

El Vino en Cifras – Año 2012

España es uno de los grandes productores mundiales de vino: primero en el ranking por superficie plantada, tercero por producción (debido a un rendimiento menor que el de Francia e Italia) y segundo exportador mundial en términos de volumen, aunque tercero en términos de valor. Por su importancia en términos económicos, pero también sociales y medioambientales, así como por la importancia del vino como imagen del país en el exterior, el sector es de extraordinaria relevancia en España.

1. SITUACIÓN DEL MERCADO MUNDIAL

Viñedo

Según datos de la OIV¹, en 2012 la superficie vitícola mundial disminuyó en 17.000 hectáreas respecto a 2011, estimándose el total mundial en 7.575.000 ha. El viñedo comunitario total (UE-27) está reduciendo progresivamente su superficie plantada, pasando de las 3.792.000 has en el año 2008 a las 3.492.000 has en el año 2012. Este proceso es consecuencia de la combinación de factores como la reestructuración

El viñedo en el mundo						
Fuente: Datos OIV; elaboración OeMv						
Datos						
(miles Ha)	2008	2009	2010	2011	Prev. 2012	% s/ total
España	1.165	1.113	1.082	1.032	1.018	13,44%
Francia	858	836	818	806	800	10,56%
Italia	825	812	795	776	769	10,15%
Portugal	246	244	243	240	239	3,16%
Rumania	207	206	204	204	205	2,71%
Otros UE	491	479	474	461	461	6,09%
Total UE	3.792	3.692	3.619	3.521	3.492	46,10%
EEUU	402	403	404	407	407	5,37%
Turquía	518	515	513	515	517	6,83%
China	480	518	539	560	570	7,52%
Argentina	226	229	228	218	221	2,92%
Chile	198	199	200	200	205	2,71%
Sudáfrica	132	132	132	131	131	1,73%
Australia	173	176	170	174	169	2,23%
Total no UE	3.945	4.009	4.053	4.071	4.083	53,90%
TOTAL MUNDO	7.737	7.702	7.672	7.592	7.575	100,00%

del viñedo y el impacto de la crisis vitícola, que por otra parte, se ha dejado sentir de forma distinta por zonas y tipos de vino y a la que se ha añadido el programa europeo de ayuda a los arranques. La disminución del viñedo comunitario queda compensada por el mantenimiento de las superficies plantadas del resto del mundo. Mientras disminuyen las plantaciones en Australia, éstas crecen en Chile, Argentina, China y, en menor medida, en Turquía, manteniéndose invariables en EE.UU. y Sudáfrica.

Producción Mundial

Según la estimación de la OIV, la producción mundial de vino de 2012 (sin contar zumo y mosto) puede situarse en 251 millones de hectolitros, 15,8 millones menos que en 2011. El primer país productor de vino es Francia, con 42,2 millones de hl (16,8% mundial), seguido por Italia, con 40,1 millones de hl (16% mundial), y España, con 29,7 millones de hl (11,8% mundial y 21% de la UE). Ya con menor volumen, la producción crece en Portugal (+500.000 hl), Grecia (+400.000 hl) y Alemania (+368.000 hl), y cae en Hungría (-876.000 hl), Austria (-703.000 hl) y, en menor medida, Bulgaria (-197.000 hl).

¹ Organización Internacional de la Viña y del Vino.

Fuera de la UE, el nivel de producción en 2012 es ligerísimamente inferior, con 109,59 millones de hl, a 2011 (109,63 millones de hl). EE.UU. es el país no europeo de mayor producción de vino con 20,5 millones de hl, lo que supone un crecimiento de 1,3 millones de hl respecto a 2011. En segundo lugar, se encuentra Chile, país que supera a Australia y a Argentina con 12,6 millones de hl el pasado año, 2,1 millones más que en 2011. Por el contrario, con 11,8 millones de hl, Argentina disminuye sus cifras en 3,7 millones de hl con respecto a la producción del año anterior, cuando se redujo igualmente, aunque de forma mucho más suave. En el cuarto puesto aparece Australia con una producción de vino de 11,6 millones de hl (+500.000 hl).

Respecto a otros países de fuera de la UE, Sudáfrica pasa de producir 9,3 millones de hl en 2011 a superar levemente los 10 millones en 2012. Brasil pasa de los de 3,4 millones de hl producidos en 2011 a 2,9 millones en 2012, volviendo a registrar datos negativos. Nueva Zelanda vuelve a bajar de los 2 millones de hl tras superarlos con creces en 2011. Suiza, por su parte, redujo ligeramente la producción, en 115.000 hl.

Según las estimaciones, de los 15,8 millones de hectolitros que se dejaron de producir en 2012 a nivel mundial, 15 millones de pierden en los tres primeros productores mundiales: Francia, España e Italia, mientras que fuera del Viejo Continente, destaca la caída de Argentina. Por el contrario, países como Chile, EEUU. y, en menor medida, Sudáfrica o Portugal, rompieron con el descenso mundial.

Producción Mundial de Vino					
Fuente: Datos OIV; elaboración OeMv					
Datos (miles hl)	2009	2010	2011	Prev. 2012	% s/ total
Francia	46.361	45.704	50.764	42.243	16,8%
Italia	47.450	48.525	42.772	40.060	16,0%
España	35.166	35.235	33.397	29.665	11,8%
Otros UE	33.921	26.912	31.371	29.447	11,7%
Total UE	162.898	156.376	157.171	141.415	56,3%
EEUU	21.690	20.887	19.187	20.510	8,2%
Argentina	12.135	16.250	15.473	11.778	4,7%
Chile	10.093	9.152	10.464	12.554	5,0%
Australia	11.710	11.240	11.090	11.554	4,6%
Total No UE	108.302	108.724	109.629	109.585	43,7%
TOTAL MUNDO	271.200	265.100	266.800	251.000	100,0%

Producción Unión Europea

De acuerdo con los últimos datos publicados por la OIV y siendo estos aún estimaciones sujetas a modificación, la producción de vino de la Unión Europea en 2012 se sitúa en 141,4 millones de hl, bastante inferior a la de 2011, que fue de 157,2 millones (-10%). Por el contrario, la producción del conjunto de países externos a la UE se sitúa en 2102 en los 109,59 millones de

hl, sólo un 0,04% menor que en 2011, que fue de 109,63 millones. Siguiendo estas estimaciones, la Unión Europea representaría el 56,3% de la producción vinícola mundial en 2012.

Según las cifras de la Comisión Europea, actualizadas a enero de 2013, la producción de vino y mosto de uva en la Unión Europea alcanzaría los 144,5 millones de hectolitros en la campaña 2012/2013, lo que supondría un descenso del 11,6% con respecto a la campaña 2011/12, y una caída algo mayor (-14,3%) en relación a la media de las cinco últimas campañas. La producción destinada a vinificación se estima en los 138,8 millones de hectolitros, el 96% del volumen total. De ellos, 61,6 millones de hectolitros habrían sido destinados para vinos con DOP² (44,4%), 29 millones para vinos con IGP³ (20,9%), 3,5 millones para vinos varietales sin DOP ni IGP (2,5%) y 44,7 millones para los demás vinos (32,2%).

Por tipo de vino, Francia ocupa la primera posición como productor de vinos con DOP, con 19,4 millones de hectolitros, frente a los 13,2 de Italia y los 12,5 de España. En lo que respecta a los vinos con IGP, la producción francesa asciende a 11,4 millones de hectolitros, la italiana a 11,2 y la española a 2,4 millones. En cuanto a vinos varietales, sin DOP ni IGP, España se sitúa en cabeza con 2,5 millones de hectolitros, seguida de Italia (0,4 millones de hl) y Bulgaria (0,29 millones de hl). Por último, en lo que respecta a la categoría de otros vinos, Italia es la principal productora con 15,2 millones de hl, por delante de España con 12 millones, y de Francia con algo menos de 10 millones.

Producción Europea de Vino (campaña 2012/13)				
Fuente: Datos UE; elaboración OeMv				
País (datos en miles de hl)	<u>2012/13</u>	<u>% s/ total</u>	<u>Var. % con</u>	<u>Var. % con</u>
			<u>2011/12</u>	<u>media 5 camp. 07/12</u>
Italia	41.557	28,8%	-7,2%	-15,4%
Francia	40.609	28,1%	-20,5%	-13,1%
España	33.500	23,2%	-9,9%	-16,6%
Alemania	8.903	6,2%	-2,5%	-2,6%
Portugal	6.140	4,2%	+9,4%	+1,4%
Resto UE	13.791	9,5%	-12,2%	-20,6%
TOTAL UE	144.500	100,0%	-11,6%	-14,3%

Aunque todavía es pronto para ninguna confirmación sobre la vendimia 2013, las estimaciones iniciales apuntan a una reducción importante en la producción europea de vino.

