. La Manzanilla por su parte sigue teniendo una posición dominante en el mercado nacional, lo que coloca este vino en el cuarto puesto del ranking de los vinos del marco, con un 14% de las ventas totales.

(Ventas en litros)



	Manzanilla	8.487.135
	Fino	14.020.157
	Pale Cream	4.130.137
	Amontillado	3.454.814
	Medium	11.774.222
	Oloroso	890.977
	Cream	12.568.418
	Otros	930.017
	TOTAL	56.255.877



MERCADOS EXTERIORES

Como ha sido tradicional a lo largo de toda la historia, la exportación supone una parte muy importante de la comercialización de los vinos de Jerez. Prácticamente las tres cuartas partes de nuestros vinos son consumidos anualmente fuera de nuestras fronteras. En total, las salidas al exterior alcanzaron en 2006 más de 42 millones de litros, con protagonismo de los tipos Fino, Cream y Medium.

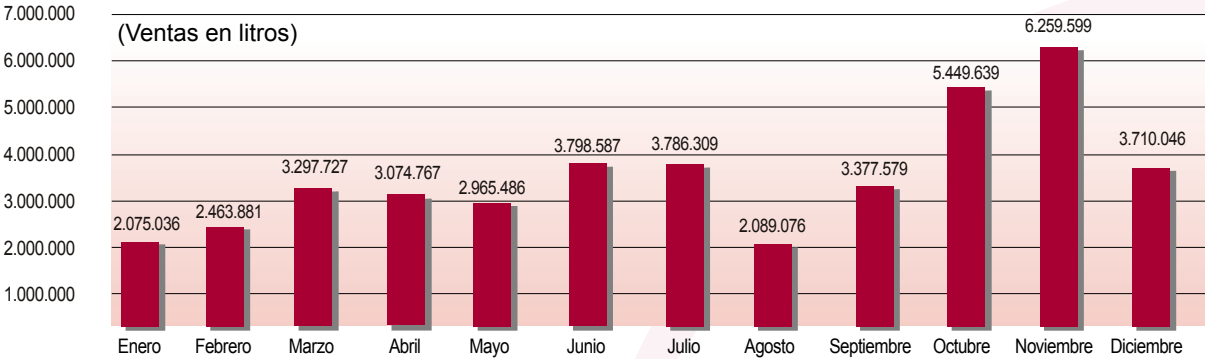
Las preferencias de los mercados son muy diferentes, en el Reino Unido, USA y Canadá la hegemonía es del Cream, mientras en Holanda y Alemania prefieren el Medium.

Las distintas preferencias de cada uno de los mercados exteriores del vino de Jerez quedan reflejadas en el cuadro siguiente:

(Ventas en litros)

País	Manzanilla	Fino	Pale Cream	Amontillado	Medium	Oloroso	Cream	Otros	Total
G. Bretaña/Irlanda	255.628 1,55 %	1.721.5751 10,44 %	4.001.904 24,28 %	2.794.068 16,95 %	202.103 1,23 %	105.530 0,64 %	7.368.367 44,70 %	35.3890 0,21 %	16.484.565 100 %
Holanda	346.897 2,71 %	5.139.361 40,11 %	13.523 0,11 %	34.555 0,27 %	6.513.244 50,83 %	24.4260 0,19 %	696.647 5,44 %	45.7560 0,36 %	12.814.409 100 %
Alemania	43.553 0,80 %	1.211.751 22,35 %	1.325 0,02 %	54.332 1,00 %	3.753.472 69,24 %	41.4270 0,76 %	159.089 2,93 %	155.864 2,88 %	5.420.812 100 %
Estados Unidos	54.723 2,43 %	263.209 11,69 %	630 0,03 %	93.755 4,16 %	411.669 18,29 %	18.909 0,84 %	1.383.747 61,47 %	24.545 1,09 %	2.251.186 100 %
Bélgica-Luxemburgo	72.368 4,06 %	1.430.397 80,16 %	142 0,01 %	16.675 0,93 %	211.050 11,83 %	3.059 0,17 %	21.097 1,18 %	29.6250 1,66 %	1.784.413 100 %
Canadá	4.010 0,88 %	40.851 8,98 %	15.030 3,30 %	6.620 1,46 %	98.415 21,64 %	6.287 1,38 %	282.627 62,14 %	999 0,22 %	454.838 100 %
Dinamarca	2.162 0,48 %	64.526 14,47 %	185 0,04 %	25.088 5,63 %	62.123 13,93 %	30.930 6,94 %	246.632 55,32 %	14.180 3,18 %	445.824 100 %
Suecia	19.302 4,88 %	20.293 5,13 %	0 0,0%	161.060 40,69 %	63.211 15,97 %	26.319 6,65 %	104.501 26,40 %	1.144 0,29 %	395.829 100 %
Finlandia	5.573 2,06 %	20.787 7,69 %	225 0,08 %	15.593 5,77 %	65.243 24,13 %	63.842 23,62 %	95.895 35,47 %	3.179 1,18 %	270.335 100 %
Francia	21.469 10,12 %	60.810 28,65 %	3.740 1,76 %	38.093 17,95 %	3.008 1,42 %	34.716 16,36 %	27.480 12,95 %	22.901 10,79 %	212.216 100 %
Otros	123.2878 6,80 %	688.168 37,95 %	44.357 2,45 %	134.447 7,41 %	346.809 19,13 %	46.8952 2,59 %	350.370 19,32 %	79.003 4,36 %	1.813.305 100%
TOTAL	948.972 2,24 %	10.661.728 25,18 %	4.081.061 9,64 %	3.374.286 7,97 %	11.730.347 27,70 %	402.340 0,95 %	10.736.452 25,35 %	412.585 0,97 %	42.347.732 100 %

La estacionalidad del consumo del Sherry en los mercados exteriores, es especialmente significativa en el mercado británico, en el que la campaña de Navidad es la más importante del año, y noviembre el mes de mayor número de expediciones de vinos desde las bodegas. Puede observarse de forma evidente en la distribución de salidas por meses:

