

toneladas de uva y a 18.972.000 hectolitros de vino. Destacó que «la superficie de viñedo sea el 7,46% de la mundial y que ella sola es superior a la mayoría de los países vitícolas del mundo con excepción de Italia, Francia y la URSS y que, con estos tres países, España forma parte de los cuatro países millonarios del mundo en hectáreas. La estructura actual de la superficie de la vid en Castilla-La Mancha es superior a la de otros destinos. Con un 9,63 por 10 de la totalidad geográfica, un 17,56 por 100 de terrenos de cultivo y un 71,1 por 100 son tasas que superan toda comparación internacional y mundial. Sobre la producción final agraria de la región, el sector vitivinícola aporta el 19,45 por 100, superior incluso a los cereales en su conjunto y su posición es muy destacada en relación a todos los demás cultivos. En el ámbito nacional al que le corresponde una participación del 33,66 por 100 del valor de la producción de la región, la total de España, constatando que el número de hectáreas de viñedo de la región Castilla-La Mancha por cada 1.000 habitantes es de 446. Lo que representa un porcentaje muy superior a todos los países del mundo.

Luis Hidalgo abordó problemas de la estructura básica del sector y nuestra vocación vitivinícola, «entendida como un conjunto de posibilidades naturales», manifestando que los viñedos están cultivados en terrenos poco fértiles.

Enrique Canut habló de los quesos y vinos de Castilla-La Mancha, deteniéndose en las denominaciones del queso. Destacó, tras hacer un estudio de las denominaciones de origen

de los vinos, que en caso del queso, éste no está regularizado por ningún estatuto de la leche, por lo que la denominación de origen es imprescindible.

José Peñín, por su parte, periodista y conocedor del vino español, destacó las seis denominaciones de origen que se tienen en Castilla-La Mancha: La Mancha, Valdepeñas, Manchuela, Almansa, Jumilla y Méntrida.

Gonzalo Sol abordó el tema de los consumidores y explicó que el carácter de éstos es variable en la actualidad. «La oferta abierta a un campo enorme, los medios de comunicación de masas, los ámbitos sociales, las modas van adquiriendo gran fuerza, las circunstancias de la época y la justificación del precio».

Javier Domingo cerró el ciclo de conferencias sobre la promoción de nuestros caldos, destacando que la calidad, la buena presentación y la imagen son las bases de partida para la elección de marcas. La promoción de vinos —dijo— es cada vez más competitiva por intervención de factores nuevos.

Presentación en Madrid

De la misma manera, los caldos manchegos fueron presentados en Madrid en uno de los salones de Maite Comodoro. El acto estuvo patrocinado por la Consejería de Agricultura y contó con la asistencia del ministro de Agricultura, y el presidente de la Junta de Comunidades, señor Payo Subiza, quien pronunció unas palabras en las que destacó la necesidad de una mayor promoción de los vinos, como tiene Francia. Destacó que el sector agrario aporta la cuarta parte del producto nacional bruto en la región y agradeció la presencia de las personalidades en el acto. El consejero de Agricultura destacó que la mejoría en la elaboración de los vinos, no ha sido pareja a la de la comercialización de los mismos.

Por último cabe destacar en este recuento apretado de sucesos en torno al vino manchego la convocatoria del I Concurso de la Calidad del Vino Blanco nuevo cosecha 1982, instituido por el Consejo Regulador y en el que podrán concursar las bodegas, inscritas en este Consejo que hayan elaborado vino en la cosecha 1982, previa cumplimentación del correspondiente boletín de inscripción.