² Denominación de Origen Protegida.

³ Indicación Geográfica Protegida.

Consumo

Con unas estimaciones de consumo mundial de vino para 2012 estimadas por la OIV en alrededor de 245,3 millones de hectolitros, se aprecia un leve aumento respecto al año anterior de 1,4 millones de hl (+0,6%). Este crecimiento se observa analizando la previsión para los países externos a la Unión Europea: China, en primer lugar, subiría en 1,5 millones de hl hasta los 17,8 millones (+9,3%),

subida más elevada que para el conjunto mundial. Le seguiría Francia, con un aumento de alrededor de 1 millón de hl hasta superar los 30 millones (+3,2%). En menor medida, el consumo crecería en EE.UU. (+575.000 hl) Alemania (+293.000 hl), o Argentina (+242.000 hl), entre otros. Por el contrario, el caería el consumo en España un 6% hasta los 9,3 millones de hl (-594.000 hl), así como en Italia (-419.000 hl) o Reino Unido (-327.000 hl).

Consumo Mundial de Vino (miles de hl)				
Fuente: Datos OIV; elaboración OeMv				
País	<u>2011</u>	<u>2012</u>	<u>Var. 2011/12</u>	<u>% s/ total</u>
Francia	29.322	30.269	3,2%	12,3%
Italia	23.052	22.633	-1,8%	9,2%
Alemania	19.707	20.000	1,5%	8,2%
Reino Unido	12.860	12.533	-2,5%	5,1%
España	9.894	9.300	-6,0%	3,8%
Resto UE-27*	29.298	29.118	-0,6%	11,9%
Total UE-27	124.133	123.853	-0,2%	50,5%
EEUU	28.425	29.000	2,0%	11,8%
China	16.339	17.837	9,2%	7,3%
Argentina	9.809	10.051	2,5%	4,1%
Australia	5.325	5.375	0,9%	2,2%
Resto No UE	59.769	59.134	-1,1%	24,1%
Total No UE	119.667	121.397	1,4%	49,5%
TOTAL MUNDO	243.800	245.250	0,6%	100,0%

* UE-27: Alemania, Austria, Bélgica, Bulgaria, Chipre, Dinamarca, Eslovaquia, Eslovenia, España, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Irlanda, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Países Bajos, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa, Rumanía y Suecia.

En cuanto a la Unión Europea, el consumo bajaría en 280.000 hl respecto a 2011, con una leve caída del 0,2%, mientras que, en el resto del mundo, subiría en 1.730.000 hl, un 0,6% más que en el año anterior. Con 123,9 millones de hl, la Unión Europea seguiría liderando el consumo de vino a nivel internacional, aunque sólo un punto por encima (50,5%) del conjunto de países

La diferencia entre la producción y el consumo estaría, siempre según las estimaciones de la OIV para 2012, en una horquilla entre los -2,9 y los +14,3 millones de hectolitros, de la que se obtiene una media de 5,7 millones de hl, cifra que estaría muy lejos de las registradas en años anteriores, mucho más favorable para la producción.

2. SITUACIÓN DEL SECTOR EN ESPAÑA

El sector vitivinícola español tiene gran importancia, tanto por el valor económico que genera, como por la población que ocupa y por el papel que desempeña en la conservación del medioambiente.

Viñedo

Siempre según datos de la OIV, España, con 1,018 millones de hectáreas destinadas al cultivo de la vid (97,4% destinadas a vinificación, un 2% a uva de mesa, un 0,3 % a la elaboración de pasas y un 0,3 % restante a viveros), sigue siendo, con diferencia, el país con mayor extensión de viñedo de la Unión Europea y del mundo, a pesar de estimarse una caída de 18.000 hectáreas respecto a 2011. Sin embargo, las estimaciones oficiales del MAGRAMA, más recientes, apuntan a que esta superficie haya bajado hasta las 954.020 has en 2012. En todo caso, representa casi el 30% de la superficie total de la UE (seguido por Francia con el 23%, y de Italia con el 22%) y un 13,4 % del total mundial. Su tradición elaboradora de vinos se remonta a la época de los romanos, aunque no ha sido hasta más recientemente cuando la exportación se ha convertido en un hecho masivo y generalizado en el sector.

Producción española

Tras siete campañas de relativa estabilidad, rondando un volumen de producción de vino y mosto de en torno a los 40 millones de hectolitros, en la campaña 2012/2013 y según los datos del Fondo Español de Garantía Agraria (FEGA) a noviembre de 2012, la producción bajaría levemente de los 34 millones de hl, frente a los 38,6 millones de 2011/12, lo que supone un caída del 12% (-4,6 millones de hl), y la cifra más baja desde la campaña 2001/02.

- **Avance producción española 2011/12**

Para la campaña actual, 2012/13, el propio MAGRAMA estima una producción de 33,97 millones de hectolitros, lo que supone una caída respecto a la campaña anterior del 12%, en 4,6 millones de hl. En cuanto al reparto geográfico, y según la estimación para esa campaña, **Castilla-La Mancha** sigue siendo la principal región productora con más de la mitad de la producción total española (53,2% y 18,06 millones de hl), reduciendo un 3% las cifras de producción de la campaña anterior, que fueron de 18,6 millones de hectolitros (-567.400 hl).

Extremadura, segunda comunidad productora, pasaría de 4,3 millones de hectolitros en la campaña 2011/2012, a bajar de los 3 millones en la 2012/13 (-1,33 millones, -31%), mientras que **Cataluña**, en el tercer puesto, cae en 913.300 hectolitros hasta los 2,4 millones (-27,7%). La suma de Castilla – La Mancha, Extremadura y Cataluña ascendería a 23,4 millones de hectolitros, el 69% de la producción total española de vino y mosto para la actual campaña.

Por otra parte, también destaca la bajada de la producción en la **Comunidad Valenciana**, que caería casi un 24% hasta los 1,8 millones de hl (-552.800 hl) en **Galicia**, que pasa de 1,5 millones de hl a bajar del millón de hl (-36%).

Respecto a otras CC.AA., La Rioja, Castilla y León, Andalucía y Aragón estarían por encima del millón de hectolitros, aunque todas ellas con cifras más bajas que en la campaña anterior. Canarias sería la única comunidad autónoma española que aumenta su producción (+19,3%), mientras que se mantendría estable en Murcia, Baleares y Cantabria. Por su parte, Navarra, País Vasco, Madrid y Asturias siguen la tendencia negativa de la producción española.

Superficie de viñedo

La situación geográfica, las diferencias climáticas y la variedad de suelos, hace de la Península Ibérica y nuestras islas un lugar privilegiado para la producción de vinos de características muy distintas. Se cultiva viñedo en la totalidad de las 17 Comunidades Autónomas en las que se divide el país, si bien cerca de la mitad de la extensión total se encuentra en **Castilla-La Mancha** (465.358 has y el 48,8 % del viñedo plantado), la zona geográfica con mayor extensión del mundo dedicada a su cultivo, seguida de **Extremadura** (cerca de 82.331 has, 8,6 %), **Valencia** (68.392), **Castilla y León** (64.364 has), Cataluña, La Rioja, Aragón, Murcia y Andalucía.

En todo caso, se trata de superficies de viñedo en España que siguen en descenso. La superficie total de viñedo en nuestro país en 2012 se sitúa, según la "Encuesta sobre Superficies y Rendimientos de Cultivos ESYRCE" del MAGRAMA, en las 954.000 hectáreas, frente a las 972.085 has del año anterior. Por tanto, se observa una caída de 18.065 hectáreas (-1,9%). Las mayores caídas porcentuales las ofrecen Andalucía (-7,4%), Murcia (-6,1%) y Madrid (-5,1%), siendo La Rioja (+1,1%) y Canarias (+3,3%) las únicas comunidades autónomas con mayor superficie de viñedo en 2012, mientras que Cantabria la mantuvo estable.

España cuenta con 85 zonas de producción de vinos de calidad con Denominación de Origen Protegida (DOP), de ellas 67 son con Denominación de Origen, 2 con Denominación de Origen Calificada, 6 son Vinos de Calidad con Indicación Geográfica y 10 son Vinos de Pago, las cuales siguiendo el modelo europeo de producción, mantienen un estricto control sobre la cantidad producida, las prácticas enológicas, y la calidad de los vinos que se producen en cada zona. Las primeras Denominaciones autorizadas se aprobaron en 1932, y se trata de Jerez-Xères-Sherry, Manzanilla de Sanlúcar de Barrameda, Málaga, Montilla-Moriles, Rioja, Tarragona, Priorato, Alella, Utiel Requena, Valencia, Alicante, Ribeiro, Cariñena, Penedés, Condado de Huelva, Valdepeñas, La Mancha, Navarra y Rueda.