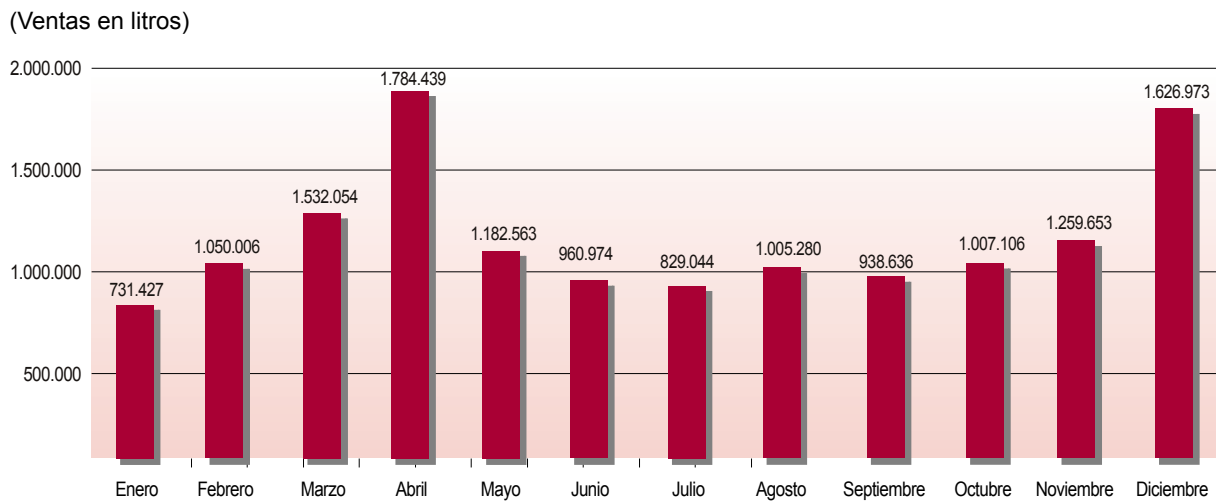


MERCADO NACIONAL

Las cifras de ventas del año 2006 han aumentado un 3% respecto al año anterior. La tendencia positiva ha sido propiciada por un aumento de ventas de las tipologías Manzanilla, Cream y Pedro Ximénez. La Manzanilla con un 54% de las ventas y el Fino con casi un 24% siguen siendo los tipos preferidos en el mercado español.

(Ventas en litros)	Manzanilla	Fino	Pale Cream	Amontillado	Medium	Oloroso	Cream	Otros	Total
Andalucía	6.091.900 67,77 %	1.032.859 11,49 %	33.606 0,37 %	67.550, 0,75 %	22.651 0,25 %	278.093 3,09 %	1.237.260 13,76 %	225.404 2,51 %	8.989.325 100 %
Aragón	64.735 58,36 %	22.727 20,49 %	0 0 %	42 0,04 %	70 0,06 %	452 0,41 %	21.91914 19,76 %	982 0,89 %	110.927 100 %
Asturias	28.916 37,04 %	39.948 51,17 %	0 0 %	98 0,13 %	703 0,90 %	1.403 1,80 %	3.888 4,98 %	3.106 3,98 %	78.062 100 %
Baleares	18.450 34,66 %	22.449 42,17 %	0 0 %	90 0,17 %	151 0,28 %	658 1,24 %	8.322 15,63 %	3.110 5,84 %	53.230 100 %
Canarias	14.126 25,18 %	19.169 34,17 %	88 0,16 %	154 0,27 %	2.177 3,88 %	3.896 6,95 %	12.036 21,46 %	4.448 7,93 %	56.094 100 %
Cantabria	127.237 81,71 %	19.940 12,80 %	0 0 %	76 0,05 %	712 0,46 %	189 0,12 %	5.614 3,61 %	1.956 1,26 %	155.724 100 %
Castilla-La Mancha	147.619 14,75 %	710.746 71,02 %	11.527 1,15 %	2.354 0,24 %	1.578 0,16 %	32.410 3,24 %	55.750 5,57 %	38.792 3,88 %	1.000.776 100 %
Castilla-León	33.381 55,96 %	8.438 14,15 %	0 0 %	180 0,30 %	685 1,16 %	715 1,20 %	10.775 18,06 %	5.469 9,17 %	59.647 100 %
Cataluña	259.537 32,72 %	289.916 36,55 %	0 0 %	2.653 0,33 %	6.377 0,80 %	20.616 2,60 %	135.862 17,13 %	78.169 9,86 %	793.130 100 %
Extremadura	62.845 72,36 %	18.734 21,57 %	0 0 %	17 0,02 %	0 0 %	195 0,22 %	459 0,53 %	4.600 5,30 %	86.850 100 %
Galicia	7.074 23,69 %	12.702 42,54 %	0 0 %	144 0,48 %	133 0,45 %	2.0716 6,94 %	3.395 11,37 %	4.343 14,54 %	29.862 100 %
Madrid	376.296 21,06 %	990.855 55,54 %	2.751 0,15 %	5.7943 2 %	4.383 0,25 %	104.102 5,83 %	187.007 10,47 %	113.915 6,38 %	1.785.103 100 %
Murcia	37.823 71,59 %	6.049 11,45 %	198 0,37 %	275 0,52 %	389 0,74 %	521 0,99 %	6.709 12,70 %	872 1,65 %	52.836 100 %
Navarra	11.799 63,74 %	3.416 18,45 %	0 0 %	0 0 %	122 0,66 %	148 0,80 %	2.456 13,27 %	569 3,07 %	18.510 100 %
Pais Vasco	134.264 53,09 %	63.771 25,22 %	0 0 %	303 0,12 %	3.519 1,39 %	14.154 5,60 %	26.604 10,52 %	10.283 4,07 %	252.898 100 %
Rioja	14.252 60,27 %	3.302 13,96 %	0 0 %	137 0,58 %	9 0,04 %	751 3,18 %	796 3,37 %	4.398 18,60 %	23.645 100 %
Valencia	107.913 29,85 %	93.416 25,84 %	910 0,25 %	6.660 18 %	220 0,06%	28.269 7,82 %	113.120 31,29 %	17.022 4,71 %	361.536 100 %
TOTAL	7.538.167	3.358.437	49.080	80.535	43.883	488.643	1.831.972	517.438	13.908.155
%	54,19 %	24,15 %	0,35 %	0,58 %	0,32 %	3,51 %	13,17 %	3,72 %	100 %

En el caso del mercado nacional, además de la indudable importancia del período navideño, es de destacar que la época más importante de ventas es la primavera, cuando tienen lugar el mayor número de ferias y fiestas tradicionales a las que está asociado el consumo de nuestros vinos:



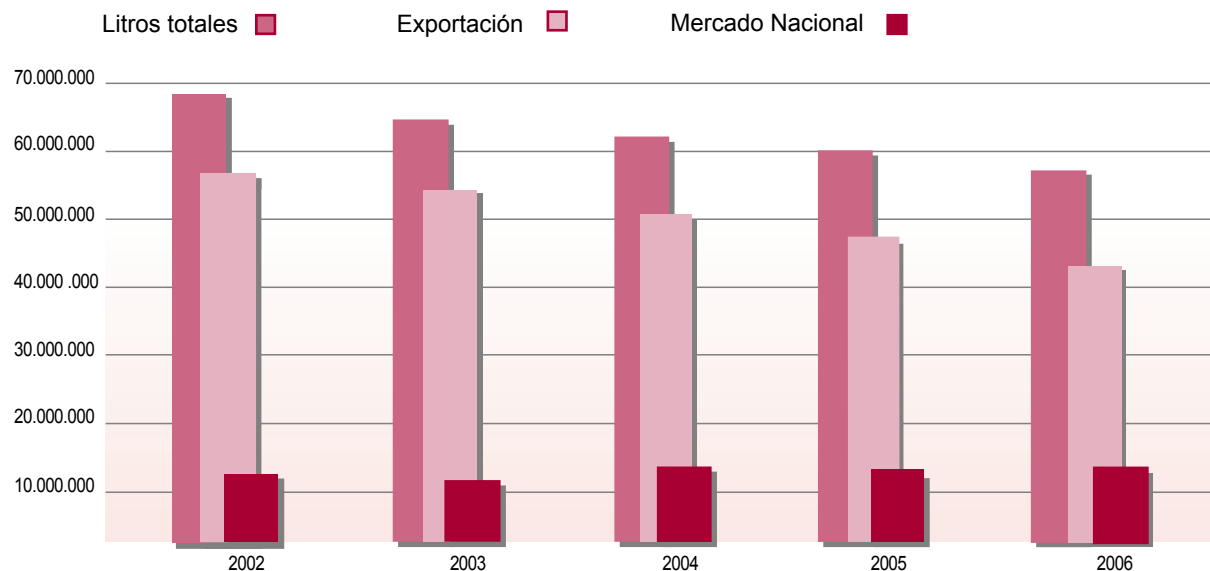
EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS

Como se ha señalado, el paulatino descenso de las exportaciones con destino al Reino Unido, Holanda, Alemania, mercados tradicionales del Jerez y extremadamente competitivos, ha arrastrado las estadísticas con respecto al año precedente, a una caída total de las ventas de un 6% de las ventas.

De estos mercados históricos, sólo España ha aumentado sus ventas, experimentando como en años anteriores, una significativa y consolidada tendencia positiva que alcanza el 3% como ya hemos señalado.

Prácticamente la totalidad de la comercialización de productos amparados se efectúa embotellada, e excepción de su uso en la industria alimentaria autorizada, que se encuentre debidamente inscrita en los registros correspondientes del Consejo Regulador.

(Ventas en litros)



	2.002	2.003	2.004	2.005	2006
Exportacion Embotellado	53.545.047	50.199.011	47.507.379	45.327.956	41.580.754
Exportación Granel	1.666.990	1.550.050	1.646.605	1.165.002	766.978
Total Exportación	55.212.037	51.749.061	49.153.984	46.492.958	42.347.732
España	13.632.423	12.814.462	13.710.343	13.512.042	13.908.155
TOTAL	68.844.460	64.563.523	62.864.327	60.005.000	56.255.887
G. Bretaña/N.Irlanda	21.346.840	19.338.760	20.297.914	18.199.941	16.484.565
Holanda	18.041.325	16.920.394	14.401.152	14.354.001	12.814.409
Alemania	7.499.469	7.319.945	6.573.436	6.440.984	5.420.812
Estados Unidos	2.292.790	2.567.811	2.264.643	2.065.871	2.251.186
Bélgica/Luxemburgo	1.405.835	1.283.920	1.386.416	1.679.401	1.784.413
Dinamarca	572.862	656.777	495.681	461.361	445.824
Canadá	511.830	532.009	489.487	454.317	454.838
Suecia	685.429	566.425	453.474	471.551	395.829
Irlanda	376.870	253.504	233.921	251.312	173.704
Suiza	256.911	183.663	204.978	204.869	152.079
Otros	2.221.876	2.126.543	2.352.882	1.909.350	1.970.073

VINOS ESPECIALES

Desde su regulación en el año 2000 y posterior comercialización a partir de 2002, los Vinos de Jerez con Vejez Calificada (V.O.S. o vinos de más de 20 años y V.O.R.S. o vinos de más de 30 años) constituyen uno de los fenómenos más interesantes de cuantos conforman nuestras Denominaciones de Origen. Vinos cuya existencia era ya una realidad de las recónditas “sacristías” de las bodegas, pero cuya comercialización se ha beneficiado de un indudable impulso, gracias al incentivo que para profesionales y consumidores supone la certificación del Consejo Regulador

tanto de su vejez como de su calidad excepcional. Remarcable es el comportamiento excepcionalmente positivo de las cifras de comercialización de los vinos con Indicación de Edad que han aumentado un 172%.

Los Olorosos y los Pedro Ximénez son los tipos de vino con Vejez Calificada más demandados, observándose igualmente una clara preferencia por parte de las bodegas a comercializar sus vinos de alta gama en el segmento de más de 30 años (V.O.R.S.), cuyas ventas aumentaron en un 15,39%.

(Ventas en Litros)

TIPOS	2005	2006	%
Amontillado	4.666	3.010	-35,49
Palo Cortado	5.166	6.965	34,82
Oloroso	18.650	1.100	-94,10
Pedro Ximénez	11.333	13.827	22,01
TOTAL V.O.S.	39.815	24.902	-37,46
Amontillado	16.839	24.447	45,18
Palo Cortado	20.655	18.737	-9,29
Oloroso	30.787	40.041	30,06
Pedro Ximénez	32.828	33.447	1,89
TOTAL V.O.R.S.	101.109	116.672	15,39
TOTAL Vejez Calificada	140.924	141.574	-15,47
Vinos 12 años	38.500	168.500	337,66
Vinos 15 años	33.500	26.100	-20,91
TOTAL Vinos con Indicación de Edad	71.500	194.600	172,17

Otras Bodegas

VINOS DE LA ZONA DE PRODUCCIÓN

Las bodegas situadas en localidades de la Zona de Producción no pertenecientes a la Zona de Crianza intervienen en el proceso de elaboración de los vinos y vinagres amparados suministrando vinos que, tras su crianza en bodegas de Jerez, El Puerto o Sanlúcar, adquieren el carácter de productos amparados por las correspondientes Denominaciones de Origen. Pero además de esta importante actividad, las mencionadas bodegas, denominadas “Bodegas de Producción” –e inscritas en el correspondiente Registro del Consejo Regulador– comercializan con frecuencia sus vinos directamente, sobre todo en el mercado local. Estos vinos, a pesar de no poderse beneficiar del uso de las Denominaciones de Origen, sí se encuentran acogidos a la protección que proporciona nuestro Reglamento, por cuanto

tienen el derecho exclusivo a su comercialización bajo los términos de las localidades respectivas, siendo el Consejo Regulador el encargado de velar por tal derecho.

En algunos casos se trata de bodegas dedicadas exclusivamente a la crianza de vinos, mientras que en otros también se trata de Bodegas de Elaboración (lagares), en los que se elabora el mosto que posteriormente será transferido a las Bodegas de Crianza de toda la Denominación. A continuación se relacionan las Bodegas de Producción inscritas en el Consejo Regulador a 1 de Enero de 2006.

