



España es líder mundial en superficie vitivinícola y Castilla-La Mancha acapara el mayor número de hectáreas

TIERRA DE VIÑEDOS

Enólogos y hosteleros se unen para fomentar la cultura del vino

ABC

TOLEDO. El gerente de la Fundación Castilla-La Mancha Tierra de Viñedos, Francisco José González, reunió hace unos días en Madrid al presidente y vicepresidente de la Asociación de Enólogos de Castilla-La Mancha, Miguel Ruescas y Luis Jiménez y el presidente y vicepresidente de la Federación Regional de Hostelería, Manuel Jiménez y Julián Escarpa, para emprender acciones conjuntas en torno a la promoción del vino, la gastronomía y el turismo castellano-manchego, fuera y dentro de la región.

Conscientes de la importancia de unir esfuerzos en pro del desarrollo de un sector estratégico en Castilla-La Mancha, se acordó iniciar en el mes de julio la campaña de catas comentadas que la Fundación ya había fijado con los enólogos y sobre la que éstos ya se empezaron a formar hace meses en técnicas de exposición al público. Esta propuesta ha sido muy bien acogida por Manuel Jiménez quien ha propuesto que la ronda de 25 catas entre todas las provincias comience a mediados de este mes en Guadalajara, donde ejerce la presidencia regional.

Las primeras cinco catas/maridaje (una por provincia) se harán para los medios de comunicación y representantes políticos en lugares emblemáticos y estratégicamente seleccionados en cada territorio. Una vez superada esta primera ronda en el mes de julio los siguientes cinco encuentros se dirigirán a la restauración, a petición de los hosteleros y con el objetivo de formar a los profesionales en la técnica de servir el vino. La tercera ronda estará destinada a los empresarios; mientras que, la cuarta y la quinta serán abiertas al público en general, hasta llegar a finales de año.

Por otro lado, y debido al éxito cosechado por la Asociación de Hosteleros de Guadalajara, con sus populares Jornadas Gastronómicas en Madrid, su presidente, Manuel Jiménez, propuso a la Fundación y a los enólogos organizar otras jornadas, de dos o tres días de duración, dedicadas única y exclusivamente a la presentación de los vinos de la región.

sión, apoyando la internacionalización, el desarrollo de sus intangibles (marcas y patentes), la mejora de la comercialización y logística, favoreciendo los proyectos integrados, y fomentando las inversiones en I+D+i.

Nuevas tecnologías

Entre los objetivos estratégicos se encuentran también el fomento del uso de nuevas tecnologías y la intercomunicación empresarial, el establecimiento de un sistema común de trazabilidad de los operadores vitivinícolas, el ajuste de la producción a la necesidad del mercado y la unificación de criterios por parte del sector.

Con este documento que, según el Ministerio de Agricultura, es fruto de la confianza en la capacidad del sector vitivinícola español para convertirse en líder mundial, se pretende dar unas pautas al sector que necesita incidir en aquéllos aspectos que le permitan superar sus debilidades y situarse en una posición de liderazgo.

Desde Castilla-La Mancha se ha acogido con satisfacción este documento. Según el director general de Mercados Alimentarios, Federico López, «supone una oportunidad» para que el sector vitivinícola español y, por tanto, el de Castilla-La Mancha, «logren una posición de liderazgo» ante el incremento en el consumo del vi-

no que se está registrando en el mundo.

El plan regional

López recordó que en Castilla-La Mancha se ha elaborado un Plan Estratégico del Sector Vitivinícola, que se revisará con todo el sector una vez que esté clara la reforma de la OCM del Vino y cuyas acciones principales, relacionadas con el fomento de la competitividad y la profesionalización, coinciden con las planteadas por la «Estrategia del Vino 2010».

Para el director general de Mercados Alimentarios, «el objetivo último de nuestro Plan Estratégico es la búsqueda de un sector profesionalizado y

competitivo, que ofrezca productos con la mejor calidad y al menor precio». La particularidad del documento de Castilla-La Mancha con respecto al de España, según Federico López, es que su primer eje consiste en consolidar al Ivicam y a la Fundación Castilla-La Mancha Tierra de Viñedos como líderes en el fomento de la competitividad del sector.

El presidente del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Valdepeñas y de la Confederación Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas de España, Fernando Prieto, también ha considerado positiva este proyecto, ya que cree que favorecerá el lide-

razgo español en ventas de vino.

Prieto, en declaraciones a Efe, indicó que el conjunto de medidas para aumentar la competitividad del sector, su profesionalización y adecuación a la demanda de los consumidores, así como el incremento de las exportaciones, permitirá paliar algunas deficiencias del sector vitivinícola.

Para el presidente de la D.O. Valdepeñas, los 133 millones de euros que el Gobierno destinará para convertir a España en líder mundial en exportación y producción vitivinícola permitirán saber «cómo, a dónde vamos y qué es lo que tenemos que hacer».

Preocupación por las repercusiones de la OCM

Aunque el sector ha acogido con satisfacción el documento «Estrategia Vino 2010», lo cierto es que en estos momentos su mayor preocupación es la aplicación de la reforma de la OCM del Vino. Sin embargo, para el Ministerio de Agricultura, el borrador de propuesta ofrece aspectos positivos en el sentido de simplificación normativa, promoción y divulgación de los valores del vino y refuerzo del concepto europeo de vino de calidad. El reparto del presupuesto en «sobres» nacionales puede facilitar la adaptación a las diferentes características de las regiones europeas vitivinícolas y la supresión del enriquecimiento con azúcar puede

proporcionar salidas adicionales a nuestra producción de mosto. El arranque quedaría limitado a una medida de carácter social y por consiguiente no sería el eje central de la reforma como España había solicitado. Parte del presupuesto se derivaría hacia medidas de desarrollo rural. No obstante la propuesta implicaría la total desaparición de las actuales medidas de mercado por lo que a corto plazo se podría producir una acumulación de excedentes con efectos muy negativos sobre el mercado, de ahí la necesidad de prever medidas transitorias para la adaptación del sector al nuevo escenario. Al sector le preocupa el efecto que la reforma pudiera tener sobre el presupuesto con que el sector venía contando, así como por la derivación de fondos fuera del sector.