Según los últimos datos publicados, el 51,1% producirá vinos tintos y rosados y el 48,9%, vinos blancos. Las variedades de uva más comunes en España son la Airén (23,5%), Tempranillo (20,9%), Bobal (7,5%), Garnacha Tinta, Monastrell, Pardina, Macabeo y Palomino, por orden de importancia en cuanto a su cultivo. De estas variedades, son tintas, la Tempranillo, Bobal, Garnacha tinta y Monastrell y blancas las restantes.

Mientras tanto, el consumo interno de vino en España sigue ofreciendo unos datos preocupantes, situándose a día de hoy en una estimación por debajo de los 20 litros por persona y año, lo que supone estar a la cola de Europa.

3. ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector vitivinícola español se encuentra inmerso en un importante proceso de actualización y renovación. Así, desde el año 2000, la superficie sujeta a reconversión y reestructuración ha superado las 130.000 hectáreas, lo que representa una inversión cercana a los 800 millones de euros. Se estima que algo más de 4.000 bodegas elaboran en España vinos tranquilos, espumosos y de licor. Son, por lo general, de pequeño tamaño y su capital es mayoritariamente de origen español, de tipo familiar, mientras que un gran número están constituidas como cooperativas agrarias.

Entre las principales empresas del sector, con más de 100 millones de euros de facturación, se encuentran las siguientes: Freixenet, J. García Carrión, Codorníu, Arco Wine Invest Group.; Grupo Domecq Bodegas; Grupo Miguel Torres, S.A.; Félix Solís Avantis y Grupo Faustino.

Las pequeñas bodegas y las cooperativas coexisten con estas grandes empresas, que poseen centros de producción en distintas zonas, con objeto de diversificar su oferta. Con objeto de controlar la calidad a lo largo de todo el proceso productivo, algunas bodegas han comprado o ampliado la extensión de sus viñedos, si bien la mayor parte del suministro de las bodegas en España procede de otros viticultores o directamente de las cooperativas en forma de vino. También es importante el nivel de inversión que se ha destinado a la edificación de nuevas bodegas, a la mejora de las instalaciones y equipamientos y a la utilización de técnicas de envejecimiento distintas para ofrecer una gama mucho más amplia de vinos de calidad, si bien tal nivel de inversión se ha visto muy reducido en los años recientes de crisis económica. En este contexto es interesante resaltar la actividad y la innovación de muchas bodegas que experimentan con nuevas variedades de uva y la utilización de las uvas autóctonas para producir vinos más adaptados al gusto del nuevo consumidor.

La DOCa Rioja tiene registradas el mayor número de bodegas de vino de calidad (826), seguida de DO Cava (419), DO Ribera del Duero (286), DO La Mancha (256), DO Cataluña (203), DO Penedés (187) y DO Rías Baixas (181).

Este proceso de modernización se extiende, incluso, a la construcción de las nuevas bodegas encargadas a arquitectos mundialmente famosos, que han emprendido algunas bodegas, entre las que destacan, en Rioja, la nueva bodega de Domecq, Bodegas Ysios (encargada a Santiago Calatrava), o la de CVNE (diseñada por Philippe Mazières), la de Marqués de Riscal que ha proyectado Frank O. Gehry, o la tienda de R. López Heredia por Zaha Hadid o Señorío de Arínzano proyectada por Rafael Moneo para Bodegas Chivite en Navarra.

El sector muestra un enorme dinamismo. El grado de concentración es relativamente elevado, estimándose que los cinco primeros grupos acaparan una cuota conjunta de casi un 28% del mercado. La penetración de capitales extranjeros entre los primeros operadores no es muy importante, aunque sí se van extendiendo los acuerdos con empresas del sector en otros países para mejorar la capacidad de comercialización mundial, como también aumentan las alianzas entre comercializadores para afrontar conjuntamente el fuerte proceso de internacionalización en que está metido el sector español del vino.

4. EXPORTACIÓN

Exportaciones Mundiales

Los intercambios mundiales en el sector del vino adquieren cada vez más importancia. De un total de 72,2 millones de hectolitros de media en el quinquenio 2001-05, se ha pasado a 99,1 millones de hectolitros en el año 2012 según estimaciones de la OIV. En términos de valor y tomando como fuente GTA, que toma los datos de las aduanas de los diferentes países, el importe global de las exportaciones de vino y mosto habría alcanzado en 2012 la cifra de 25.283 millones de euros. Este mercado mundial, considerado por la OIV como la suma de las exportaciones de todos los países, ha crecido significativamente en el último año en términos de valor, suponiendo un 8,3% más que el año anterior. No obstante, el volumen se ha reducido un leve 1,9% respecto a 2011, cuando se superaron entonces los 100 millones de hectolitros en el total mundial de exportación vitivinícola.

En el mismo 2012, las exportaciones mundiales de vino representaron aproximadamente el 40,4% del consumo mundial (contra un 34,6% en 2006). De donde se deduce que una tendencia estable a lo largo de los últimos años es el crecimiento constante de lo que los intercambios internacionales representan dentro del consumo mundial, señal de que las caídas del consumo en los países tradicionalmente productores se está viendo compensada por el incremento en países cuyas necesidades de vino superan a su propia producción y se ven obligados, por lo tanto, importarlo.

En los últimos meses, observamos un muy buen desarrollo de las exportaciones vitivinícolas de países pertenecientes al conocido como Nuevo Mundo, en detrimento de los proveedores tradicionales europeos, los cuales aún dominan de forma clara el comercio exportador a nivel internacional. Así, países como Chile, Argentina, Sudáfrica o Nueva Zelanda están ganando cuota progresivamente, sobre todo por un impulso especialmente positivo para las ventas de vinos más económicos.

Siguiendo con los datos de GTA para el cierre de 2012, España es el segundo proveedor mundial de vino y mosto en términos de volumen y el tercero en valor, con 19,5 millones de hectolitros y 2.360 millones de euros respectivamente. El precio medio del vino español en el exterior se fijó en los 1,21 euros por litro, y sigue siendo muy inferior al del resto de principales países proveedores pese a que, en los últimos meses, está subiendo notablemente.

Actualmente, la tendencia del vino español en el mercado exterior parece clara: fuerte encarecimiento de precios, fuerte descenso del volumen de venta, y buenos datos de facturación. El vino a granel sin DOP protagoniza este comportamiento, al ser el motor de las exportaciones con cerca del 50% del volumen de vino exportado por España en 2012. Por tanto, nuestras exportaciones se están enfocando cada vez más a los vinos con mayor valor añadido, vinos con mucha mejor evolución que el granel. Esta tendencia explica el porqué de la fuerte subida de precios del vino español en los últimos meses: buen comportamiento de los vinos con precios más elevados, y fortísimo encarecimiento de los vinos con escaso valor unitario.

Las exportaciones mundiales de vino en términos de volumen están lideradas por Italia, primer proveedor con 21,2 millones de hectolitros vendidos en 2012. Sin embargo, Francia vuelve a ser el principal exportador en valor de forma clara, con casi 7.840 millones de euros de facturación, seguido de lejos por los 4.691 millones ingresados por Italia. Francia aún se encuentra, con 15 millones de hectolitros, muy lejos de Italia y España en volumen, lo que indica un precio medio de venta muy superior para el país galo. El pasado año, se situó en los 5,23 euros por litro, y fue claramente el más elevado entre los doce principales proveedores mundiales. La diferencia es aún mayor si lo comparamos con los precios medios de sus principales competidores, Italia (2,21 €/l.) y España (1,21 €/l.).

La suma de Italia, España y Francia representó en 2012 aproximadamente el 56,4% del volumen y el 59% del valor total de vino y mosto exportado a nivel mundial. Pero, ¿cómo evolucionaron respecto a 2011? España e Italia están viviendo en la actualidad una tendencia muy parecida, con descenso del volumen exportado, pero buenos datos en valor (+6,5% para ambos países, según GTA). Además, la causa de esta disparidad entre valor y volumen es similar: un flete encarecimiento de los vinos más económicos, como es el caso de los graneles, y más concretamente, de los vinos a granel sin ningún tipo de indicación ni variedad. Rusia, entre otros, protagonizó la caída del volumen de venta en ambos proveedores, ya que el estado ruso están sustituyendo sus importaciones de graneles procedentes de estos dos países por las del conocido como Nuevo Mundo, con países como Argentina, Chile, Sudáfrica o Uruguay multiplicando sus ventas. Por su parte, Francia centra más sus ventas en los vinos con mayor valor añadido, mostrando un crecimiento respecto a 2011 del 5,6% en volumen y del 8,8% en valor. 2012 fue un año especialmente positivo para los vinos franceses en el mercado asiático, principalmente en China y Japón, así como en Estados Unidos.