BODEGAS DE PRODUCCIÓN

CHICLANA DE LA FRONTERA

Bodegas Barberá, S.L.	Rivero, 7	Tfno. 956 400 257 Fax 956 400 319
Diego Tocino Caucín	De la Plaza, 22	Tfno. 956 400 355
Fernando J. Ruiz Rodríguez	Guadiana, 4 bodegasfr Ruiz@vinosdechiclana.com	Tfno. 956 402 138 Fax 956 402 138
Manuel Aragón Baizán, S.L.	Olivo, 1 administracion@bodegamanuelaragon.com	Tfno. 956 400 756 Fax 956 532 907
Miguel Guerra, S.A.	Mendaro, 16 fpalillo@terra.es	Tfno. 956 400 501 Fax 956 400 501
Primitivo Collantes, S.A.	Ancha, 51 administracion@bodegasprimitivocollantes.com	Tfno. 956 400 150 Fax 956 531 722
S.C.A. Unión de Viticultores Chiclaneros	Polígono El Torno - Madera s/n union_viticultores@yahoo.es	Tfno. 956 535 913 Fax 956 535 919
Vélez, S.A.	San Antonio, 3 velez-img@terra.es	Tfno. 956 400 053 Fax 956 401 071

CHIPIONA		
César Luis Florido Romero	Padre Lerchundi,35 florido@bodegasflorido.com	Tfno. 956 371 285 Fax 956 370 222
José Mellado Martín, S.L.	Crta. Chipiona-Rota, Km. 3 bodegajmm@hotmail.com	Tfno. 956 370 197 Fax 956 370 197
S.C.A. Católica-Agrícola	Avda. Ntra. Sra. de Regla, 15 catolicoagricola@eresmas.com	Tfno. 956 371 594 Fax 956 374 737
TREBUJENA		
José Arana Marín	Ramón y Cajal, 12 josearana@andaluciajunta.es	Tfno.956 395 060
Juan Hierro Bustillo	Antonio Machado, 10 juanhierro@redfarma.org	Tfno.956 395 058 Fax. 956 395 105
S.C.A. Virgen de Palomares	Avda. de Lebrija virgenpalomares@terra.es	Tfno.956 395 106 Fax 956 165 123
S.C.A. Vitivinícola Albarizas	Crta. de Jerez coopalbarizas@yahoo.es	Tfno.956 395 101 Fax 956 395 177
ROTA		
Bodegas El Gato, S.L	Avda. San Fernando, 40 bodegaelgato@teleline.es	Tfno.956 810 203 Fax 956 810 203



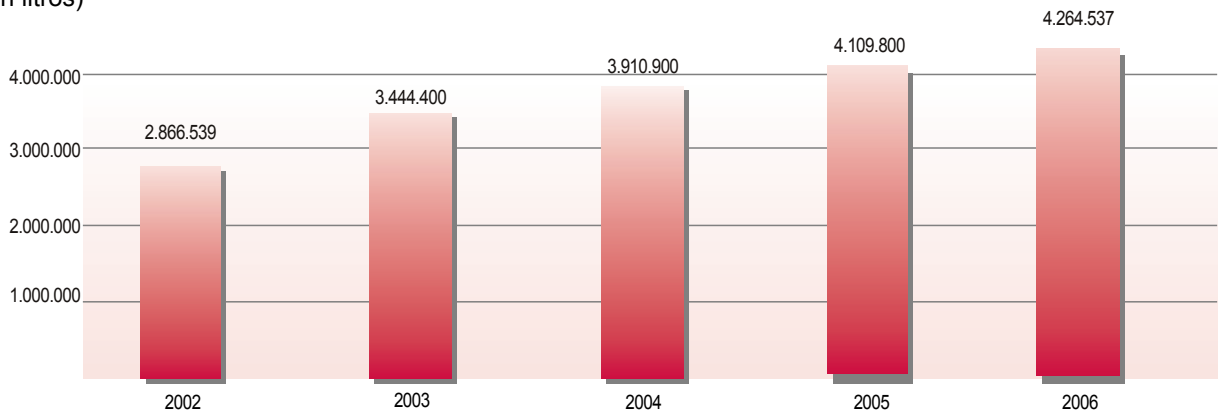
Vinagre de Jerez

El Vinagre de Jerez sigue consolidándose como un producto en alza, manteniendo a lo largo de 2006 la tendencia positiva de las cifras de comercialización con un incremento global de ventas del 3,8% respecto al año precedente. La expansión del mercado nacional sigue afianzándose y, por segundo año, ha desbancado a Francia como principal mercado consumidor de Vinagre de Jerez.

El Consejo Regulador ha continuado la política iniciada en el año 2000 –cuando el Vinagre de Jerez se incorpora a las

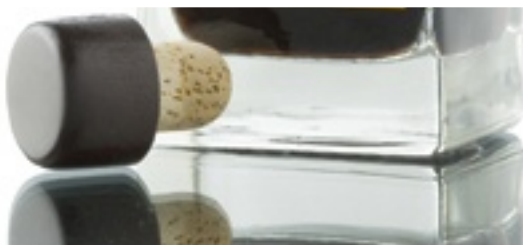
responsabilidades de esta Institución, en virtud de la Orden de la Consejería de Agricultura y Pesca de 22 de Febrero- de ir aplicando a esta Denominación los controles y procedimientos que sirven para poder asegurar a los consumidores la autenticidad de nuestro vinagre, uno de los productos más genuinos y prestigiosos del Marco de Jerez. Adicionalmente, durante 2006 se han continuado las campañas de promoción genérica en los dos mercados principales –Francia y España– de lo que damos cuenta en el capítulo correspondiente de esta Memoria.

(Ventas en litros)



La mitad de las ventas totales han sido destinadas al mercado nacional, si bien merece destacarse la consolidación de nuestro vinagre como un condimento de la cocina

internacional, observando cifras del espectacular crecimiento de las ventas en mercados tales como Reino Unido, Estados Unidos y Alemania.



(Litros)	Vinagre de Jerez			V. de J. Reserva			Total		
País	Granel	Embot.	Total	Granel	Embot.	Total	Granel	Embot.	Total
Francia	1.213.858	7.660	1.221.518	475.220	19.169	494.389	1.689.078	26.829	1.715.907
España	681.741	675.212	1.356.953	581.753	185.952	767.705	1.263.494	861.164	2.124.658
EE.UU	0	154.893	154.893	0	37.749	37.749	0	192.642	192.642
Alemania	57.000	6.350	63.350	0	2.161	2.161	57.000	8.511	65.511
Reino Unido	12.000	20.246	32.246	0	5.451	5.451	12.000	25.697	37.697
Canadá	0	2.080	2.080	0	3.104	3.104	0	5.184	5.184
Suiza	0	253	253	0	8.610	8.610	0	8.863	8.863
Bélgica-Luxemburgo	8.000	803	8.803	0	2.049	2.049	8.000	2.852	10.852
Japón	0	2.880	2.880	0	0	0	0	2.880	2.880
Australia	0	7.560	7.560	0	1.065	1.065	0	8.625	8.625
Otros	32.000	12.602	44.602	30.000	17.116	47.116	62.00	29.718	91.718
Total	2.004.599	890.539	2.895.138	1.089.973	282.426	1.369.399	3.091.572	1.172.965	4.264.537

