



LA MANCHA
DENOMINACIÓN DE ORIGEN

consejo abierto

Revista del C.R.D.O. "La Mancha" nº 113 / 2024

Vendimia 2024
**Aumento
productivo
con excelente
calidad.**

**Premios Vino
y Cultura 2024**

En la ciudad de
'las tres culturas'.



PREMIOS VINO Y CULTURA 2024

**Nuevas tendencias
en el consumo
de vino.**



LA MANCHA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

El ^{del} Origen **VINO**



-  @vinosdelamancha
-  @vinodelamancha
-  @vinodelamancha
-  @vinodelamancha
-  @vinodelamancha

WWW.LAMANCHAWINES.COM

· Consumo responsable.
· El abuso en el consumo de alcohol conlleva un riesgo para su salud.
· Contenido dirigido a mayores de edad.



El Origen del Vino

staff

Edita:

Interprofesión del
C.R.D.O La Mancha

Presidente:

Carlos David Bonilla Merchante

Gerente:

Ángel Ortega Castañeda

Redacción y coordinación:

Juanjo Mazuecos

Imagen de portada

'Escalera al cielo', de Millán Gómez
Jiménez. Imagen premiada en
el Concurso de fotografía digi-
tal 'Vinos de La Mancha' 2024

Administración:

Avd. Criptana, 73
13600 Alcázar de San Juan
(Ciudad Real)
Telf: 926 541 523
Fax: 926 588 040
Correo electrónico:
consejo@lamanchawines.com

Diseño y maquetación

Lince Artes Gráficas

Imprime:

Lince Artes Gráficas

Depósito Legal:

CU-224-1997

Diseño portada:

Lince Artes Gráficas

Redes Sociales:

 www.facebook.com/vinosdelamancha

 www.youtube.com/vinodelamancha

 www.twitter.com/vinodelamancha

 es.pinterest.com/vinodelamancha

Sumario

Sumario y staff	1
Editorial	2
Dossier de vendimia	3
Promoción exterior	12

Reportajes

¿Qué vino prefieren los Jóvenes?.....	18
Nuevos formatos del vino	22
Cambios cromáticos de tendencia: oportunidades para la blanca airén.....	28
Ferrocarril en el siglo XIX, la metamorfosis industrial del vino manchego	32
Cepas viejas, la veteranía es (un) grado.....	38

De cerca

Entrevista con la Presidenta de la Ruta del vino de La Mancha	42
Enoturismo en La Mancha, en clave femenina: Rosa Melchor, Pta. de ACEVIN.....	44
Lacrima Terrae, deconstruyendo clichés	48

Vino y Cultura

Premios Vino & Cultura 2024.....	52
Concurso de Pintura Rápida	58
Concurso Fotografía Digital 'Vinos de La Mancha'.....	60
Relato ganador del XXII Concurso Literario 'Lorenzo Serrano'	65
Vino y Música con Denominación de Origen La Mancha.....	71

Actualidad y agenda

VI Fiesta de la vendimia en La Mancha	80
Noticias breves	86
Invitación para la presentación Vinos Jóvenes.....	87

Vino y gastronomía

Maridajes bucólicos de otoño	88
Recetas de extremo oriente	92
Entrevista con Ferrán Centelles, el sapiens del vino.....	96

Publirreportaje

Alberto Marcilla. Director de Banca Rural de Globalcaja.....	102
--	------------



El Origen del Vino

Editorial

Quo vadis, vino?

Tomamos prestada la alocución latina que da título a la novela del escritor polaco Henryk Sienkiewicz, y que Hollywood llevaría con maestría a la gran pantalla en 1951. Hoy, la cuestión es piedra angular de muchas reflexiones ¿A dónde vas? ¿Hacia dónde vamos? La pregunta es retórica, no exenta de cierta preocupación en un sector vinícola que lleva años, incluso lustros, avisando de las dolencias (crónicas), a pesar de ser uno de los principales motores económicos (el único cuando se conjuga con turismo) en las zonas rurales, que luchan por la despoblación.

Desde la pandemia han transcurrido ya cuatro años y la realidad de los mercados ha experimentado una profunda transformación. No ya tanto por los posteriores efectos coyunturales de un contexto (bélico, social y demográfico) que ha replegado a las fronteras de los estados soberanos, ahogando los márgenes de colaboración, aumentando el recelo y reduciendo a la ingenuidad el concepto de globalización. También se ha traducido en políticas de mayor protección y un paulatino arrinconamiento del vino, como mera bebida alcohólica, despojado de su tradición milenaria ligada a nuestra cultura clásica, nuestro propio código genético de la civilización occidental, en definitiva.

Un cambio que también ha tomado por sorpresa al sector con la radical metamorfosis del nuevo consumidor de vinos. En su demanda, ahora los prefiere blancos, ligeros y con mayor carga frutal. Aprecia el entorno, el respeto y la sostenibilidad; busca experiencias y le atraen la autenticidad del relato y el respeto a la tradición. En definitiva, es como la eterna relación de aquellos jóvenes nietos que friccionan renegando de sus padres, pero admiran a sus abuelos.

Se abre así una oportunidad histórica para que nuestros (futuros y presentes) nietos sientan interés y atracción por sus raíces. Una tradición centenaria que rezuma esencia manchega en el viñedo. Es el momento de la blanca **Airén** de nuestros abuelos, de apostar por ella con fuerza y de forma conjunta, con elaboraciones clásicas y otras más originales, dando valor a los que buscan soluciones y proyectos individuales, pero buscando, sobre todo, el beneficio global del sector y el posicionamiento de la comarca a través de una variedad que ha definido La Mancha durante décadas.

Es también el momento de reflexionar seriamente sobre si seguimos percibiéndola como una apuesta segura en el granel o si se apuesta seriamente por el envasado propio y de calidad, por un Airén asociado a un entorno y un Origen, como en su día sucedió con el verdejo o ahora con la uva godello.

Más allá del cortoplacista margen de beneficio y venta que ahora mismo presenta en los mercados donde, ciertamente, según datos del Infovi a julio de 2024, ha sido una de las campañas con menor stock de existencias de vino y mosto de los registros históricos para las bodegas manchegas, se presenta una oportunidad única para La Mancha si se sabe aprovechar. El mercado global demanda lo que ya tenemos, lo que elaboramos con garantías absolutas de calidad: unos blancos francos, ligeros y frescos, muy agradables y fáciles de beber, y unos tintos con predominio frutal y también agradable paso por boca.