España llegó a sustituir a Italia como primer proveedor mundial de vino en términos de volumen en el interanual a algunos meses de 2012, aunque los malos datos de los últimos meses han impedido que cerremos el año con dicho privilegio.

Respecto a otros proveedores⁴, Chile sustituye a Australia como cuarto exportador mundial de vino en volumen con 7,5 millones de hectolitros (+12,8%), mientras que refuerza su quinto puesto en valor con una subida del 14,7% hasta alcanzar los 1.400 millones de euros en 2012.

⁴ Tomamos como referencia el euro como moneda común para todos los países incluidos en el análisis.

En este aspecto, Australia sí conserva su cuarto puesto con 1.524 millones de euros (+6,8%), mientras que sólo elevó un 2% el volumen exportado, hasta los 735 millones de litros. En 2012, Estados Unidos se suma a la lista de 6 países cuyas exportaciones de vino superaron los 1.000 millones de euros de facturación. El país norteamericano sustituye en el sexto puesto a Alemania, gracias a una subida del 11,5% hasta sobrepasar los 1.077 millones de euros, mientras que el país germano redujo sus ingresos hasta los 972 millones (-2%). De hecho, Alemania fue el único de los once principales proveedores mundiales que registró una caída en valor en 2012 pese a que sólo redujo los ingresos procedentes de las ventas exteriores de vino envasado. En términos de volumen, a las ya comentadas caídas de Italia y España, se suman la de Alemania y Estados Unidos, para ambos países en torno al -5%.

Nueva Zelanda (+18,8%) y Argentina (+16,6%) muestran las mejores tasas de variación en términos de valor entre los países analizados, superando ambos a Portugal (+6,5%) en el ranking económico. En volumen, el proveedor argentino muestra, con un +15%, la mayor subida porcentual, ganando fuerza como noveno exportador mundial, mientras que Nueva Zelanda lo hizo en un +4,6%. Por su parte, 2012 también fue un año positivo para Sudáfrica, más en volumen (+10%) que en valor (+4,5%), ya que fue el único país junto a Portugal que vendió más barato en 2012, con el país luso con un comportamiento parecido al del país africano (+10,3% en volumen y +7,5% en valor). Sudáfrica tiene mucho mayor peso en litros (ha pasado de la séptima a la quinta plaza como proveedor mundial) que en euros (sigue en el undécimo puesto), ya que muestra un precio medio muy inferior al resto (1,37 €/l.), sólo por encima del de España. La explicación la encontramos tanto en el extraordinario desarrollo de las ventas de Bag-In-Box como en el fuerte descenso del vino envasado, este último con un precio mucho más elevado.

La cuota de mercado de los 5 primeros exportadores de la UE (Italia, Francia, España, Alemania y Portugal), según estas estimaciones, ronda el 63,6% del total mundial, siendo algo menor que para el quinquenio 2001-2005, cuando era del 65,2%, mientras que en el periodo 1986-90 era del 78,8%.

El grupo de los 6 países nuevos exportadores (Argentina, Chile, Sudáfrica, EEUU, Australia y Nueva Zelanda) participa con un 28,7% del mercado en 2011, comparado con el 23,4% de media en el quinquenio 2001-2005 y apenas el 3% del total mundial en el periodo 1986-90. La previsión es que esta cuota aumente durante los próximos años.

Estas cifras, que reflejan un descenso de las cuotas de exportación de los países del “Viejo Mundo”, junto con la subida de las cuotas de los países del “Nuevo Mundo”, arrojan luz sobre la fuerte entrada en el mercado de éstos últimos. La buena marcha, principalmente, de las exportaciones de vino a granel y en envases de más de 2 litros en estos países, partida en la que se incluye el vino en formato bag-in-box, muy importante en la mayoría de ellos, les está permitiendo crecer de forma muy positiva.

Exportaciones españolas de vino – Año 2012

Durante el año 2012, y tomando como fuente AEAT (Aduanas), España exportó 2.062,8 millones de litros de vino, por valor de 2.499,3 millones de euros, lo que supone ya una caída del 8% en términos de volumen, aunque un crecimiento del 11,8% en valor. El progresivo y notable encarecimiento del precio medio de venta en los últimos meses está provocando un desplome de nuestras ventas en volumen, que nos hizo cerrar el año con datos negativos, aunque aún conservamos los buenos datos de la facturación, no obstante cada vez más moderados.

Los datos muestran un rápido cambio de la tendencia exportadora, ya que el primer semestre de 2012 se saldó con un aumento del 3,4% en el volumen de vino exportado, si bien el valor creció entonces un 13,5%, aspecto en la caída es mucho más suave.

Las cifras de 2012 frenan notablemente los datos registrados al cierre de 2011 (sobre todo en litros), cuando se creció entonces un 26,3% en volumen y un 16,7% en valor. Como podemos comprobar, la situación ha dado un giro de 180 grados: en los últimos años, de ha producido un extraordinario de las exportaciones de vino a granel y en envases superiores a 2 litros, a precios muy bajos, lo que nos hacía

crecer mucho más en volumen que en valor. Sin embargo, este vino ha venido subiendo de precio progresivamente durante 2012, con subidas superiores al 40% en algunos meses, lo cual repercute negativamente en el volumen exportado a nivel global puesto que alrededor del 50% del total vendido por España correspondió a este vino.

Esta subida de precios conlleva crecimientos bastante positivos en valor, aunque hay que tener cuidado, ya que puede ser pasajero: salvo contadas excepciones, los mercados están reduciendo el volumen comprado de vino español, algunos de ellos con durísimas caídas como es el caso de Rusia, lo que nos puede llevar no sólo a un estancamiento de nuestra facturación, sino a que ésta posiblemente llegue a ser negativa, en función tanto de las necesidades de compra de nuestros clientes como de las alternativas de oferta. No obstante, el buen comportamiento en valor de los vinos envasados con DOP está contribuyendo a retrasar esta posible caída.

Del total de nuestras exportaciones en términos de valor, los vinos con denominación de origen envasados representaron en 2012 el 40,6% del valor total de venta, creciendo un 9,8%

Exportaciones españolas de vino

Fuente: datos: AEAT; Elaboración: OeMv

	1995	2000	2005	2011	2012	% var. 12/11
Mill €						
DO envasado	261,6	586,8	735,7	923,3	1.013,6	9,8%
DO granel	55,0	47,3	39,2	43,6	45,2	3,8%
Sin DO envasado	43,5	125,6	170,8	370,8	440,6	18,8%
Sin DO granel	69,7	144,4	217,0	387,0	420,1	8,6%
Espumoso	120,5	228,3	289,7	384,9	436,3	13,4%
Aromatizado	28,2	29,3	39,9	57,0	68,9	20,7%
De licor	176,4	91,8	83,3	58,7	56,8	-3,2%
De aguja	5,6	2,4	5,0	10,1	17,9	77,4%
TOTAL VINOS	760,6	1.255,9	1.580,6	2.235,3	2.499,3	11,8%
Mill l.						
DO envasado	132,8	202,8	257,0	312,5	343,5	10,0%
DO granel	105,8	66,4	74,7	68,4	62,6	-8,4%
Sin DO envasado	69,5	139,6	219,5	429,4	456,9	6,4%
Sin DO granel	175,2	330,8	696,2	1.172,0	934,0	-20,3%
Espumoso	48,1	71,6	108,7	155,1	162,6	4,8%
Aromatizado	39,8	45,5	61,4	68,7	63,0	-8,3%
De licor	90,8	39,3	30,2	25,4	22,3	-12,1%
De aguja	13,0	6,4	2,1	11,4	17,9	56,1%
TOTAL VINOS	675,0	902,4	1.450,0	2.243,0	2.062,8	-8,0%
€/l						
Do envasado	1,97	2,89	2,86	2,96	2,95	-0,2%
DO granel	0,52	0,71	0,52	0,64	0,72	13,3%
Sin DO envasado	0,63	0,90	0,78	0,86	0,96	11,7%
Sin DO granel	0,40	0,44	0,31	0,33	0,45	36,3%
Espumoso	2,50	3,19	2,66	2,48	2,68	8,2%
Aromatizado	0,71	0,64	0,65	0,83	1,09	31,7%
De licor	1,94	2,34	2,75	2,31	2,55	10,1%
De aguja	0,43	0,38	2,32	0,88	1,00	13,7%
TOTAL VINOS	1,13	1,39	1,09	1,00	1,21	21,6%

hasta superar, por primera vez, los 1.000 millones de euros de facturación. Por su parte, un excelente año para los vinos sin DO envasados (+18,8%) les sitúa como segundo vino exportado con 440,6 millones de euros, superando al vino espumoso (463,3 millones, +13,4%) y al vino sin DOP a granel (420,1 millones, +8,6%), este último pasando de la segunda a la cuarta posición.