BODEGAS DE ENVEJECIMIENTO DE VINAGRE

JEREZ DE LA FRONTERA

ALVARO DOMEQ, S.L.	Álamos,23 www.alvarodomecq.com · alvarodomeqsl@alvarodomecq.com	Tfno. 956 339 634 Fax. 956 340 402
BEAM GLOBAL ESPAÑA, S.A.	San Ildefonso,3 www.bodegasharveys.com · www.bodegasfundadorpedrodomecq.com www.bodegasterry.com · teresa.aumesquet@beamglobal.com	Tfno. 956 151 500 Fax. 956 349 966
ANTONIO NUÑEZ TERRIZA	Ronda Caracol, s/n	Tfno. 956 345 111 Fax. 956 336 574
BDGAS. Y BEBIDAS SUR DE ESPAÑA,S.A.	P. Empresarial, c/ de la Tecnología,1 vinsur@wanadoo.es	Tfno. 956 318 124 Fax. 956 318 106
BODEGAS DIOS BACO, S.A.	P. Empresarial, c/ de la Tecnología A - 14 diosbaco@bacosherry.com	Tfno. 956 333 337 Fax. 956 333 825
BODEGAS FAUSTINO GONZÁLEZ, S.L.	Beato Juan Grande, 7 bodegasfaustinogonzalez@hotmail.com	Tfno. 956 335 184 Fax. 956 344 417
BODEGAS PAEZ MORILLA, S.A.	Ctra. Cartuja, Km. 2,250 bodegas@paezmorilla.com	Tfno. 956 181 717 Fax. 956 181 534
BODEGAS REY FERNANDO CASTILLA,S.A.	Jardinillo, 7 Y 11 www.fernandodecastilla.com · bodegas@fernandodecastilla.com	Tfno. 956 182 454 Fax. 956 182 222
BODEGAS WILLIAMS & HUMBERT, S.L.	Cart. N-IV km. 641,75 www.williams-humbert.com · williams@williams-humbert.com	Tfno. 956 353 410 Fax. 956 353 408

COMPLEJO BODEGUERO BELLAVISTA, S.L.U.	Ctra. Circunvalación - Bellavista www.grupogarvey.com · atencioncliente@grupogarvey.com	Tfno. 956 319 650 Fax. 956 319 824
DESTILADORES Y BODEGUEROS. S.L.	Juan de Torres, 22 vasyma@terra.es	Tfno. 956 181 083 Fax. 956 304 579
EMILIO LUSTAU, S.A.	Arcos, 53 www.lustau.es · lustau2@a2000.es	Tfno. 956 341 597 Fax. 956 347 789
EXPLOTACION VINAGRERA, S.L.	Parque Empresarial c/Newton, 3 www.exvina.com · exvina@exvina.com	Tfno. 956 306 404 Fax. 956 307 111
FEDERICO PATERNINA, S.A.	Ctra. Morabita, Km. 2 www.paternina.com · paternina@paternina.com	Tfno. 956 186 112 Fax. 956 303 500
GONZALEZ BYASS, S.A.	Manuel M. González, 12 www.gonzalezbyass.es · nacional@gonzalezbyass.es	Tfno. 956 357 000 Fax. 956 357 043
GONZALEZ RICO HNOS., S.L.	Polígono el Portal, P - 95 gonzalezrico1@hotmail.com	Tfno. 956 144 670 Fax. 956 145 585
GRAN MARISCAL SIGLO XVIII, S.L.	Cazón, 9 bodegasgranmariscal@yahoo.es	Tfno. 956 341 428 Fax. 956 341 428
HRDOS. NICOLAS MARTIN MARTIN, C.B.	Pedro Pemartín, 8 www.bodegashmartin.com · info@bodegashmartin.com	Tfno. 956 143 375 Fax. 956 143 849
J. M. RIVERO, S.A.	Rayón, 1 - 3	Tfno. 956 345 111 Fax. 956 336 574
JOSE ESTEVEZ, S.A.	Ctra. N-IV, Km. 640 www.grupoestevez.com · jesa@grupoestevez.com	Tfno. 956 321 004 Fax. 956 340 829
JOSE PAEZ LOBATO	Pajarete, 6 capirete@arrakis.es	Tfno. 956 338 660 Fax. 956 349 527
JUAN GONZALEZ SILLERO, S.A.	Jardinillo, 16 www.bodegasalmocaden.com · almocaden@bodegasalmocaden.com	Tfno. 956 185 324 Fax. 956 187 526
M. C. VINAGRES REUNIDOS, S.L.	Avda. Raza, Alm 1-Nave 2 (Sevilla) dieta@extremaduraempresa.com	Tfno. 954 238 823 Fax. 954 238 830
MANUEL MORENO HIERRO	Pza. Palomares, 8 (Trebujena) tribualiena@hotmail.com	Tfno. 956 395 189 Fax. 956 395 189
MERCEDES MARQUEZ GÓMEZ E HIJOS, C.B.	Vicarios, 15	Tfno. 956 331 528
PILAR PLA PECHOVIERTO	Plaza de Silos, 5 www.maestrosierra.com · info@maestrosierra.com	Tfno. 956 342 433 Fax. 956 342 433
SANCHEZ ROMATE HNOS., S.A.	Lealas, 28 www.romate.com · comercial@romate.com	Tfno. 956 182 212 Fax. 956 185 276
VINAGRERIA LA ANDALUZA, S.L.	Parque Empresarial Oeste, c/ E www.vinagreriaandaluza.com · jerez@vinagreriaandaluza.com	Tfno. 956 144 538
VINAGRERIAS RIOJANAS, S.A.	Ctra. Sanlúcar, Km.1 vinsur@wanadoo.es	Tfno. 956 142 111 Fax. 956 142 094
VINEGAR, S.L.	Parque Empresarial, c/ del comercio,7 anamoreno52@lycos.es	Tfno. 956 316 070 Fax. 956 153 065
VINICOLA SOTO,S.A	Porvera, 6 y 8 vinicolasoto@mixmail.com	Tfno. 956 332 162 Fax. 956 319 824
ZOILO RUÍZ- MATEOS, S.L.	Pizarro, 12 y 14 gael.barrowman@zoiloruizmateos.com	Tfno. 956 310 014 Fax. 956 310 014

EL PUERTO DE STA. MARIA

BODEGAS OSBORNE, S.A.	Fernán Caballero, 3 www.osborne.es · comunicaciones@osborne.es	Tfno. 956 869 000 Fax. 956 869 029
JUAN CARLOS GUTIERREZ COLOSIA	Avda. Bajamar, 40 www.gutierrez-colosia.com · info@gutierrez-colosia.com	Tfno. 956 852 852 Fax. 956 542 936
VINAGRES DE YEMA, S.L.	C/ Albareda, 5 www.vinagresdeyema.es · vinagresdeyema@vinagresdeyema.es	Tfno. 956 860 134 Fax. 956 874 866