La catarsis está en juego para el sector, sobre que el asoman ya a demasiadas “espadas de Damocles”. El cambio climático y rentabilidad económicas pesan en la vocación de muchos jóvenes de los núcleos rurales, que vislumbran la opción de la gran ciudad como inevitable. No es asunto tampoco baladí para mantener las constantes vitales de la propia economía de la UE, con tres millones de empleos directos, un impacto fiscal positivo de más de 30.000 millones de euros y un valor de mercado que, a buen seguro, supera los 100.000 millones de euros.

Resiliencia climática, competitividad, adaptación de los vinos a los nuevos perfiles de consumidor pueden ser los primeros esbozos trazados desde Bruselas en un futuro, según las propuestas vertidas por el Presidente de la EFOW (European Federation of Origin Wines), Riccardo Ricci, a raíz del último encuentro mantenido de la “Comisión Europea con el Grupo de Alto Nivel para el debate del sector del vino”.

Sobre el terreno más doméstico, en carne propia, es preciso alzar el semblante con dignidad para recuperar la propia autoestima en nuestros vinos. Con protagonismo femenino, como el que destilan las páginas de este último número de ‘Consejo Abierto’, con varias entrevistas a mujeres *influencers*.

Nunca es tarde... si la “cata” es buena.

Dilatada en el tiempo, superior en cantidad y prometedora en calidad

Iniciada a principios de agosto con las primeras variedades y cerrada a mediados de octubre con las últimas parcelas de airén, la vendimia en la Denominación de Origen La Mancha refleja una mayor y paulatina profesionalización.

Con imágenes del viñedo que han cambiado radicalmente en las últimas décadas, fruto de una mayor mecanización del viñedo y una mayor vigilancia de los parámetros, nada se deja al azar y los caprichos del destino en la vendimia manchega. La vigilancia es atenta y ahora los parámetros, supervisados en la viña por los técnicos, son los que dictaminan el momento gradual y definitivo del arranque de campaña. Unos parámetros que fueron muy positivos en las primeras impresiones.



Vendimia en un viñedo manchego en el mes de agosto



El inicio de la vendimia suele suscitar expectativas mediáticas

“Con una maduración muy buena y una calidad muy reseñables”. Fueron las primeras valoraciones técnicas de las variedades de uva entrante en bodega durante la primera semana de agosto. Una tónica de excelente calidad, que ha permanecido estable durante prácticamente todo el desarrollo de la campaña, con una vendimia, que, salvando algunos desajustes en parámetros en acidez para el caso de la tinta cencibel o tempranillo, permite vislumbrar un moderado optimismo en la proximidad de los nuevos vinos de la añada 2024.

En términos generales, la vendimia 2024 ha confirmado, el estado sanitario del fruto, en general, muy bueno, con ausencia visible de enfermedades criptogámicas, y un leve aumento del 20 % (quizá más en algunas zonas) con respecto al año anterior, donde en el 2023 la vid completó su ciclo fenológico con una acusada fatiga hídrica.

Semana Santa 2024, “bendita en los campos”

En este sentido, cabe subrayar según datos de primeros informes mensuales, que aunque si bien la pluviometría fue asimétrica e irregular, las precipitaciones de invierno fueron generosas en febrero y marzo, especialmente reseñable en Semana Santa. Las mayores precipitaciones diarias se registraron del 27 al 30 de marzo, al paso de la borrasca “Nelson”. Lo que se tradujo, según la AEMET, en un mes calificado como “muy húmedo, con una precipitación media de 128.1 l/m², valor que representa un 277 % de su valor de referencia (periodo 1991 a 2020)”.

Le siguió un mes de abril y mayo “muy secos” pero mitigados por un mes de junio, algo más suave en temperaturas. La temperatura media de las máximas en la comunidad castellanomanchega fue de 28,5°, con una anomalía de -0,6°C, mucho más húmedo e irregular en lo pluviométrico (carácter tormentoso de gran parte de las precipitaciones de este mes).

FECHA INICIO CAMPAÑA		GRADO MEDIO				
Variedad		Albacete	Ciudad Real	Cuenca	Toledo	Global
Airén	9/10/2024	11,1	11	11,6	11	11,2
Tempranillo	8/25/2024	12,7	12,5	13,5	13	12,9
Chardonnay	8-12/08/2024					13
Sauvignon Blanc	8/13/2024	13	13	12,5	13	13
Moscatel	8/12/2024					13

Variedad	PH					Incremento productivo sobre 2023					Calidad
	Albacete	Ciudad Real	Cuenca	Toledo	Global	Albacete	Ciudad Real	Cuenca	Toledo	Global	
Airén	3,5	3,6	3,6	3,6	3,5	17%	20%	40%	23%	24,20%	Muy buena
Tempranillo	3,5	3,8	3,8	3,6	3,6	17%	20%	40%	35%	29%	Muy buena
Chardonnay					3,3					20%	Muy buena
Sauvignon Blanc	3	3	3,5	3,3	3,3					20%	Muy buena
Moscatel					3,3					20%	Muy buena



Fotografía de las primeras variedades vendimiadas con imagen de dron.

Con todo, el año hidrológico (octubre del 2023 hasta agosto del 2024) fue muy benigno para el viñedo manchego. Según matiza la AEMET “la precipitación acumulada en Castilla-La Mancha en el período que va del 1 de octubre de 2023 al 31 de agosto de 2024 fue de 472 l/m², un 111% del valor medio del período de referencia, lo que le otorga a este período un carácter pluviométrico húmedo”.

Primeras variedades de ciclo temprano



Un espuerta de vendimiadoras recoge tinta tempranillo.

Fue en la provincia de Ciudad Real, concretamente, en Tomelloso (Vinícola de Tomelloso) donde comenzó el primer despalillado de los emparrados. Nos referimos a la vendimia mecanizada para variedades de ciclo más temprano en la maduración como la Chardonnay (2.452 Ha acogidas), cuarta variedad más cultivada en la Denominación de Origen La Mancha, muy conocida en los mercados exteriores, y muy bien adaptada al terruño manchego en las últimas décadas.

El calor, no obstante, llegaría a La Mancha en las fechas esperadas y habituales para el verano (para la segunda quincena de julio) aunque de forma acusada. Por ejemplo, según el informe mensual de la AEMET, Alcázar de San Juan experimentó una media de 29,4° en julio con una anomalía superior de 2,3° grados. Un mercurio, si cabe, más tórrido semanas después, donde la Agencia Estatal de Meteorología calificaba al mes de agosto como “extremadamente cálido, siendo el mes de agosto más cálido de la serie de 63 años”.