En términos de volumen, los vinos sin DOP a granel siguen un año más como primer vino exportado por España con 934 millones de litros, el 45,3 % del total. Sin embargo, muestran la pero tasa de variación entre el conjunto de vinos (-20,3%). De hecho, se dejaron de vender 238 millones de litros de este vino, de una pérdida total de 180,2 millones, lo que implica una pérdida de 7 puntos porcentuales: con 1.172 millones de litros exportados en 2011, el vino sin DOP a granel representaba entonces el 52,3% del volumen total de venta. Y es que el precio medio de este vino subió más que el de ningún otro (+36,3%), lo que explica los buenos datos en valor y una progresiva recuperación tras varios años a niveles muy bajos. Aunque con mucha menor cuota, el granel con DOP también cayó en volumen, al contrario que los vinos envasados, cuyas ventas subieron tanto para el vino sin DOP (+6,4%) como, sobre todo, para el vino con denominación de origen (+10%).

El fuerte descenso de las ventas de vinos más económicos, unido a la mejor marcha de los vinos con mayor valor añadido (vinos envasados con DO, cavas y espumosos...), explican la fuerte subida del precio medio de venta del vino español, el cual sobrepasa con creces el euro por litro, nivel que apenas se alcanzaba hace un año.

Por mercados de destino, y siguiendo con los datos de AEAT para 2012, sólo Rusia redujo su inversión en vino español entre los 19 principales mercados para nuestro país, perdiendo varias posiciones en el ranking de valor con una notable caída del 45,6%. En este aspecto, Alemania (+11,2%), Reino Unido (+7,8%), EE.UU. (+13,8%) y Francia (+17,8%) siguen como primeros clientes, estos dos últimos incrementando su inversión por encima de la media. No obstante, es en el mercado asiático donde el vino español gana más peso, con Japón (+37,6%) y China (+25,8%) mostrando las mejores tasas de variación en valor, sólo superadas por Italia (+45,4%), aunque con caída en volumen hacia China, como analizaremos más adelante.

En términos de volumen, la situación no es tan positiva: al desplome de las ventas hacia Rusia (-67,6%), se unen las caídas hacia otros mercados como Portugal (-17,4%), Francia (-13,7%), Holanda (-10,2%), Suiza (-9,7%) o China (-5,7%), muchos de ellos importantes compradores de vino a granel, lo que explica que muestren mejores datos en valor al importar a un precio medio muy bajo, pero mucho mayor que en 2011. De hecho, entre los 19 principales mercados para el vino español, sólo Reino Unido (-5,8%) y Japón (-2,5%) compraron a un precio más barato el pasado año. En este sentido, Rusia registra la mayor subida de precios entre los países analizados (+68%), seguido Italia (+37,5%), Francia (+36,5%), Portugal (+35,9%) y China (+33,5%). En estos cinco mercados se observa claramente cómo los vinos más económicos son los que más están subiendo de precio, ya que pese a ofrecer una mayor subida porcentual que

el resto de mercados, siguen siendo, junto a Alemania, los que compran vino español a precios más bajos.

Por el contrario, los vinos con mayor valor añadido tienen más peso en países como México, Suiza, o Irlanda, únicos tres mercados que compraron por encima de los 3 euros por litro, así como en Noruega, EE.UU., Finlandia, Suecia o Japón, todos ellos con un precio medio mayor a 2 euros. No obstante, y pese a la tónica negativa en términos de volumen, no todo son malas noticias: importantes clientes para los vinos españoles aumentaron sus compras, como Alemania (+6,4%), Italia (+5,8%), o Reino Unido (+14,6%), segundo, tercer y cuarto mercado respectivamente, en litros, por detrás de Francia. También destaca la buena marcha de nuestras exportaciones hacia otros como EE.UU. (+11,4%), Bélgica (+4,8%), Dinamarca (+3,1%), Suecia (+5,6%) y, especialmente, Japón, con una subida del 41% hasta situarse como duodécimo país de destino.

Ranking exportaciones por países 2012				
Valor €	Vino con DOP EN-VASADO	TOTAL	% 12/11	% TOTAL
Alemania	154.487.390,21	376.528.195,77	11,20%	15,10%
Reino Unido	184.118.556,98	334.419.884,93	7,80%	13,40%
EE.UU.	139.952.146,57	252.355.870,33	13,80%	10,10%
Francia	31.144.028,72	212.633.175,61	17,80%	8,50%
Suiza	81.979.376,82	108.095.800,77	6,70%	4,30%
Bélgica	25.428.967,62	103.922.356,70	19,30%	4,20%
Italia	2.116.620,68	93.421.823,18	45,40%	3,70%
Países Bajos	56.770.095,08	92.838.682,37	4,00%	3,70%
China	46.253.159,78	89.197.676,34	25,80%	3,60%
Japón	28.687.814,32	83.210.677,76	37,60%	3,30%
Canadá	47.632.203,23	73.592.580,25	9,30%	2,90%
Portugal	3.388.429,96	63.180.973,83	12,30%	2,50%
Suecia	32.788.871,00	56.771.221,85	11,40%	2,30%
México	33.114.295,47	45.182.036,92	7,50%	1,80%
Dinamarca	23.265.436,37	43.530.481,97	10,00%	1,70%
Rusia	3.776.989,70	33.398.852,81	-45,60%	1,30%
Noruega	18.104.371,19	24.457.046,06	1,80%	1,00%
Finlandia	9.863.261,04	24.419.794,96	12,40%	1,00%
Irlanda	16.273.223,45	19.476.568,81	1,20%	0,80%
Resto países	119.597.877,56	368.705.764,95	12,20%	14,80%
TOTALES	1.058.743.115,75	2.499.339.466,17	11,80%	100,00%

Fuente: Datos OIV; elaborado por OeMv

Volumen en litros	Vino con DOP EN-VASADO	TOTAL	% 12/11	% TOTAL
Francia	19.117.093	390.358.665	-13,70%	18,90%
Alemania	77.606.869	329.096.913	6,20%	16,00%
Italia	1.028.004	193.172.867	5,80%	9,40%
Reino Unido	86.206.037	166.539.398	14,50%	8,10%
Portugal	6.025.196	121.902.696	-17,40%	5,90%
EE.UU.	33.595.379	90.793.764	11,40%	4,40%
China	17.046.205	69.197.373	-5,70%	3,40%
Rusia	1.469.401	53.679.602	-67,60%	2,60%
Bélgica	8.533.032	51.151.061	4,80%	2,50%
Países Bajos	29.291.116	47.781.988	-10,20%	2,30%
Canadá	11.790.859	39.254.650	-2,70%	1,90%
Japón	13.566.896	38.813.569	41,20%	1,90%
Suiza	20.359.221	34.261.068	-9,70%	1,70%
Dinamarca	10.371.471	32.594.815	3,10%	1,60%
Suecia	9.474.084	25.596.270	5,60%	1,20%
México	6.904.236	13.232.950	-8,20%	0,60%
Finlandia	3.552.089	9.660.548	-2,10%	0,50%
Noruega	6.016.796	8.489.207	-3,10%	0,40%
Irlanda	4.685.081	6.424.616	-1,10%	0,30%
Resto países	39.542.216	340.812.627	-10,60%	16,50%
TOTALES	406.181.281,00	2.062.814.647,00	-8,00%	100,00%

Fuente: Datos OIV; elaborado por OeMv



EUROPEAN COMMISSION

Directorate-General for Communications Networks, Content and Technology

**Cooperation
The Director**

Brussels, 29 July 2013
D1/CM

Subject: Follow-up to the **47th ICANN meeting (Durban, South Africa, 14-18 July 2013) – GEOGRAPHIC INDICATIONS: “.wine” and “.vin”**

Dear GAC Members;

This note aims at giving an overview of the main elements of the debate taking place within the Governmental Advisory Committee (GAC) of ICANN (since its 46th meeting in Beijing until the recently held ICANN Durban meeting) **on the protection of Geographical Indications**, which also beg the question of protection of **Designations of Origin**, and in particular on the new gTLDs **“.vin”** and **“.wine”**.

The note provides the **integrated position of all the European Commission services competent on the matter**, as well as the political and legal argumentation of the EU as regards why the two strings would warrant stronger safeguards and particular precaution when being delegated. The note also proposes a **way forward to conclude on GAC advice, within the 30 days agreed after long negotiations in Durban**.