SANLÚCAR DE BARRAMEDA

BODEGAS BARBADILLO, S.L.	Luis Egulaz, 11 www.barbadillo.com · barbadillo@barbadillo.com	Tfno. 956 385 500 Fax. 956 385 501
BODEGAS HIDALGO-LA GITANA, S.A.	Banda de la Playa, 42 www.lagitana.es · bodegashidalgo@lagitana.es	Tfno. 956 385 304 Fax. 956 363 844
BODEGAS J.FERRIS M., C.B.	Ctra. CA-602 km, 16 www.bodegasferris.com · bodegas@bodegasferris.com	Tfno. 956 235 100 Fax. 956 235 011
C.A.Y.D.S.A.	Puerto, 21, Aptdo. 172 covica@interbook.net	Tfno. 956 361 447 Fax. 956 368 379
CARBAJO RUIZ, S.L.	Ctra. Trebujena km1 carbajoruiz@terra.es	Tfno. 956 381 060 Fax. 956 381 060
DELGADO ZULETA, S.A.	Ctra. Sanlúcar-Chipiona Km. 1,5 www.delgadozuleta.com · administracion@delgadozuleta.com	Tfno. 956 360 133 Fax. 956 360 780
HRDOS. DE ARGÜESO, S.A.	Mar, 8 www.argueso.es · argueso@argueso.es	Tfno. 956 385 116 Fax. 956 368 169
PEDRO ROMERO, S.A.	Trasbolsa, 84 www.pedroromero.es · pedroromero@pedroromero.es	Tfno. 956 360 736 Fax. 956 361 027
S.C.A. COOP. DEL CAMPO VITIVIN. SANLUQUEÑA	Ctra. de Sanlúcar - Jerez, Km. 1,300 juanmiguelcovisan@e.telefonica.net	Tfno. 956 361 184 Fax. 956 361 558
VIDESAN, S.L.	Ctra. de Jerez, Km. 1 www.videsan.com · videsan@videsan.com	Tfno. 956 381 192 Fax. 956 381 960
VIÑAS Y VINOS, S.L.	Apartado 127 www.lagitana.es · bodegashidalgo@lagitana.es	Tfno. 956 385 304 Fax. 956 363 844



Actividades de Promoción

PLANES SECTORIALES

La importancia cuantitativa de determinados mercados o el potencial que determinados países pueden representar para nuestros vinos aconseja llevar a cabo campañas específicas de promoción genérica. En algunas ocasiones, se cuenta con la colaboración financiera de la Consejería de Agricultura, de Extensión o del ICEX que posibilita que las campañas sean coordinadas por las Oficinas Comerciales de nuestro país en los distintos mercados. En otras ocasiones, la coordinación se lleva desde Jerez, una vez asignadas las campañas a agencias especializadas en cada uno de los mercados. En cualquier caso, todas las campañas objeto de los Planes Sectoriales en el exterior cuentan para su gestión con la eficaz intervención de la Asociación de Exportadores del Sherry (ACES), organización que forma parte de FEDEJEREZ en la que se integran la mayoría de las Bodegas de Expedición del Consejo y que, a través de su intermediación con las instituciones colaboradoras, permite incrementar de forma notable las disponibilidades financieras de dichos planes.

Un año más y debido a la importancia de este mercado, la campaña de promoción del Reino Unido es la que recibió una mayor dotación presupuestaria. La agencia Jackie Cooper PR es la encargada de implementar la campaña en este mercado, teniendo una larga experiencia en dar a conocer la gran variedad de vinos del Marco de Jerez y sus posibilidades gastronómicas. Desde 2003 y en una línea continuista, JCPR ha llevado a cabo diversas actividades promocionales dirigidas tanto al consumidor como al trade. Contando con un fuerte respaldo mediático, posicionan al jerez como el centro de la cocina de innovación, desarrollando el concepto “Grazing with Sherry” en colaboración con chefs de gran prestigio tales como Heston Blumenthal.

Durante 2006 se llevaron a cabo varios viajes de prensa especializada al Marco, con el objetivo de crear y mantener relaciones e impulsarles a escribir más frecuentemente sobre el vino de Jerez.

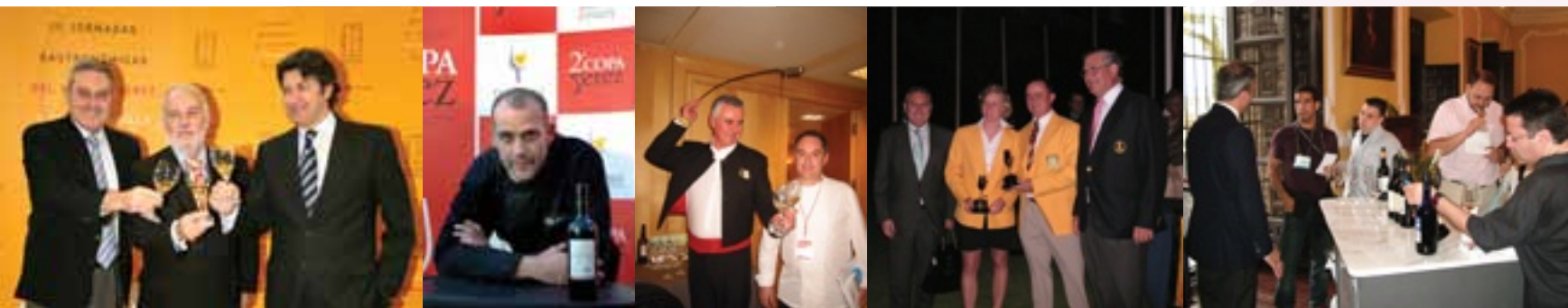
Se volvió a asistir a la London Internacional Wine & Spirits Fair, con un moderno e impactante stand, en el que se realizaron diversas actividades.

Gran parte del esfuerzo presupuestario y mediático del pasado año, se orientó a la celebración de la final nacional de la Copa Jerez de donde salió el restaurante ganador que posteriormente participaría representando a su país en la final internacional de Jerez en 2007.

En España la agencia encargada de nuestra promoción, Eureka N.W Ayer, siguiendo la línea del año precedente, ha centrado gran parte de los esfuerzos promocionales en una campaña publicitaria en medios especializados, en la que importantes chefs españoles aconsejan el maridaje de sus creaciones gastronómicas con vinos de Jerez.

Además, en línea con las actuaciones de años anteriores, se ha organizado unas Jornadas Gastronómicas con vinos de Jerez y Manzanilla en veinte restaurantes de Málaga y Costa del Sol. Para ello, el personal recibió formación específica y, durante dos semanas, han ofrecido a sus clientes un menú especial maridado con nuestros vinos. Son acciones que además de ayudarnos a llegar al consumidor y ofrecerle una imagen más fresca y actual de nuestros vinos, nos sirve de canal formativo para la hostelería. Como clausura de las jornadas, se organizó un foro de debate en el que participaron críticos gastronómicos, junto con chefs y sumilleres andaluces, enfrentados sobre temática de “La Nueva Cocina Andaluza” y el lugar que en ella tienen los Vinos de Jerez.