También en Manzanares (Ciudad Real), los descargaderos de Bodegas Yuntero, además de la Chardonnay, pusieron en marcha sus tolvas en torno al 6 de agosto para recibir otras variedades blancas de ciclo temprano como Moscatel de grano menudo (1.272 Ha acogidas en DO La Mancha), recogidas para la bodega manchega con “12 grados de maduración y altos niveles de acidez en torno a 8 o 9 grados por litro”, como apuntaba uno de sus enólogos, Antonio Pérez.

Una calidad del fruto que se espera, se traduzcan en calidad organoléptica para los primeros blancos del año también en Bodegas Símbolo de Campo de Criptana y Bodega El Progreso, en Villarrubia de los Ojos, dos de las cooperativas que suelen incidir en la vendimia con más premura. Según adelantaba el enólogo y director técnico de esta última, Juan Nieto, en los últimos muestreos ya habían una “Chardonnay con una media de 12,5 de graduación y 6 de acidez, lo que hace un fruto equilibrado y óptimo para su recogida, y en perfecto estado sanitario”.



Joven vendimia una cepa de tinta tempranillo para Bodega El Vínculo

Algunos kilómetros más al este de la comarca manchega, en la provincia de Albacete, concretamente en Villarrobledo, cabe mencionar la vendimia de la bodega familiar César Velasco. Sus máquinas se pusieron en marcha para recoger la gewürztraminer, una variedad originaria de Alsacia, con presencia testimonial (apenas 24 Ha acogidas en DO La Mancha) pero con rendimientos muy interesantes cuando acompaña la climatología, como destacaba el propio César Velasco, propietario.

Por último, en La Mancha toledana se reseñaba el estado sanitario óptimo en la uva con un grado medio de 13° y un PH de 3,3 para Chardonnay, Moscatel y Sauvignon Blanc, según datos aportados por bodegas como Félix Solís (Puebla de Almoradiel) o Bodegas Altovela (Corral de Almaguer), cuyo director técnico, Juan Antonio Calleja, matizaba además que “la entrada de noches más frescas de agosto aportó un respiro en las temperaturas que le ha venido muy bien a variedades aromáticas como la Sauvignon Blanc”.

Cencibel o Tempranillo, la reina de las tintas

Haciendo honor a su nombre, la Tempranillo inauguraba la vendimia 2024 en las variedades tintas. Lo hacía, por ejemplo entre el 19 y el 22 de agosto en Ciudad Real, una provincia, habitualmente madrugadora con un grado medio de 12,5° y un PH medio de 3,8 °.



Espuerta de uva Cencibel vendimiada en La Mancha

El departamento gráfico del Consejo Regulador pudo recoger imágenes en algunos puntos de la geografía manchega como Campo de Criptana. Allí, comenzaron a recoger la variedad cencibel en viñedos de secano con cepa en vaso. Por ejemplo, en la Bodega El Vínculo (Familia Fernández-Rivera), con imágenes de racimos de apariencia excelente con nula presencia de enfermedades criptogámicas o también Bodegas Símbolo. La enóloga de ésta última, Esperanza Muñoz, reconocía que se llevaron una “grata sorpresa con la tempranillo de secano que tras una semanas de calor pasó de no tener apenas grado a tener unos 13,5 ó 14° grados de maduración” lo que motivó el adelanto en algunos socios de la cooperativa.



Nuevas tecnologías implementadas en bodegas para evitar la oxidación de la uva

Airén y su contexto favorable

Finalizado el año vinícola a finales de julio, con el stock de vino prácticamente a mínimos en las bodegas manchegas, la vendimia de la blanca airén arrancaba con una coyuntura de consumo mundial más favorable y escorada en los últimos años hacia una mayor demanda de vinos blancos, más ligeros, frescos, un mayor protagonismo frutal, y una mayor carga aromática.

Con este panorama, sobre la segunda semana de septiembre, se generalizaba la vendimia de la variedad Airén en el viñedo manchego. Con diferencia, se trata de la variedad blanca más cultivada en DO La Mancha (86.414 ha acogidas), resaltando la estampa más tradicional y familiar en el viñedo manchego con cuadrillas de vendimiadores a mano.

Mucho más resistente a los rigores térmicos del verano y por ende, mejor adaptada al terruño manchego, también para la variedad Airén, se han barajado unas primeras valoraciones productivas que apuntaban a un aumento de la cosecha que oscilaba entre el 10 y el 40 %, según provincias, con respecto a la campaña anterior, mucho más marcada por el calor.

Similares parámetros también en la provincia de Albacete para Vinícola de Villarrobledo y la Bodega Juan Ramón Lozano, cuyas tolvas arrancaron el 25 de agosto. Mientras que en la provincia de Cuenca, más tardía en fechas, la vendimia de la cencibel llegaba entre el 22 y el 30 de agosto. Según algunas bodegas consultadas, como Campos Reales (El Provencio) o Puente de Rus (San Clemente), los parámetros técnicos reflejaban un grado medio de 13,5° y un PH medio de 3,6°. Datos prácticamente parejos a la tempranillo recogida para las bodegas toledanas entre el 21 de agosto y el 1 de septiembre, con un grado medio de 13° y un PH medio de 3,6°.



Racimo de airén de secano

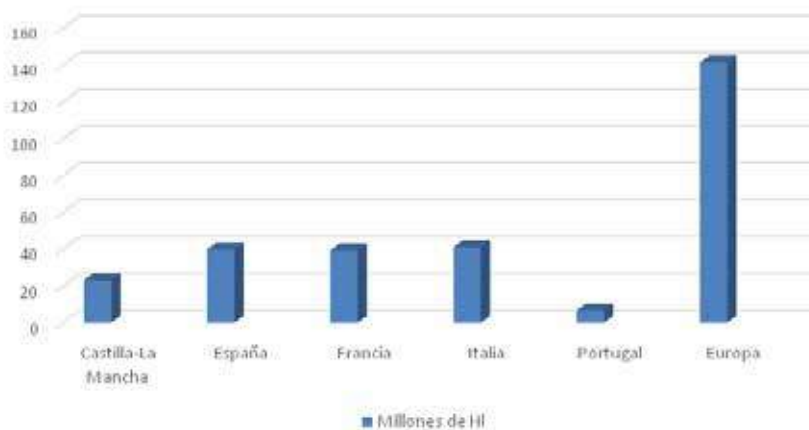
Un incremento productivo que no empaña, sino que en esta ocasión refuerza el buen estado sanitario del fruto, con una maduración adecuada y ausencia de enfermedades, logrando un equilibrio de los parámetros dulzor-acidez, sin ningún tipo de podredumbre, que acentúan la calidad en la uva. Como destacó el propio Presidente del Consejo Regulador, Carlos David Bonilla, “el hecho de que pueda ser una cosecha mayor permitirá también una mejor selección en la calidad de la uva para los vinos, que serán buenos en esta añada”.