Three firms unrelated to the wine sector, have applied to manage the new Internet domain **“.wine”**: June Station LLC – Donuts.co (USA); Afilias Limited (Ireland); dot Wine Limited (Gibraltar). For **“.vin”**: Holly Shadow LLC – Donuts.co (USA) has filed an application. Applications provoked concerns amongst EU wine industry and Member States, which did file early warnings before the 46th ICANN Beijing meeting. However, at that time it was impossible to achieve GAC consensus on a number of strings including **“.vin”** and **“.wine”**. The EU's attempt to include specific safeguards for both strings under Category 1 was rejected, and as a result, it was agreed that **those strings would be put on hold (not to proceed beyond the initial evaluation) until the GAC could provide further advice**. The EU felt that the **general safeguards¹ applicable to**

¹ Safeguard 2 - Mitigating abusive activity: terms of use for registrants to include prohibitions against distribution of malware, operation of bonnets, phishing piracy, IPR infringement, counterfeiting, fraudulent practices or any activity contrary to applicable law.

Safeguard 5 - Making and handling complaints: registries to implement mechanism for making complaints to registries for inaccurate WHOIS information or domain name used in connection with cybercrime or any activity contrary to applicable law.

Safeguard 6 - Consequences: consistent with applicable law and any related procedures, registries shall ensure immediate consequences for provision of false WHOIS data or the use of domain in breach of applicable law, including suspension of the domain name.

Contact Information Redacted

all new gTLDs were not enough to meet EU public policy concerns and to fully respect EU legislation on Geographical Indications (which are recognised IPRs within the EU).

The EU also pointed out in Beijing that at least, **the registration of second level domain names for ".vin", ".wine" which consists, contains or unduly evokes Geographical Indications must be authorised by the relevant GI Governing Body**, which should also be granted sufficient representation in the registries' policy drafting committees.

Allowing the interested parties (in this case the GI right-holders' organisations and the applicants) to work on a suitable solution is much in line ICANN's multi-stakeholder approach to decision making and would also avoid Governments deliberating on the sensitive issue relating to the status of GIs in International law.

Since Beijing, the European Federation of Origin Wines (EFOW) and associated European wine organisations have been working on a possible solution. A draft of the solution proposed by the legal representation of such associations was shared with the Commission on **5 July 2013**. The text of the letters sent on 11 July to the applicants by the legal representation of such organisations was shared with the Commission on **12 July 2013**, and a second round of letters sent to applicants on 30 July were shared on 1 August 2013. The solution in in the course of being proposed to the applicants, who are expected to provide feedback on the two rounds of letters mentioned above. The European Commission has been informed that the solutions to be presented to the applicants once they reply to the letters are not meant to protect EU interests only, but accommodate the interests of GIs right holders in the wine sector **worldwide**.

The letters sent to applicants can be consulted in Annex 3.

In Durban, the European Commission reported on the state of play of the negotiations with applicants but in a limited manner as these were (and are) at a very embryonic stage. **We therefore drew the GAC's attention to the importance of allowing enough time to public authorities and applicants to achieve an appropriate solution in those cases whereby strong public interests are at stake.** Lengthy argumentations at Durban only resulted in the consensus of continuing discussions for another month (coinciding with the summer break).

However, it must be stressed that the understanding of the European Union, its Member States and EU GI's right-holders was that the *status quo of the Beijing Communiqué as regards the ".wine" and ".vin" strings would be maintained until a satisfactory solution would be found, as "further GAC consideration may be warranted including at the GAC meetings to be held in Durban"*²; Hence, the Beijing Communiqué does not

² *"In addition to this safeguard advice, the GAC has identified certain strings where further GAC consideration may be warranted including at the GAC meetings to be held in Durban. Consequently, the GAC advises the ICANN Board not to proceed beyond the initial evaluation with the following strings: .shenzhen (IDN in Chinese), .persiangulf, .guangzhou (IDN in Chinese), .amazon (and IDNs in Japanese and Chinese), .patagonia, .date, .spa, .yun, .thai, .zulu, .wine, .vin"*

set forth any deadline or need to conclude on the matter in Durban (or one month after), nor that after Durban the GAC would withdraw its advice that .vin and .wine should not proceed beyond the initial evaluation. **We are of the opinion that changing the Beijing position requires consensus in the GAC.**

Secondly, it is also important to stress the **economic and political significance** of the issue in the EU and the potential damage a failure would have on the support of the EU to the GAC and multi-stakeholder approach of managing ICANN. To date, besides the EU Member States' authorities and the European Commission's own services, various concerns over the negative impact of the delegation of the “.wine” and “.vin” strings without adequate safeguards have been voiced within the EU.

The European Commission has received **several letters (some of them also addressed to ICANN by EFOW and oriGIn)** from a large number of right-holders, EU Geographical Indication Governing Bodies and producers addressing this issue and demanding that the level of protection to Geographical Indications with regard to the attribution of new gTLDs be in compliance with EU law. Given the value of the GIs as identifiers and the importance of the Internet as a **commercial communication and marketing channel**, some rights owners are understandably worried that their identifiers fall victim to **deceptive and abusive practices** on the Internet. Undermining the status of such identifiers also compromises the credibility of the DNS (Domain Names System) and **consumers'** trust in the Internet as a medium for commercial exchange.

Furthermore, a number of prominent European politicians, including members of the **European Parliament** have stressed the economic and political importance for their constituencies to uphold the protection of GIs when delegating the new gTLDs. **See also Annex I.**

The EU, the European Commission and concerned Member States, have consulted other GAC members and are in regular contact with the Governing Bodies and their legal representation to keep track of the discussions with the applicants.

Despite the evolution of the negotiations with the applicants and the discussions within the GAC, the European Commission would like to highlight that Section 9.3 of the Affirmation of Commitments reads as follows: "*ICANN will ensure that as it contemplates expanding the top level domain space, the various issues that are involved (including competition, consumer protection, security, stability and resiliency, malicious abuse issues, sovereignty concerns and rights protection) will be adequately addressed prior to implementation*"(emphasis added).

It is therefore essential that both the GAC and ICANN take into due consideration all the principles it has set out for itself to adhere to and which are listed above. Among these, the protection of IP rights of legitimate titleholders is of utmost importance; moreover **there is a clear basis in existing international law which should be applied to protect the reputation and business interests of GI holders** and by extension to protection consumers from the risk of fraudulent practices.

A more detailed legal analysis on GIs is provided in Annex 2.

Way forward

Bearing in mind the above considerations, we would like to propose the following way forward. Our assessment is that this solution does not alter any international agreements on GIs nor it creates additional standards or represents a risk to national trade interests and jurisdictional competences:

- A) The European Union requests that the GAC advises the Board to further **put on hold** these applications so that ICANN **does not proceed** beyond their initial evaluation, pending an agreement between the applicant and the party with a public interest in GIs. To this end, the additional period of **one month is deemed not sufficient** and not proportionate to the complexity of the issue. As mentioned before, since Beijing, the EU wine Governing Bodies and specialized legal support have been working on a **global solution, pending applicant's feedback**, and therefore additional time is required.
- B) As regards safeguards, it is proposed to include GI's **in the Annex I (Beijing Communiqué) of the Safeguards on New gTLDs under the category of Intellectual Property Rights, with explicit mention to "Geographical Indications"**; only by means of this inclusion, and **enabling the possibility to protect GIs**, the GAC deliberations would be in compliance with the WTO TRIPS agreement and guarantee consumer protection. Please note that the protection displayed for GIs does not need to be stronger than the one displayed for trademarks, which is at the core of international talks.
- C) In order to avoid any inaccuracies, it is proposed that in the case of general safeguards 2 and 5; the Applicant Guidebook; and the ICANN contractual framework, **a mention to GIs is added in the part of the text which refers to the protection/infringement of trade marks, e.g.: ([...] trade mark, geographical indication or copyright infringement [...]).**
- D) In the registration policies and terms of use, **registries should be required to explicitly inform registrants of legal issues associated with the use of Geographical Names and Geographical Indicators.** This could include reference to the Arts 22-24 of the Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS) and associated national legislation.
- E) **ICANN should develop procedures that ensure that GI names at the second-level cannot be reserved by third parties** and enable organisations responsible for the protection of GIs to **oppose the reservation of a domain name that consists of, or contains, (or otherwise unduly evokes) the name of a GI³.** It should be clear that all wine GIs protected under national legislation (including EU legislation) should be covered by the Trade Mark Clearing House and make

³ Please note that the wording "contains" or "consists" often does not cover all possible situations where a GI is not appropriately protected: "contains" or "consists" covers "bordeaux.wine" or "bordeauxcalifornia.wine", but it does not cover "burdeos.wine": the latter does not contain or consist of a GI as such, it is however a translation thereof and, accordingly, **an undue clear evocation covered by Article 23 TRIPS and Article 118m of the EU wine Regulation**; likewise, "kava.wine"/"cavva.vin" are misuses/evocations but do not "consist on" or "contain" the GI "cava", and they should nevertheless be tackled.

sure that GI representative bodies can have access to the Sunrise periods (running for at least, 30 days).