En 2006, Holanda contó con una campaña de promoción llevada a cabo por la agencia Foodcom, la cual fue destinada tanto a profesionales, como a consumidores. Entre las actividades desarrolladas destacan los seminarios en escuelas de hostelería, restaurantes, empresas de catering de alto nivel, etc. Se mantuvo la presencia en ferias tanto profesionales como dirigidas a consumidores, y diferentes actividades de formación en clubs de



vinos, cadenas detallistas y tiendas especializadas. Las acciones de relaciones públicas se coordinaron con la Wine & Food Association. Se diseñó un plan de medios en medios especializados que aseguró la cobertura mediática de la final de la II Copa Jerez, insistiendo en el binomio Jerez- Gastronomía.

En Japón se inició una nueva etapa del plan de promoción de vinos europeos de calidad, con nuestros socios de Alsace y Cotes du Rhône. Es programa cofinanciado por la UE, con una duración de tres años. Entre las actividades más destacables, señalar la celebración de la Semana de Vinos Europeos en febrero de 2006 y durante la cual tuvieron lugar seminarios, ruedas de prensa, mini- ferias de importadores, centradas en la combinación de los vinos europeos y la cocina china. Se continuó con las acciones formativas en colaboración con las Asoc. Profesionales Japonesas que culminó con el examen de venenciadores oficiales incluido en el acto de Extenda “Amigos de Andalucía”.

En Alemania se realizó un concurso de agencias resultando seleccionada Integra Communication. Se han impartido seminarios en escuelas de sumillería y hostelería, paralelamente se llevó a cabo la elección del Sumiller Embajador del Jerez 2006. Asistimos como viene siendo habitual con stand propio a Prowein y otras ferias dirigidas a consumidores. Se han organizado varios viajes de prensa al Marco.

Las actividades de promoción en el mercado belga se han centrado en viajes de prensa y televisión a Jerez, así como de sumilleres y profesionales de la hostelería y se ha continuado impartiendo formación al personal de supermercados, tiendas restaurantes, etc. La final nacional de la Copa Jerez seleccionó a los representantes belgas para la gran final internacional.

Dinamarca es un mercado al que se aplica un bajo presupuesto, pero con resultados muy positivos. Chefs y sumilleres de altísimo nivel fueron invitados a visitar el Marco, y además se han organizado

seminarios y catas en escuelas de hostelería. Durante el 2006, también Dinamarca seleccionó a sus representantes para la II Copa Jerez.

CONCEPTO	CIERRE 2006
Patrocinios	57.972
Ferias y Exposiciones	91.120
Publicidad y medios gráficos	93.552
Actividades de Divulgación	42.010
Colaboraciones Institucionales	51.409
Vinos y materiales	90.454
Promoción Institucional	426.518
Reino Unido	1.200.000
Holanda	800.000
España	600.000
Alemania	425.000
Bélgica	120.000
USA	100.000
Japón	61.971
Canadá	44.252
Dinamarca	37.702
China	43.800
Suecia	47.352
Planes Sectoriales Vino	3.480.077
Vinagre Francia	140.000
Vinagre España	60.000
Planes Sectoriales Vinagre	200.000
TOTAL PLANES SECTORIALES	3.680.077
TOTAL INVERSION PROMOCIONAL	4.106.595

ACTIVIDADES INSTITUCIONALES

Este capítulo incluye las actividades de promoción llevadas a cabo por el Consejo Regulador no específicamente dirigidas a mercados concretos. En 2006 se ha mantenido el patrocinio del Festival Flamenco, como acto cultural de carácter netamente internacional, de gran prestigio y relevancia de la ciudad de Jerez. También ha tenido lugar la XXXVII Copa Jerez de Golf, en la que los mejores



golfistas amateurs de Europa se dieron cita en Sotogrande. En el capítulo de colaboraciones institucionales es destacable comentar, que se ha continuado apoyando a la Junta de Andalucía en diferentes acciones de promoción nacional e internacional, a través de colaboraciones concretas con Turismo Andaluz y la Consejería de Agricultura y Pesca, lo que nos ha servido para multiplicar la presencia de nuestros vinos y vinagres en muy diferentes foros. Se ha asistido a un número importante de ferias profesionales formando parte del stand de la Junta de Andalucía como Alimentaria o Iberwine.

La presencia en ferias con stand propio merece una mención aparte ya que este año se ha celebrado la V edición de Vinoble. El Consejo Regulador forma parte de las entidades patrocinadoras del Salón que se ha convertido en una importante cita bienal de los profesionales, ejerciendo de anfitriones para vinos generosos de todo el mundo. Han acudido una veintena de países con más de 400 bodegas representadas. En total más de 11.500 visitas a salón maduro y de clara proyección internacional, que hay que seguir potenciando.

El stand del Consejo contaba con tres salones en el Palacio de Villavicencio donde se pudieron degustar todas las marcas existentes en el Marco. Se organizaron actividades paralelas como el Taller de Maridaje con Torta del Casar, la cata de añadas, y el almuerzo maridaje con caviar y esturión de Riofrío.

En la Cumbre Gastronómica Madrid Fusión venimos patrocinando el "Premio al Restaurante Revelación del año", uno de los galardones que más interés despierta de la cita, con el objetivo de seguir vinculándonos a la vanguardia gastronómica. También llevamos nuestros vinos a la semifinal de Valencia de La Nariz de Oro y a la final de Madrid, gracias al patrocinio de la Consejería de Agricultura.

A través de nuestro gabinete de prensa se ha continuado potenciando la imagen de nuestros vinos y vinagres. En total se han enviado más de 70 comunicados de prensa a casi 500 contactos de medios, locales, regionales y nacionales.

AULA FORMACIÓN

El Aula de Formación del Consejo es un proyecto de carácter cultural y docente, que comprende un conjunto de paquetes formativos de diferentes niveles de formación, pensados y estructurados para difundir la cultura de los Vinos, la Manzanilla y el Vinagre de Jerez. Existen diferentes paquetes formativos: sesiones de introducción, catas, sesiones de maridaje, cursos de homologación (Guías de Bodega, Venenciadores y Formadores).

A lo largo del año 2006, un total de 4.035 personas se han beneficiado de los Cursos impartidos por personal del Consejo Regulador, según el siguiente resumen de participación: seminarios en el Consejo 2.049, seminarios nacionales 1.323, seminarios en el extranjero 663.

VINAGRE DE JEREZ

Por segundo año consecutivo el mercado español se ha erigido como líder de ventas, superando al francés. Las actividades de promoción genéricas en Francia han sido cofinanciadas por el ICEX, y se han centrado en aumentar la notoriedad de las marcas y en la presentación de la nueva categoría Gran Reserva.

Además de la actualización de la web y las labores de gabinete de prensa, las acciones a destacar en 2006 son dos: la Semana de Andalucía en París que se inauguró con una jornada especialmente dedicada al Vinagre de Jerez, y los actos de presentación del Gran Reserva realizados con la colaboración del afamado chef Pascal Barbot.