BODEGAS CONSULTADAS		
BODEGA	POBLACIÓN	PROVINCIA
Bodegas Yuntero	Manzanares	Ciudad Real
Coop. El Progreso	Villarrubia de los Ojos	Ciudad Real
Coop. Ntra. Sra. De la Muela y la Paz	Corral de Almaguer	Toledo
Coop. Ntra. Sra. Del Rus	San Clemente	Cuenca
Coop. Ntra. Sra del Rosario	El Provencio	Cuenca
Coop. Virgen de las Viñas	Tomelloso	Ciudad Real
Juan Ramón Lozano	Villarrobledo	Albacete
Vinícola de Villarrobledo	Villarrobledo	Albacete
Félix Solís, S.L.	Puebla de Almoradiel	Toledo
Coop. Cristo de la Vega	Socuéllamos	Ciudad Real

PREVISIONES DE COSECHA		
	Millones de Hectólitros	Fuente
CASTILLA-LA MANCHA	23	Cooperativas Agro-alimentarias de CLM
ESPAÑA	39,7	Cooperativas Agro-alimentarias de CLM
FRANCIA	39,3	Ministerio de Agricultura
ITALIA	41-42	Asociación Coldiretti
PORTUGAL	6,9	Instituto de la Viña y del Vino luso (IVV)
EUROPA	146,5	UE

Previsiones de vendimia



Sin perder la esperanza en el exterior

El Consejo Regulador redobla sus esfuerzos en la región asiática en un contexto internacional de repliegue comercial



Integrantes de la misión inversa de primavera posan junto a los molinos de viento

El sector del vino no es inmune a las adversidades de la coyuntura internacional y lo cierto es que la comercialización mundial se resiente ante desestimulos que frenan o al menos ralentizan unos mercados, que hace apenas un lustro de años, mantenían una sed voraz en la demanda exterior de vino embotellado.

Con los datos del OeMv se realiza una lectura cruda que refleja un recorte de las exportaciones vinícolas de los países UE hacia países terceros. “UE exportó un volumen de casi 28,96 Mhl a terceros países, incluido Reino Unido, que es uno de los principales destinos, junto a Estados Unidos, con un descenso de prácticamente un 6,7% y de casi 2,1 millones respecto a la campaña anterior 2022/23, mientras que en valor el descenso fue del 6,7% y de casi 1.207,5 millones de euros.” El consumo mundial de hecho, según informes del OeMv, caía “un 6,4 % en valor y un 5,4 % en volumen en el período interanual que va de abril de 2023 a marzo de 2024”.

A los conocidos conflictos de Ucrania y Oriente Medio (fricciones en el canal de Suez y el consabido coste para los flujos de transporte), se unen las guerras comerciales entre las grandes potencias, a la que asiste con debilidad de acción, la Unión Europea. Factores que se añaden a las presiones de los flujos migratorios que tienden, a largo plazo, a confinar las fronteras diluyendo la globalización de las transacciones comerciales.

Un síntoma de la situación delicada en el exterior también se traduce en el volumen final de las ventas, con un retroceso hasta los 13,7 millones de litros exportados en la Denominación de Origen La Mancha registrados en el pasado 2023.

Solo así, con la perspectiva que aportan los años, podemos intentar comprender el giro diametral que ha el dado el consumo en países como China, donde la pandemia, muy lejos ya en el tiempo, ya no es excusa pero sí factor coyuntural que explica la desaceleración de las ventas.

En 2019, el país de la Gran Muralla alcanzaba las 7.245.540 botellas (0,75 cl) de vino adquiridas con Denominación de Origen La Mancha. Un reflejo del contexto favorable mundial, en plena globalización de mercados cuando el sector del vino navegaba a velocidad de crucero y la Denominación de Origen La Mancha vendía unos 23,1 millones de litros.

Pero después llegó el 2020 con una historia posterior que ya conocemos todos. El COVID-19 dinamitó los mercados, convirtiendo a China en un cliente impermeable al contacto de los mercados en los años sucesivos. Cuatro años después, con los datos más recientes del 2023, el gigante chino ha saciado su demanda y su voraz mercado ya no digiere la oferta con el mismo apetito, pasando a ser el cuarto cliente comprador de los vinos manchegos con 1.222.545 botellas.



Siempre amanece por Oriente



Con todo, el Consejo Regulador no desiste en sus esfuerzos promocionales y China sigue siendo un objetivo fundamental para las ventas en el exterior. Sin desatender la presencia en ferias que siguen siendo referencia en la puerta de entrada al continente, y con las esperanzas puestas en la reanimación del mercado específicamente chino, **Vinexpo Hong Kong**, donde según fuentes propias de la organización unas 10.000 personas pasaron por la feria, marcó otro de los puntos de inflexión promocionales del año (del 28 al 30 de mayo).

Celebrada desde 1998, alterna su sede entre Singapur y Hong Kong situándose como una referencia y puerta de entrada para los principales mercados del gigante chino y el mercado asiático. Su importancia también radica en ser escaparate y termómetro de las tendencias actuales de consumo que puedan guiar a la industria del vino.

Una oportunidad de negocio que los vinos con Denominación de Origen La Mancha no quisieron desaprovechar con un stand propio de 24m² con túnel de cata y mesas de reuniones para contactos comerciales.



Vinexpo Hong Kong

Un esfuerzo promocional que se complementó con la última de las **misiones inversas** llevadas a cabo en suelo manchego coincidiendo con la propia campaña de la vendimia. Del 9 al 13 de septiembre diferentes profesionales asiáticos conocieron in situ La Mancha a través de catas, degustaciones, visitas a bodegas y viñedos. La experiencia fue para muchos de ellos inolvidable, no solo porque pudieron catar y visitar bodegas manchegas en plena ebullición de campaña, sino también porque antes también se “pusieron al tajo” y con espuerta en mano, vendimiaron con sus propias manos algunos de los viñedos airén. Una estampa que además inmortalizaron en sus propios móviles cuando pisaron viñas de cepa en vaso de seco, centenarias y de pie franco (prefiloxéricas).

Una visita que supuso la reactivación del plan de promoción internacional de la Denominación de Origen La Mancha tras el descanso estival.

