

Empresas de corcho piden una normativa nacional que informe al consumidor de los beneficios de los tapones



03-08-2012

Noticias

El consumidor está pidiendo que alguien dé el "primer paso" para que se informe convenientemente sobre los cierres de las botellas.

El presidente de la [Agrupación Sanvicentina de Empresarios del Corcho \(Asecor\)](#) [1], Andrés Gilo, ha pedido hoy al presidente extremeño, José Antonio Monago, que impulse ante el Gobierno de la nación la promulgación de una normativa estatal que informe al consumidor del material de los tapones de las botellas de vino.

Tras un encuentro de Monago con los empresarios del corcho en San Vicente de Alcántara (Badajoz), Gilo ha indicado a Efe que la asociación pretende que Extremadura "lidere" esta reivindicación.

Monago ha declarado posteriormente a los medios que le parece "razonable" que el consumidor tenga derecho a saber qué tapón tiene una botella de vino, por motivos de calidad y medioambientales.

El presidente extremeño se ha comprometido a plantear este asunto al Gobierno central, que es el que tiene la competencia para sacar la normativa, y a fomentar reuniones con los fabricantes de vino extremeños para que pongan corcho en sus botellas.

Gilo ha asegurado de que el consumidor está pidiendo que alguien dé el "primer paso" para que se informe convenientemente sobre los cierres de las botellas.

El responsable de Asecor ha asegurado que hay diversos "lobbies" de fabricantes de tapones sintéticos y de plástico que siguen "presionando" para que continúe esa desinformación en las botellas.

Esta asociación, según Gilo, está llevando a cabo una campaña "muy fuerte" para hacer llegar las ventajas del corcho a la sociedad, aunque la mayoría de los consumidores prefiere este material.

Los miembros de Asecor también ha dialogado con Monago sobre otras "inquietudes", como la necesidad de financiación, la mejora de la seguridad en la "saca" del corcho o la recuperación del IVA, porque se "eternizan" las devoluciones por parte de Hacienda, según su presidente.

Sobre la campaña del corcho, que se inició el pasado mes de junio, ha explicado que la primavera poco lluviosa ha condicionado la "saca", por lo que parte del producto se quedará esta temporada en el árbol para no hacerle daño.

Aún así, el mercado no quedará "desabastecido", a su juicio, porque hay el suficiente "stock" para evitar la especulación y las bodegas "no tendrán excusas" para no utilizar el corcho en sus tapones

Redacción

Enlaces:

[1] <http://www.asecor.com/>