En el mercado nacional la campaña de promoción, cofinanciada por la Consejería de Agricultura, se ha centrado en actividades formativas dirigidas a profesionales de la restauración y estudiantes de escuelas de hostelería. También se han organizado viajes de prensa. Es destacable el protagonismo de nuestro vinagre en programas de televisión tales como Canal Cocina, como parte del patrocinio de los mismos.

Control y Vigilancia

El Órgano de Control y Vigilancia representa uno de los servicios fundamentales del Consejo Regulador, siendo además el servicio más dotado de nuestra Institución desde el punto de vista de Recursos Humanos. En total son seis personas –entre veedores, administrativos, tomadores de muestras y el propio Jefe del servicio– las que se encargan de las labores tendentes a la verificación, tanto en las bodegas como en el campo, del cumplimiento de la normativa específica de las Denominaciones de Origen y de la general aplicable de carácter vitivinícola.

El Servicio de Control y Vigilancia además se ve reforzado durante determinados momentos del año. Concretamente a lo largo de la vendimia 2006 se contrataron de forma temporal a un total de 51 inspectores, los cuales desarrollaron labores de control en los diferentes lagares autorizados.

Durante 2006 los servicios del Consejo llevaron a cabo un exhaustivo trabajo de inspección de campo, verificando la mercancía transportada por un total de 1.948 vehículos, inspeccionando analítica y organolépticamente un total de 356 muestras de mostos y otros productos, y 2.830 muestras de vinos y vinagres amparados. Igualmente se llevaron a cabo todas las inspecciones de instalaciones necesarias para asegurar la adecuación de los registros del Consejo Regulador a la realidad de las bodegas y firmas inscritas, su idoneidad y nivel de cumplimiento de la normativa aplicable. Como consecuencia de todas estas actividades, se instruyeron un total de 806 actas de actuaciones inspectoras en las bodegas inscritas.

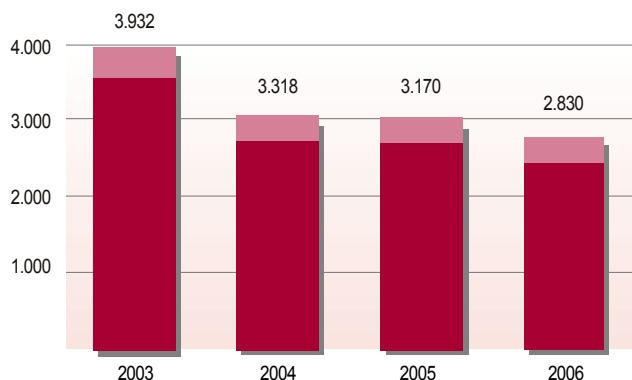
Inspección de movimientos

Las labores de control de movimiento siguen criterios muestrales en algunos casos o de la totalidad en otros. En el cuadro siguiente se desglosan las distintas actuaciones realizadas en este sentido por el Órgano de Control y Vigilancia durante 2006:

Vehículos controlados	Nº	Kgs. / Litros	Porcentaje del total
Uva	563	3.226.719	3,74%
Mostos calificados	201	5.556.591	9,82%
Vinos amparados	478	7.422.546	9,12%
Vinagres amparados	9	191.000	5,3%
Vino y mostos para vinagre	16	385.920	13,24%
Vinos no amparados	8	261.018	100%
Alcoholes	2	39.673	0,95%
Pedro Ximénez	15	162.126	7,62%
Vino de Color	1	7.180	1,76%
Mosto Concentrado Rectificado	1	4.000	0,12%
Otros productos	60	1.350.748	100%
Controlados por Actas	511	4.984.153	100%
Prensas y Lías	83	1.850.116	32,98%
Total camiones controlados	1.948	25.393.637	

Toma de muestras

Como se ha mencionado, el servicio de toma de muestras adscrito al Órgano de Control y Vigilancia tomó un total de 2.830 muestras de productos terminados, correspondiendo 2.308 a vinos amparados y 522 a partidas de Vinagre de Jerez. La continua implantación en las bodegas de sus propios sistemas de calidad está permitiendo optimizar la saca de muestras del Consejo, como se observa en el gráfico siguiente.



Controles de Vendimia

Las labores del Órgano de Control y Vigilancia relacionadas con la Vendimia comienzan con las inspecciones previas de lagares, preceptivas para todas las Bodegas de Elaboración que solicitan anualmente su inscripción para realizar vendimia. Durante las mismas se puso especial énfasis en que todas las instalaciones dadas de alta por las bodegas estuvieran totalmente actualizadas en lo que a registros legales se refiere, así como que la totalidad de las básculas de pesaje estuvieran debidamente homologadas.

Las labores de control cuantitativo y cualitativo (grado) de la entrada de uva en los lagares –que requirieron la incorporación de 51 inspectores eventuales, como ya se ha dicho- se

complementaron con verificaciones de la graduación en el viñedo. En total se tomaron 2.201 muestras de Baumé. Ello ha permitido no solamente asegurar el cumplimiento de los niveles mínimos de madurez exigidos por la normativa vigente, sino además hacer un seguimiento permanente de la evolución de la calidad y madurez, en un año en el que las condiciones meteorológicas han determinado un vendimia atípica.

Las actividades de la campaña de vendimia no concluyeron hasta el momento del aspillado de los mostos, ya bien entrado el otoño, en el que nuevamente las verificaciones del Órgano de Control y Vigilancia sirvieron no solamente para cuantificar definitivamente el volumen de la campaña, sino también para llevar a cabo una serie de controles analíticos de los mostos obtenidos verificándose su nivel de calidad.

Expedientes sancionadores

Desde que la Ley 25/2003 de la Viña y el Vino retirara las competencias sancionadoras a los Consejos Reguladores, y a la espera de lo que determine al respecto la futura Ley Andaluza, por parte del Órgano de Control y Vigilancia se vienen realizando las oportunas denuncias sobre cualquier no conformidad derivada del acta de inspección, tanto de los operadores inscritos como de otras firmas que actúen en el ámbito de nuestras Denominaciones de Origen. En este sentido, a lo largo de 2006 se elevaron a la Delegación Provincial de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía un total de 68 denuncias, de las que 62 correspondieron a firmas inscritas.

Los procedimientos de actuación del Consejo Regulador establecen una total independencia del Órgano de Control y Vigilancia en el curso de estas actuaciones de denuncia, que se extienden además en numerosos casos a la elaboración de informes y puesta a disposición de los servicios jurídicos de la Consejería de Agricultura y Pesca, en el curso de las instrucciones de los expedientes.

J E R E Z
S H E R R Y X E R E S
M A N Z A N I L L A
D E N O M I N A C I O N E S
■ D E O R I G E N ■

J E R E Z
V I N A G R E D E
D E N O M I N A C I O N
■ D E O R I G E N ■



Avda. Alcalde Álvaro Domecq nº2, 11.402 Jerez de la Frontera (Cádiz) España
Tlf.: +34 956 332 050 Fax: +34 956 338 908 e-mail: vinjerez@sherry.org
www.sherry.org