La actividad, cofinanciada con fondos de la Unión Europea, forma parte del programa **European Wine Ambassadors (EUWINA)**, como parte de la promoción de vinos de calidad destinada a la formación y un mejor conocimiento de los vinos europeos por parte de los profesionales asiáticos (importadores, distribuidores y medios). Una promoción que se lleva de manera conjunta junto a otras regiones mediterráneas de tradición vinícola como Wines of Greece y la Unión de Vinos DOC y DOCG de Véneto (UVIVE).

Antes y después, (ya en el mes octubre), los vinos de La Mancha han seguido incidiendo en el consumidor asiático dentro de un programa (EUWINA) con fondos comunitarios que focaliza su promoción sobre potenciales prescriptores de consumo como periodistas y profesionales del sector. Las acciones *European Wine Ambassadors*, llevadas a cabo de manera intensa durante los meses de mayo, octubre y un último “sprint final” en noviembre se han desarrollado no solo en China, también en países como Corea del Sur, Taiwán o Singapur reflejando una estrategia por diversificar la oferta en otros potenciales mercados de la región asiática con tendencia creciente en el consumo mundial de vino a medio plazo.

Un programa que se complementa con las acciones como *Sustainable European Food & Wines*, llevadas a cabo en territorio europeo como la *Enoexpo Cracovia* (Polonia) o la participación en el túnel de vinos en Hamburgo (Alemania). En esencia, la promoción ligada a *Sustainable European Food & Wines* tratan de reflejar la sostenibilidad, tipicidad y autenticidad de comarcas vinícolas de Europa como zonas de producción únicas en su patrimonio y modelo de desarrollo.

Citas inaludibles en ferias clave

Hablamos de **Prowein**, la primera de las salidas internacionales de los vinos con Denominación de Origen La Mancha en el 2024. La XXIX edición Prowein celebrada en Düsseldorf, en la próspera región de Renania del Norte-Westfalia, no escondía el temor de los mercados teutones a la contracción de la economía en Europa. Una recesión que sobrevuela el viejo continente, históricamente permeable y sensible a los conflictos bélicos. Ucrania (febrero de 2022) lejos de hallar una solución, sigue siendo una guerra con visos de cronificarse en el tiempo para riesgo de contagio al coloso alemán.

Pese a todo, Prowein sigue siendo la llave para el mercado más doméstico y cercano en el exterior. Con casi tres décadas a sus espaldas, Prowein 2024 batía cifras de consolidación, según la propia organización con la asistencia de más de 5.000 expositores de 65 países diferentes, cuya oferta sació el interés de casi 50.000 visitantes y 937 periodistas de cuarenta nacionalidades distintas.



Imagen de Prowein, en Düsseldorf, feria referente en Alemania

Por parte de compradores y visitantes, las nuevas tendencias con interés hacia vinos más frescos, el respeto a la sostenibilidad, los vinos orgánicos y con inclinación mundial predominante hacia los blancos no han restado foco, no obstante, para un público alemán tradicionalmente orientado hacia el consumo de los tintos jóvenes o de corta crianza.

El propio David Schwarzwälder, periodista alemán y experto sumiller especializado en los vinos de España, que impartió una cata seminario sobre vinos de CLM en el stand del IPEX, cree además que los vinos manchegos “siguen teniendo potencial excelente en mercados como Reino Unido, Holanda o Alemania por su precio competitivo y su calidad”. En definitiva, una cita fundamental para los vinos de La Mancha en un mercado como el teutón, que, no en vano, con 5.723.815 botellas, encabeza el ranking de ventas de vino embotellado en el exterior.



Es la novena edición de los vinos de La Mancha en la China Food & Drinks Fair

Apenas deshechas las maletas tras Prowein 2024, el departamento de promoción internacional volaba hasta Chengdú en China para participar del 21 al 22 de marzo, en la 110th **China Food & Drink Fair**. Una feria celebrada desde 1955 en Chengdú, la capital de Sichuán, conocida por su centro de conservación de osos pandas y su tradicional gastronomía china. Chengdú es una referencia para los importadores asiáticos que vislumbraron en la 110th feria China Food & Drinks Fair (CFDF) un barómetro del sector de la alimentación y bebidas chino.

En recientes informes del pasado año, redactados por la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Pekín para el ICEX, la China Food & Drinks Fair se presentaba como un buen escaparate como “indicador de las tendencias del mercado”. De hecho, según remarcan “tanto en alimentación como vinos, cobra cada vez mayor importancia contar con un producto orgánico. Esto se asocia a un nivel de garantía de calidad superior que genera confianza en los consumidores chinos.”



Folleto informativo entregado en Inexpo

La consolidación y fidelización de mercados se traducía en la novena participación del Consejo Regulador en la 110th feria China Food & Drinks Fair. Lo hizo acompañado de seis bodegas, acogidas a la Denominación de Origen La Mancha, en un stand propio informativo de unos 84 m² ubicado en el pabellón internacional de la muestra. Como admitía, Juan Manuel Leal, responsable de la expedición, aunque China evidencia una caída en la demanda todavía sin recuperar tras la pandemia, sigue siendo un mercado muy importante donde “hay que seguir consolidando esa posición”.

Diversificación de la oferta

La llamada a otras puertas y mercados no ha dejado de sonar en la promoción exterior de los vinos DO La Mancha. En este sentido, el continente americano no queda al margen y salvadas las trabas aduaneras y arancelarias, Estados Unidos sigue siendo un mercado complejo y difícil (526.287 botellas, 10º comprador) pero sustancialmente interesante por su madurez en la demanda y perfil del consumidor. En el horizonte de los resultados de las próximas elecciones estadounidenses, no cabe duda de que uno u otro inquilino de la Casa Blanca pueden determinar el juego de relaciones comerciales en el futuro de al menos, cuatro años.



Importadores de Iberoamerica en la misión inversa en la sede del Consejo Regulador

Por ello, interesa también el tanteo promocional en otros países del continente americano donde la lengua es un factor decisivo. Con esta premisa, se llevaba a cabo la primera de las misiones inversas del 2024, del 6 al 10 de mayo. Una intensa semana donde varios importadores, sumilleres y otros profesionales del sector del vino en México, Brasil y República Dominicana profundizaron en sus conocimientos de La Mancha como zona de producción vinícola, ligada a la figura del Quijote, “muy reconocida en estos países iberoamericanos con un interesante potencial de crecimiento”, como explicaba el propio gerente de la Denominación de Origen La Mancha Ángel Ortega, al inicio de la misma.

