



La cooperativa celebra su XXV aniversario.

Tapón de Jerez saca partido a su alianza con Oeneo Bouchage

LA FIRMA ESTUDIA SU SALTO AL EXTERIOR

Luis Montoto. Sevilla

En una coyuntura como la actual, en la que la cifra de parados crece de forma alarmante, la historia de la compañía Tapón de Jerez tiene un significado especial.

Esta cooperativa —que acaba de cumplir su XXV aniversario— está fundada por un grupo de desempleados que, en las dos últimas décadas, han logrado forjar una firma que fabrica cada año más de 70 millones de tapones de corcho.

Entre sus principales clientes se cuentan etiquetas como las de *Tío Pepe* (González Byass), *La Ina* (Luis Caballero) o *Canasta* (Williams Humbert), junto a otras firmas de la zona

de Cognac en Francia y grandes cadenas de supermercados británicos, como Sainsburys.

El hito que cambió el rumbo de la enseña fue su alianza, en el año 2000, con uno de los líderes mundiales de este sector: la empresa francesa Oeneo Bouchage, que tiene fábricas en Francia, España, Italia, Ucrania, USA, Australia y Chile; y forma parte, además, de un gran *hólding* bodeguero.

Alianza

“Ellos han diseñado un tapón que se hace seleccionando las partes más nobles del corcho y moldeándolo de forma que no permita pasar el oxígeno”, afirma Rafael López, presidente de la cooperativa, y ase-

vera que su cometido es “dotarlos con cabezas plásticas y de madera y comercializarlos en España”.

Gracias en parte a este contrato en exclusiva, el fabricante jerezano ha logrado que sus ingresos superen los 1,5 millones de euros, y se ha erigido como una de las pocas empresas andaluzas del sector que ha logrado subsistir.

“Actualmente, los productores de corcho mandan sus planchas mayoritariamente a Portugal, donde se encargan de elaborar las coberturas para las botellas” afirma el directivo.

De cara a los próximos ejercicios, la firma está estudiando nuevas alianzas en el exterior para impulsar sus ventas.

Mercado asiático

“China nos parece un mercado en desarrollo muy prometedor”, apunta. En este sentido, considera que “los consumidores de esta zona aún no son muy exigentes y no se beben vinos de calidad que requieran un embotellamiento especial, pero es una tendencia que cambiará”.

Por ello, Tapón de Jerez está centrando sus esfuerzos en buscar socios entre los fabricantes de tapones del gigante asiático. Un paso que, en cualquier caso, se está ralentizando por culpa de la crisis.

La otra gran baza con la que sostendrá su crecimiento en los próximos años es el propio desarrollo de los nuevos productos del grupo Oeneo.

“La compañía francesa está investigando en Extremadura un nuevo sistema para eliminar del corcho todas aquellas partículas que puedan afectar a las propiedades organolépticas del vino”, concluye Rafael López.

Entre sus clientes están las bodegas de la zona del Cognac o los supermercados Ingleses Sainsburys