- F) **GIs should be excluded from auctions.** There are two kinds of auctions envisaged in .vin application and in .wine application by Afilias: Auctions in case there are more than one application for a given name during the Sunrise period. Auctions for premium names, which are likely to take place before the Sunrise period.
- G) GI Right holders' associations should be granted sufficient **representation** in the **registries' policy drafting committees and should maintain close cooperation with them in the implementation** of the registration policies.
- H) The European Commission is sensitive to the need of **having clear guidelines** for applicants in this regard. The European Commission would like to propose that the **GAC engages with the Board and the ICANN community to develop better methodologies and criteria for handling applications affecting Geographical Indications** and to ensure the openness, inclusiveness and transparency of the process also with other constituencies. It is proposed to address the issue within the GAC Working Group on new gTLDs.

We believe that these extra safeguards are necessary to conclude on a final GAC advice to the Board in order to allow the safe delegation of the two strings and that the reasons why the general safeguard are not enough have been duly explained.

We therefore request your consideration of the concerns expressed, the legal basis and the proposed solutions in the light of the sensitivity of this issue in Europe, and kindly ask you to reply by **Monday 12 August 2013**, enabling the GAC to discuss how to conclude on the matter.

Linda Corugedo Steneberg

Enclosed: Annex 1 – Concerns expressed by EU right holders
 Annex 2 - Geographical Indications in EU law and International law. EU
 bilateral agreements
 Annex 3 – First letter sent to the applicants of ".wine" and ".vin"

Contact Information Redacted

ANNEX 1 – Concerns expressed by EU Right holders

To date, various **concerns over the negative impact of the delegation of the “.wine” and “.vin” strings without adequate safeguards** have been voiced by EU Geographical Indication Governing Bodies; EU organisations, EU producers; other right-holders.

The European Commission has received letters from the following organisations and Governing Bodies addressing this issue and demanding that the level of protection to Geographical Indications with regard to the attribution of new gTLDs be in compliance with EU law:

- ✓ **The European Federation of Origin of Wines (EFOW)**
- ✓ **Vignerons d 'Appellation d'Origine (CNAOC)**
- ✓ **Organization for an International Geographical Indications Network (oriGIn)**
- ✓ **Comité Interprofessionnel du vin de Champagne (CIVC)**
- ✓ **Bureau National Interprofessionnel du Cognac (BNIC)**
- ✓ **Comité National des Interprofessions des Vins a Appellation d'Origine (CNIV)**

Furthermore a number of **Members of the European Parliament** have stressed the economic and political importance for their constituencies to uphold the protection of GIs on when delegating the new gTLDs. (**“Wine; Fruits and Vegetables; Tradition and Quality foodstuffs Intergroup”**). The problem has also been highlighted in European press stressing the needs for EU to safeguard European and national legalisation on and off line.

The main comments received are as follows:

1. The “.wine” and “.vin” gTLDs are supposed to allow **right-holders in the wine sector to register a distinctive web address on the basis of their activity, brand name, Protected Geographical Indication or Protected Designation of Origin**. At the moment, the private firms which have applied for those strings have **no relationship with the wine sector**. The use of those strings should be allowed, but ensuring that they are delegated with adequate safeguards once commercialisation begins.
2. If GIs are not adequately protected as part of the “.wine” and “.vin” TLD and the string is **used by unauthorised parties, this may have adverse consequences for the EU wine market (responsible for close to 65% of the world wine production) and for its consumers**. To the contrary, if both TLDs are seen as and proven to be **sound and secure**, they will become **attractive** for the producers, Governing Bodies, traders, retailers and other right-holders in the wine sector. If the strings are delegated without adequate safeguards,

Governing Bodies and analogous right-holders **will most likely voluntarily refrain from using a TLD that allows inappropriate use of their GIs.**

3. So far applicants only have to abide by **Specification 5** of the Registry Agreement according to which operators shall prohibit the registration of country and territory names recognized by the UN or of their ISO codes in front of the extensions “.wine” and “.vin”. Hence the registration of “france.wine” would be protected, but “bordeaux.wine” could be registered by any entity, for any purpose.
4. Protection is necessary at the **second-level**, since registrars can commercialise the strings therefore allowing individuals and organizations to combine both gTLDs with a second-level domain name and create web addresses like “chianti.wine”; “champagne.vin”; “rioja.wine”; “port.vin”, “bordeaux.vin” and many other combinations.
5. The Delegation could lead to abuses of Geographical Indication wines Intellectual Property Rights (IPRs). Contrary to trade marks, the **lack of precise rules or objection procedure** that would safeguard GIs, which are recognized IPRs under EU law, could lead to infringements of such GI names, especially in the wine sector.
6. It is foreseen to allow registrations of second-level domain names attributed by **public auction** to the highest bidders, without any further specifications. It is also of concern the creation of list of “**premium**” names which will be also sold via auctions. Whereas objections by trade mark owners are foreseen, no similar process of objection is mentioned for entities which have intellectual property rights on geographical indications.
7. GIs are understood by consumers to **denote the origin and the quality of products produced in a special geographical area**. Many of them have acquired valuable reputations which, if not adequately protected, may be misrepresented by dishonest commercial operators.
8. In the field of **e-Commerce**, on the rise in the wine sector, the consequences for consumers can be the purchase of wines under the **false belief they benefit from a Geographical Indication**. Consumers would be deceived into believing that they are buying a genuine product with specific qualities and characteristics when they are in fact purchasing **counterfeited goods**.
9. **Legitimate producers** would also be deprived from valuable business; they will face cases of **cybersquatting; misappropriation of brand and subsequent loss of brand value; reputation damage; deceptive practices; or lack of consumer trust.**
10. The protection displayed by ICANN rules on its **agreements and Applicant Guidebook** is too general and does not make reference to Geographical Indications. There are only generic mentions to trade marks and IPRs.
11. A proper system of **dispute resolution** based on the **legitimate rights of the GI holders and beneficiaries** should be established by ICANN.

12. As GIs is mainly a system of **small and medium sized enterprises**, in the vast majority of cases small rural producers that play a crucial role in the **sustainable development of their communities** – as the large experience and success stories within the European Union clearly show – it is crucial that such system takes into account the limited financial means of local producers and **does not put unnecessary financial burdens to them.**

ANNEX 2 - Geographical Indications in EU law and International law. EU bilateral agreements

The European Commission would like to bring to the attention of GAC members the following legal basis in the field of Geographical Indications:

The Paris Convention for the Protection of Industrial Property (1883) which included "indications of source or appellations of origin" as objects of protection;

The Madrid Agreement for the Repression of False or Deceptive Indications of Source of Goods (1891), allows to secure protection on important markets not covered by the Lisbon Agreement (below), in particular in the USA and Member States not contracting parties to the Lisbon Agreement;

The Lisbon Agreement for the Protection of Appellations of Origin and their International Registration (1958), administrated by WIPO (first specific international treaty providing for the protection of Appellations of Origin, free of charge);

The Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS), of which the vast majority of GAC Members are signatories, including the EU, USA, China etc.) – this agreement deals with protection of GIs related to all kinds of products. It's a **minimum standard agreement**, which allows Members to provide more extensive protection. WTO Members are free to determine the appropriate method of implementing the provisions of the Agreement within their own legal system.

GIs are defined under TRIPS as “*indications which identify a good as originating in the territory of a Member, or a region or locally in that territory, where a given quality, reputation or other characteristic of the good is essentially attributable to its geographical origin*”. TRIPS recognizes GIs as an independent category of intellectual property, along with copyright, trademarks, patents and industry designs.

The TRIPS Agreement specifically protects GIs in Articles 22 to 24, establishing those international minimum standards of protection that WTO members must provide for GIs. Although Article 23 provides additional protection for GIs for wines and spirits and sets forth the conditions of this enhanced protection in relation to the registration of trademarks, **the goal of the European Union is not to grant GIs a more favourable treatment than to trade marks, but to afford them equal opportunities. GIs should be defended against cybersquatting and other infringements in the same way as trademarks. However**, the level of protection for GIs considered by certain GAC members as acceptable must in fact be considered "**TRIPS-minus**".

