

PRODUCCIÓN DE VINO

Recuperar la cultura del vino y mejorar su comercialización han sido los objetivos del I Salón de Vino de Albacete, que ha sido visitado por 2.500 profesionales y consumidores

que el blanco.

En esta denominación están acogidas 22 cooperativas y 18 bodegas particulares de la comarca norte de Toledo.

Sin embargo, el problema de esta denominación sigue siendo el de la comercialización, pues sólo una pequeña cantidad se dedica a la exportación bajo el nombre «Méntrida». El resto se vende como vino de mesa.

Mondéjar

La producción de vino con Denominación de Origen «Mondéjar» será este año inferior a la del pasado, ya que la producción alcanzada al término de la campaña ha sido un 60 por ciento menor. Ello supone que si en una campaña normal se llegan a pro-

ducir 4 millones de litros de vino, este año será de casi dos millones y medio, según informó a ABC el presidente del Consejo Regulador de Vinos «Mondéjar», Gregorio Diéguez.

A pesar de la importante bajada de la producción vinícola, se han introducido nuevos medios técnicos que han favorecido la mejora de la calidad de estos vinos, que están empezando a tener mucha aceptación en el mercado nacional. Sin embargo, el hecho de que en la segunda cam-

Conocer los vinos

paña que se realiza desde que la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha concedió la denominación de origen de estos vinos, se haya obtenido tan baja producción, ha afectado a los agricultores, que se han mostrado desilusionados ante las optimistas perspectivas que auguraban para sus vinos.

Las heladas, el pedrisco y oidio han sido las causas determinantes de la reducción de la cosecha. En total, son cinco las bodegas de Guadalajara que se encuentran

Albacete. Emilio Fernández

Veinticinco expositores, 19 de ellos productores y el resto pertenecientes a empresas auxiliares del sector, 2.500 visitantes, tanto profesionales como consumidores y tres días de exposición y conferencias forman el balance profesional del I Salón del Vino de Albacete, cuya clausura tuvo lugar el pasado lunes día 27 en el centro cultural «La Asunción». El certamen, cuya idea partió de la empresa «Organiza» ha tenido el doble objetivo: recuperar el consumo de vino en Castilla-La Mancha, y mejorar su comercialización como producto.



Pedro Valeros

El Salón del Vino de Albacete sirvió para promocionar los caldos que se producen en toda la región

ducir 4 millones de litros de vino, este año será de casi dos millones y medio, según informó a ABC el presidente del Consejo Regulador de Vinos «Mondéjar», Gregorio Diéguez.

ha ascendido a 4 millones y medio de pesetas.

«El objetivo fundamental del Salón era que los albaceteños conociesen sus vinos», explicaba ayer el coordinador del Salón, Marc Petiot, «por eso, no se planteó como una feria para vender vino, sino como una muestra de los mejores caldos de la provincia, abierta para profesionales y consumidores, en la que todos los asistentes han podido catarlos, o introducirse a la cata y a la cultura del vino que tiene una importancia enorme en la provincia».

Participantes

De hecho, el Salón consistió en una veintena de «stands» donde se encontraba una nutrida representación de productores: «Bodegas Mainetes», de Fuenteálamo;

cooperativa «San Antonio Abad», de Villamalea; cooperativa «Nuestra Señora de la Cabeza», de Casas Ibáñez; «Viñedos Mejorantes», de Toledo; «Bodegas Piqueras», de Almansa; cooperativa «San Ginés» de Casas de Benítez; bodegas «San Dionisio», de Fuenteálamo; cooperativa «Nuestra Señora de la Caridad», de Villarrobledo; bodegas «Nuestra Señora de la Encarnación», de Tobarra; cooperativa «Nuestra Señora del Rosario», de El Provencio; cooperativa «San Isidro Labrador», de Las Pedroñeras; cooperativa «La Unión», de Tarazona de la Mancha; «Bodegas Ortega» de La Roda; «Bodegas Lozano», de Villarrobledo; cooperativa «Santiago Apóstol», de Montealegre; «Vinícola Manchuela», de Albacete y cooperativa UCI, de Iniesta.

acogidas a esta denominación de origen, tres de la cuales son de Mondéjar de Pioz y otra de Sacedón. Informa desde Guadalajara, Rocío Ruiz.

Según se puede observar, excepto esta última denominación, el resto han obtenido unos buenos resultados. Sin embargo, el problema de la comercialización sigue siendo la asignatura pendiente de estas denominaciones. El Plan de Recuperación del Viñedo puede contribuir a mejorar la calidad de los vinos.

Hacia la recuperación de la cultura del vino y la mejora de la comercialización

«Si se estudia la lista, se ve como hemos cubierto un espacio que no estaba cubierto hasta la fecha», explicaba Petiot, «y es que dentro de la lista algún peso pesado como son Piqueras de Almansa o Bodegas Lozano, pero la inmensa mayoría de los participantes son cooperativas que han dado en los últimos años el salto a la calidad y el embotellado, pero que aún no habían dado el salto al marketing y la promoción de las grandes marcas ya han pasado».

Comercialización

Asimismo, el gerente del I Salón del Vino señaló que también se pretendía cubrir una insólita carencia del sector vinícola provincial: muchos de los caldos que se vieron en el centro cultural «La Asunción» pueden comprarse en la mayor parte de los países de la UE, pero es prácticamente imposible hallarlos en las estanterías de los supermercados y grandes superficies de Albacete capital. No obstante, en tal sentido se han producido significativos avances, con la presencia de jefes de compras.