ACCIÓN PROMOCIÓN EXTERIOR 2024

Eventos	Fechas
Prowein 2024 (Düsseldorf, Alemania)	10-12 de marzo
110th China Food & Drink Fair (Chengdu, China)	20-22 de marzo
Misión inversa de importadores de México, República Dominicana y Brasil	6-10 de mayo
Seminario en Singapur (European Wine Ambassadors)	13 de mayo
Seminario en Busan (Corea) (European Wine Ambassadors)	16 de mayo
Seminario Taiwán (Taipei) (European Wine Ambassadors)	17 de mayo
Vinexpo Asia (Hong Kong)	28-30 de mayo
Misión inversa de importadores de China (European Wine Ambassadors)	9-13 de septiembre
Seminario en Hangzhou (China) (European Wine Ambassadors)	17 de octubre
Seminario en Guadalajara (México)	31 de octubre
Enoexpo Cracovia (Polonia) (Sustainable European Food & Wines)	6-8 de noviembre
Túnel de vinos en Hamburgo (Alemania) (Sustainable European Food & Wines)	18 de noviembre
Seminario en Xiamen (China) (European Wine Ambassadors)	22 de noviembre
Seminario en Shanghai (China) (European Wine Ambassadors)	25 de noviembre
Seminario en Seúl (Corea) (European Wine Ambassadors)	27 de noviembre
Seminario en Hong Kong (European Wine Ambassadors)	29 de noviembre



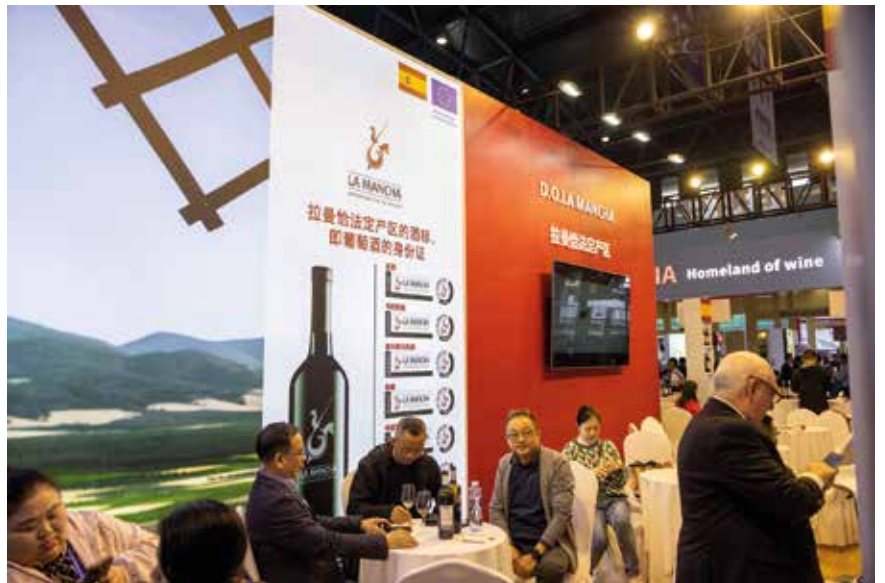
La misión inversa participó en una jornada de vendimia



Importadores chinos catan un tinto manchego en septiembre.



Una importadora china cata un rosado manchego



El Consejo Regulador asistió con stand propio a Chengdú.



Imagen de los seminarios European Wine Ambassadors en Asia

Juventud, (di)vino tesoro

¿Qué vino atrae el consumidor *millennial*?

Diana del mensaje promocional en un largo y medio plazo, es para muchos el objetivo fundamental por el que suspira el mercado del vino en un futuro. Más aún, conforme el relevo generacional tome el testigo y la llamada (analógica) generación *boomer* (también conocida como generación *baby boomer* nacida en el ecuador de los años 60) ya no pueda sostener la demanda en el consumo de vino, será entonces cuando las estrategias de seducción sembradas hoy, recojan sus frutos mañana.



'Degustación', imagen premiada en Concurso de fotografía digital 2023 de A. Atanasio

Sin embargo, para la generación *millennial*, cuyo DNI marca la fecha de nacimiento entre 1981 y 1996, el modelo de comportamiento y su interacción con el vino es diametralmente opuesto. Tras la generación X (1965-1980), conceptuada en términos de bisagra social y demográfica entre dos centurias, los jóvenes *millennial* perciben la realidad, literalmente táctil, desde su ubicación en pleno siglo XXI. Son nativos digitales y conciben por tanto un modelo de relación social con el mundo que les rodea mediatizado por las nuevas tecnologías, en el todo al alcance de sus deseos y pensamientos del dedo índice.



El enoturismo ha ganado una mayor demanda entre el público joven a nivel mundial

La facilidad del manejo de un dispositivo *smartphone* o la necesidad de pertenencia y adhesión a un grupo a través de las redes sociales responden a un modelo natural de su comportamiento. Si los boomers o nostálgicos de los ochenta decidieron, con prudencia, crearse sus primeros perfiles en Tuenti (en su momento), Facebook o Twitter, en régimen de convivencia con el medio de comunicación convencional, al que todavía otorgan cierto margen de credibilidad, las generaciones posteriores han ido derivando su grado de consumo de los medios de masas. Inmediatez, estética (en ocasiones farsante pero muy sofisticada) y rapidez prevalecen en un escaparate donde los grandes motores de búsqueda (Google) y cualquier aplicación de móvil (APP) permiten una sobredosis de información en tiempo real. Son las primeras relaciones con la IA (Inteligencia artificial que ya “secuestra” nuestros deseos en códigos algorítmicos y grandes bancos de datos o *big data*). En ese sentido, las redes sociales marcan la tendencia social de consumo, que valora instantes y devora recuerdos y experiencias con voracidad. No dudamos en pagar la (abultada) pero justa entrada por asistir, por ejemplo, a un concierto de nuestro grupo musical o equipo favorito pero estamos más pendientes de capturarlo en vídeo para compartir en redes que saborear el propio momento.



Jóvenes asistentes posan con un blanco de La Mancha en el último Oasis Sound el pasado 2023

Si los *millennial* hicieron de Instagram su relación de contacto con el mundo (midiendo la escala y reputación social en función del nivel de seguidores), la generación posterior (1995-2010) también conocidos como generación *centennial* o *generación Z* han hecho de Tik Tok su referencia informativa.

En el horizonte se atisba la generación *alpha* (nacidos posteriores a 2010). Hoy, jóvenes todavía menores que en el plazo de un lustro pisarán la universidad y estarían buscando su primer empleo. Potenciales consumidores de vino, en definitiva.