In addition, the EU concluded the following **bilateral agreements** in the field of wines and/or spirits:

- **Australia** (Council decision 2009/49 /EC of 28 November 2008),
- **Canada** (Council decision 2004/91/EC of 30 July 2003). In Annex III a) and b) of the Agreement there is a list of wines deserving protection in the parties' territories),
- **Chile** (Council decision 2002/979/EC of 18 November 2002),

Contact Information Redacted

- **Mexico** (Council decision 97/361/EC of 27 May 1997),
- **South Africa** (Council decision 2002/53/EC of 21 January 2002),
- **Switzerland** (Agreement between the European Community and the Swiss Confederation on trade in agricultural products OJ L114/132),
- **United States** (Council Decision 2006/232/EC of 20 December 2006) In Annex IV and V of the Agreement with the US a list of names to be protected in each of the parties' territories is included;

At EU level - Protection of GIs in the agricultural field is currently governed by four EU Regulations namely:

- **Regulation (EU) No 1151/2012 of 21 November 2012** on quality schemes for agricultural products and foodstuffs,
- **Regulation (EC) No 1234/2007 of 22 October 2007** on the common organisation of agricultural markets and on specific provisions for certain agricultural products (amended by Council Regulation (EC) No 491/2009),
- **Regulation (EC) No 110/2008 of 15 January 2008** on the definition, description, presentation, labelling and the protection of geographical indications of spirit drinks,
- **Council Regulation (EC) 1601/91** laying down general rules on definition, description and presentation of aromatized wines, aromatized wine-based drinks and aromatized wine-product cocktails.

Article 118m of Regulation (EC) No 1234/2007 provides protection to protected designations of origin and geographical indications for wine against:

(a) any direct or indirect commercial use of a protected name by comparable products not complying with the product specification of the protected name or in so far as such use exploits the reputation of a designation of origin or a geographical indication;

(b) any misuse, imitation or evocation, even if the true origin of the product or service is indicated or if the protected name is translated or accompanied by an expression such as “style”, “type”, “method”, “as produced in”, “imitation”, “flavour”, “like” or similar;

(c) any other false or misleading indication as to the provenance, origin, nature or essential qualities of the product, on the inner or outer packaging, advertising material or documents relating to the wine product concerned, and the packing of the product in a container liable to convey a false impression as to its origin;

(d) any other practice liable to mislead the consumer as to the true origin of the product.

Besides, according to Article 118m(4) of the aforesaid regulation and Article 19 of Regulation (EC) No 607/2009, EU Member States authorities shall, on their own initiative or at the request of a party, take the steps necessary to stop unlawful use of protected designation of origin and protected geographical indications and to prevent any marketing or export of products at issue.

In Europe, we have also developed the [E-Bacchus](#)⁴ database which consists of the **register of designations of origin and geographical indications protected in the EU in accordance with Council Regulation (EC) No 1234/2007**. In particular, it lists non-EU countries' Geographical Indications and names of Origin protected in the EU in accordance with bilateral agreements on trade in wine concluded between the EU and the non-EU countries concerned, and lists the traditional terms protected in the EU in accordance with Council Regulation (EC) No 1234/2007.

Last not least, the International Organisation on Vine and Wine (OIV) – to which the majority of wine producing countries represented in GAC are members, with the exception of the USA, China and Canada - has also adopted definitions about geographical indication and appellation of origin⁵ and publishes on its website www.oiv.int a list of geographical indications for wines⁶ which could be used as a good reference.

⁴ <http://ec.europa.eu/agriculture/markets/wine/e-bacchus/index.cfm?&language=EN>

⁵ <http://www.oiv.int/oiv/info/enindicationgeo>

⁶ <http://www.oiv.int/oiv/info/enlisteindication>



EUROPEAN COMMISSION

Directorate-General for Communications Networks, Content and Technology

Cooperation
Director

Brussels, 19 SEP. 2013
CNECT D1/LEF/ps

Subject: European Commission and EU member states strong concerns as regards the deliberations of GAC advice on the two strings .vin and .wine

Dear Ms Dryden,

Dear Heather,

I am writing to you to express the European Commission and EU member states strong concerns as regards the deliberations of GAC advice on the two strings .vin and .wine and in particular the attempt to conclude on the matter in the letter to Dr Crocker. For me, the letter contains mistakes both in terms of procedure and substance, which in turn discloses serious problem in terms of the proper functioning of the GAC.

In this context, I think it is important to recall GAC Operating Principle 47. It says; "*The GAC works on the basis of seeking consensus among its membership. Consistent with United Nations practice, consensus is understood to mean the practice of adopting decisions by general agreement in the absence of any formal objection. Where consensus is not possible, the Chair shall convey the full range of views expressed by members to the ICANN Board.*"

With this Principle in mind, I would like to recall that the European Commission and EU Member States have, repeatedly, stressed that the Beijing Communiqué¹ contains the only substantial GAC consensus advice on the two strings so far, and that the advice in Durban, i.e. "*the GAC agreed to take thirty days additional time with a view to conclude on this matter*", neither changes this fact, nor implies that the GAC necessarily has to conclude on the matter at all, but to make the necessary efforts, and here I like to stress informed discussions, which have not taken place to find a suitable solution via consensus. I therefore conclude that it does not seem reasonable that the letter to Mr Crocker states that "*the GAC agreed in Durban to set a firm deadline*". Again, my understanding is that such a deadline lacks operational value as there has not been a

¹ Beijing Communiqué IV.1.c: Strings for Further GAC Consideration

In addition to this safeguard advice, that GAC has identified certain gTLD strings where further GAC consideration may be warranted, including at the GAC meetings to be held in Durban.

i. Consequently, the GAC advises the ICANN Board to: not proceed beyond Initial Evaluation with the following strings : .shenzhen (IDN in Chinese), .persiangulf, .guangzhou (IDN in Chinese), .amazon (and IDNs in Japanese and Chinese), .patagonia, .date, .spa, .yun, .thai, .zulu, .wine, .vin

Contact Information Redacted

proper discussion among GAC members. The EU and Latin America have provided material enough to discuss, and all we have seen in exchange is a re-statement of previous positions without any substantial discussions on the matter.

The letter, on behalf of GAC as a whole, seems to aim at overruling the Beijing consensus by concluding that there is "*no consensus*" and that "*the GAC has finalised its consideration of the strings .wine and .vin and further advises that the applications should proceed through the normal evaluation process*". Besides the fact that we do not agree with the statement that the consideration has been finalised, when there are different views among GAC members, the normal procedure would have been that "*the GAC should advise ICANN that there are concerns about a particular application*"², not that the relevant applications or strings should "*proceed through the normal evaluation process*". The latter statement is exactly the contrary to the position of several GAC members, including the European Commission and EU Member States.

Furthermore, even if we overlook the fact that there is already consensus in Beijing, the GAC Operating Principle 47 stipulates that the "*Chair shall convey **the full range of views expressed by members to the ICANN***". Although I have clearly stated our position in a letter on 29 July, followed by a range of further explanatory e-mails to GAC, , there is no reference to it in the letter. It merely states that there is a "*range of views*" and that "*the GAC or its members may communicate further details to the Board as to the nature of their difference in views*". In line with GAC's mandate, it should have been more correct to mention that it is the responsibility of the ICANN Board to enter into dialogue with the GAC and affected members to understand the scope of concerns. For me, it is obvious that individual GAC members can and will surely communicate to the ICANN Board their own concerns, as the vice President of the European Commission, Ms Neelie Kroes has now done in a letter to Dr Crocker and Mr Chehadé.

Finally, it is worth noting that despite our thorough explanation of the status of Geographical Indications in European and international law (TRIPS Agreement, Paris Convention, bilateral agreements EU-USA, EU-Canada, EU-Australia, etc.), the letter simply discards this status by noting that "*there is no international agreement among governments about how to treat geographical indications*". Indeed, there might not be a global understanding on the status of GIs in relation to other IPRs, but there are plenty of international instruments which seem to have been forgotten in the letter.

Ms Dryden, although I perfectly understand that you, as chair of the Committee, have been under strong pressure from a group of GAC members and lobby organisations, the EU would expect that you take an impartial position and that you follow the rules set forth in the GAC Operational Principles. I am of the view that the majority of GAC members would share the same opinion. I feel strongly that the way that this issue has been handled, further puts at stake our confidence in the GAC as a reliable body for public policy advice to the ICANN board, and as such needs to be swiftly addressed.

I hope the Board will take its responsibility and disregard the letter as it does not reflect the views of the GAC members. This would allow us to continue our considerations on the issue and hopefully come to a more considered advice. I also strongly feel that some of the issues that were planned for discussion in Durban, but were in the end not discussed, should now have priority in Buenos Aires. I refer to issues such as the GAC working methods and the operational mandate for the GAC secretariat.

² as per the new gTLD Applicant Guidebook, module 3.1 to which letter refers

I remain at your disposal for any further explanations that you may have on the matter.

Sincerely yours, *best regards*
Linda who Kelly
Linda CORUGEDO STENEBERG

Cc: Ms Ellers Jeannie, Mr Battesti Anton, Mr Nettlefold Peter, Mr
Schneider Thomas, Ms Hackshaw Tracy