

# La Copa

# EL ESPIRITU

# DE FALCON CREST

En esta reaparición de "la copa", en un nuevo y mas ancho campo de juego, y aunque el título de este primer comentario semanal induzca a ello, no vamos a tratar aquí las disputas patrimoniales de Angela y Richard Channing o Chase Gioberti, en la popular serie de sobremesa.

Nuestra preocupación es otra: el ingenio comercial de los norteamericanos, a través de su inacabable folletón, para vender la imagen de sus vinos californianos. El mundo entero conoce ya las excelencias de las producciones de los viñedos del valle de Tuscany y de las técnicas enológicas seguidas en Falcon Crest, de la mano de la prepotente abuela Angela.

Cuando menos se piense, todos nos veremos con una copa de vino californiano en la mano brindado por el Tio Sam, de la misma forma que hacemos ahora con cierta extraña bebida burbujeante, a costa de nuestra clásica zarzaparrilla o de las asequibles "Caserá" o "Revoltosa".



Si los franceses nunca omiten en cualquier acto social una copa de champán; los italianos, un "chianti"; los soviéticos festejan con vodka, su bebida nacional; los escoceses, con whisky...? por qué los españoles, y especialmente los manchegos, no hacemos una campaña nacional, permanente, individual o colectiva, que promocióne nuestros ricos caldos, vinos y mostos?.

El vino forma parte de la cultura. Como factor cultural debe impregnar nuestras modas y modos de vida, de tal suerte que, por contagio, con moderación y templanza, resulte imprescindible una copa de buen vino en cualquier circunstancia propicia. Como en el espíritu comercializador que anima a Falcon Crest.

Pedro PERAL



## EXPORTAR, PRIMER "MANDAMIENTO" DE LA LEY COMERCIAL

Se han hecho públicas las cifras de exportación de vino de todas las Denominaciones de Origen españolas. En la serie histórica que se ofrece, por ejemplo, en "S.V.", se observa la evolución, en algunos casos ascendente, de las cifras de exportación.

En un mercado a la baja en demanda, solo sobre la plataforma de "calidad-precio" y apertura de nuevos colectivos de consumidores, esa producción millonaria de Castilla-La Mancha puede encontrar salida. Pero vayamos a los números:

Denominación de Origen	Export. Hls.- Año 1985
ALMANSA.....	780
JUMILLA.....	140.425
LA MANCHA.....	254.783
MENTRIDA.....	2.236
VALDEPEÑAS.....	74.333
Total.....	472.557

Estas cifras, en relación con años anteriores, significan que Jumilla ha alcanzado en 1985 su mayor volumen de exportación; que La Mancha —la primera D.O.— ha multiplicado por cuatro el número de cajas exportadas en 1984; que Méntrida ha bajado notablemente respecto al trienio 80-84, si bien sube sobre 1984 y que la D.O. Valdepeñas ofrece unas cifras ascendentes desde el año 1977, en que exportó 31.000 Hls. Y, finalmente, que Almansa vende al exterior por vez primera en el último trienio.