Nuevos lenguajes, nuevos mensajes para el vino



Dos jóvenes actores del spot 'Dulcinea eres tú' posan con un vino de La Mancha

La industria del entretenimiento y el espectáculo realiza esfuerzos titánicos de adaptación a los nuevos tiempos ante un público joven que ya decide, genera y en ocasiones reactiva ciertos ámbitos de la economía. El vino debe matizar su mensaje en un contexto donde el continente analógico retrocede. Lo hace el papel y los antiguos formatos de comunicación. Prevalece ahora la pantalla y la propia elección a la carta para la oferta, más específica para audiencias que deciden cuándo, cómo y qué contenidos consumir. Son los tiempos de las plataformas de contenido audiovisual, los podcast, los directos en Instagram o las versiones de reducido formato en vídeo con los *reel*.

Cuando visita una bodega, planea un viaje a una zona vinícola, diseña una ruta de enoturismo, asiste a una o simplemente descorcha una botella de vino, el nuevo (y joven) consumidor no precisa de información detallada y racional, sino la captura de momentos y experiencias. Reclama autenticidad y tipicidad, con una historia real, palpable y cercana detrás; ahí el vino, por siglos de historia y tradición y raíces, presenta un relato inefable con gran poder de atracción.

El mismo joven (urbanita y/o digital) que, de entrada, podría rechazar las circunstancias cercanas de sus padres asimiladas a un contexto (carca, cerril y provinciano) siente con respeto y de manera paradójica cierta curiosidad antropológica, cultural y afectiva por sus ancestros, abuelos o parientes más lejanos.

Desde la apertura hacia la globalización, las nuevas generaciones sienten, quizás la necesidad de apuntalar mejor su propia identidad, cimentar sus raíces desde el respeto a la tradición y la recuperación del imaginario colectivo. En el contexto de la agenda global, donde cobran protagonismo conceptos como la sostenibilidad, el medio ambiente y el cambio climático, el sector del vino ha demostrado precisamente, en su historia más reciente en La Mancha un verdadero ejercicio de supervivencia, situándose todavía hoy, como reducto demográfico y salvaguarda frente al implacable reto de la despoblación en la España vaciada.

El lenguaje universal del vino

Pueden pasar años y generaciones, pero la presencia del vino en la mesa y su contexto natural de disfrute, asociado a la conversación y el placer de la buena mesa, permanecen quizás inmutables. Eso explica lo que algunos estudios reseñan; y es que la estabilidad económica, y una mayor tranquilidad (pareja estable, planes a medio plazo, independencia definitiva, etc) llegan con el tiempo. Es aquí donde el vino aterriza y se asienta.

Una encuesta llevada a cabo hace unos años dentro de la campaña de promoción Movimiento Vino DO, por parte del CECRV (CONFERENCIA ESPAÑOLA DE CONSEJOS REGULADORES VITIVINÍCOLAS), demostró que los jóvenes eligen sus vinos en función de la calidad, prestando atención a conceptos como la zona o Denominación de Origen.

Jóvenes y afrutados pero fáciles de beber

En tintos, la astringencia natural de los jóvenes conlleva un cierto hábito. Por ello, se desaconseja su oferta a paladares neófitos que percibirán la propia aspereza del tanino joven. La propuesta más certera llega con los llamados tintos roble, crianza o reserva de “corte moderno”, es decir, vinos de paso por roble (con mayor o menor duración en función de las normas productivas estipuladas para su envejecimiento) que integran sutilmente los aromas terciarios de la bodega (vainilla, tostados y madera propiamente dicha) con recuerdos de fruta, tendente hacia la confitura.



Jóvenes alumnos de la UCLM en una cata en el Curso de Verano de 2022

La complejidad se redondea cuando además aparecen aromas especiados como el clavo, la pimienta o la canela, que terminan por hacer estos vinos más comerciales y atractivos al público joven. Muy distantes, en definitiva de aquellos otros crianza “ochenteros” o incluso Gran Reserva con omnipresencia de la madera y otros aromas.

Como sucede con los blancos verdejo en toda España, sinónimo divertido de vacaciones estivales, ciertamente, los blancos airén, tienen campo. Por su frescura en boca con acidez moderada, y sus aromas frutales son opciones muy recomendables para iniciarse en el mundo del vino. Ahora bien, no podemos caer en la tentación de prejuzgar como tópico el consumo asociado de determinados vinos según condición o género. Dicho de otro modo, no todos los jóvenes van a demandar un rosado frutal (semidulce) de ligero paso por boca. Podemos llevarnos sorpresas y más de un millennial o joven centennial, dentro de unos años, sea un devoto *winelover* demandando vinos complejos de paso por madera.

Explorando nuevos continentes

La revolución de los nuevos formatos para el envase también llega al vino.

El consumo de vino es tan dispar como heterogéneo. Del mismo modo que hay blancos, tintos y otros tipos de vinos para cada gusto y paladar, su formato y contexto también varía. Saber interpretarlo y acertar con el nicho que así lo demanda marca en buena medida el éxito comercial de una marca y bodega, máxime en los tiempos de mercado volátil que atraviesa este primer tercio del siglo XXI. Es algo que ya tuvieron muy claro a finales de los 90 productores estadounidenses y después australianos.

Hoy, Europa se despereza, asumiendo roles más atrevidos. Las nuevas tendencias para el envase buscan nuevos guiños hacia un público joven al que los formatos más tradicionales producen cierto distanciamiento.





Ventajas

La apertura hacia nuevos contextos donde el vino no está tan encorsetado al vidrio viene, precisamente, de aquellos mercados de consumo no convencionales, que tradicionalmente no son países viticultores. El mejor ejemplo lo tenemos en los países del norte de Europa, pragmáticos por naturaleza y tesón. Allí el formato **bag-in-box** (literalmente, bolsa dentro de una caja) tiene sus más férreos defensores. Con los años, la tecnología y el perfeccionamiento del envase, no solo han contribuido a proteger el contenido de la luz, sino que también han permitido que el producto llegue a la copa libre de oxidaciones y otros hándicap de transporte con evidentes ventajas para el consumidor final. Su comodidad radica en el pequeño grifo o dosificador que permite una regulación para su autoconsumo perfecta en condiciones domésticas.

Por ello, el Consejo Regulador Denominación de Origen La Mancha decidió autorizar su uso para comercialización en el exterior, lo que sin duda permitió consolidar la clientela en determinados países como Suecia, Dinamarca, Noruega, seguidos de otros como Suiza, Austria, Bélgica, o Reino Unido.

El hecho además de que el vino se transporte en los formato bag-in-box con material reciclable, lo hace más atractivo para el consumidor del futuro que valora la sostenibilidad. A su menor huella de carbono en la fabricación se une su composición en la bolsa con un polietileno de baja densidad, con un tapón también de polietileno blanco, que junto a la caja de cartón, asegura un efecto retorno para una segunda vida reutilizable.

En vano, en el pasado 2023 las bodegas manchegas vendieron unos 91.000 litros, esto es, el equivalente a unas 27.000 tirillas (solo *Tradicional*) con marchamo de calidad Denominación de Origen La Mancha. Un formato, sin duda ya normalizado, incluso, en algunos hogares españoles.

Dando la lata con el vino

Su reciente autorización por parte del Consejo Regulador DO La Mancha demuestra los esfuerzos de algunas de sus bodegas (Vinícola de Villarrobledo, en Albacete, fue una de las pioneras) por llegar al gran público flexibilizando la oferta sin dejar de lado la calidad final (con Denominación de Origen) del producto. Entre sus defensores, los argumentos son dilatados y racionales. Es en esencia, un formato práctico. El vino enlatado permite un transporte ligero, cómodo y fácil. No dependiente de los rituales más puristas, con el sacacorchos y/o la copa de cristal, el vino en lata se adecúa con normalidad a cualquier contexto festivo; véase por ejemplo, un picnic, una acampada en la naturaleza, un concierto o una celebración en exteriores (romerías y otros eventos), donde solamente un poco de hielo o refrigerio son suficientes.

Cuenta con la exigente bendición de los actuales consumidores de la Generación *Millennial* (1981-1994) y también futuros consumidores de la llamada Generación Z (nacidos entre 1996-2012). Se trata de un envase sostenible, 100 % reciclable.

Entre otras ventajas para los productores están los costes de producción. Si bien, la elaboración es la misma, su enlatado difiere en los primeros desembolsos de propia máquina, pero parece obvio que el transporte sí permite amortizar sus costes, con una mayor capacidad de carga en los contenedores para los vinos enlatados.

No obstante, el formato de lata requiere además de unas ciertas especificaciones técnicas desde el punto de vista de la propia composición química del vino. Su pH, diferente a otras bebidas (refrescos y cervezas), requiere un revestimiento interno concreto, que persiga evitar cualquier deterioro o desgaste de la propia lata. Como sucede con otras bebidas, la caducidad o pérdida de atributos para los vinos de lata sí está prescrita. Una razón por la cual el Consejo Regulador solo permite el enlatado en aquellos vinos *jóvenes* y *tradicionales*, no pudiéndose usar ese formato para los vinos con envejecimiento.



El formato en lata está permitido en la Denominación de Origen La Mancha



Solamente vinos jóvenes y tradicionales pueden ser enlatados con garantía DO La Mancha



Vinícola de Villarrobledo con 'Don Octavio' ha sido una de las primeras impulsoras del vino en lata

Su demanda arrasa en países anglosajones como EE.UU. y Australia, aunque tampoco se quedan muy a la zaga, otros paladares como el británico, canadiense o incluso neozelandés. Curiosamente, aunque la percepción de la calidad sea menor hacia estos vinos enlatados, lo cierto es que fueron países como el americano o el inglés los que según datos de un informe del OeMv (a principios del 2024) lideraron el Top-10 de los principales importadores de vino en valor.



PET, vino para quedarse

En la Denominación de Origen La Mancha ha sido una de las últimas novedades, cuando su Consejo Regulador, en su Asamblea General, celebrada a finales del pasado año, ratificó la solicitud de modificación a la administración autonómica en su Pliego de Condiciones con la opción de incluir nuevos formatos de envase para vinos con DO La Mancha como el llamado formato PET (polietilentereftalato).

Asociado a bebidas de refrescos, zumo o agua natural, algunas bodegas no han descartado iniciar su embotellado de vino en PET, conscientes de sus ventajas económicas y medioambientales. Entre sus ventajas, el formato PET posee una resistencia de su material frente a los golpes, mejores condiciones de transporte y también almacenamiento. Es más ligero y su material permite un retorno 100 % de reciclado. Además, con el incremento de costes productivos generado a finales del 2022 ante la escasez de vidrio como materia prima, algunos productores no dudaron en cuestionarse el PET como formato alternativo. Además, los mercados escandinavos ya lo están exigiendo en algunas de sus ofertas.

Entre sus detractores, eso sí, se encuentran los más escépticos en la influencia y variabilidad y conservación de su sabor para vinos de guarda y reposo. En este sentido, los expertos recomiendan el envasado y consumo para vinos de rotación rápida en el mercado, esto es, vinos de la misma añada que no estén destinados a pasar mucho tiempo en las estanterías. Aquí, la Denominación de Origen La Mancha es tajante. Se podría permitir el envasado de vino de hasta un litro de capacidad, solamente para vinos con tirilla *joven* o *tradicional*.

El tamaño, ¿importa?

Aunque medimos su comercialización en litros y la cosecha en hectólitros, lo cierto es que su consumo más directo se produce en centilitros. Hablamos de las botellas (de cristal, por cierto) de 0,75 cl. La estandarización se remonta, según dicen, a finales del siglo XVIII en los convulsos años de la Europa napoleónica, cuando aquellos 750 mililitros equivalían a la capacidad pulmonar de un soplador de vidrio.



'Sírreme una buena copa', imagen de Jose M^º Bautista, Premiada en 2023



Los tamaños más habituales de las botellas de vino

Sea como fuere, no se han descartado otros tamaños de capacidad. Por cuestiones de logística, en vuelos, se consumen botellas de 0,18 cl (el PET se impone en este caso). Pero también existen otras capacidades sugeridas por expertos que incluso matizan una conservación más adecuada para los vinos de largo tiempo en crianza. Sus nombres, recuerdan, en efecto, a los grandes monarcas de la Antigua Testamento como:

- Jeroboam (4,5 litros)
- Matusalén o Imperial (6 litros)
- Salmanazar (9 litros)
- Baltasar (12 litros)
- Nabucodonosor (15 litros)
- Melchor (18 litros)
- Salomón (20 litros)
- Primat o Goliat (27 litros)

y finalmente, para los más fuertes, como ejercicio de fuerza, la botella *Melchizedek* (30 litros).

Aunque puede ser habitual descorchar alguna botella *magnum* (1,5 litros), naturalmente, muchas de estas otras botellas tienen un uso promocional, ya que suele ser poco funcional, el hecho de colocar en la mesa una botella que supere los 10 litros...



Caída del consumo mundial: pérdida de confianza del consumidor (nivel renta)

Airén, “calienta que sales”.

Los cambios de tendencia en el consumo mundial de vino reflejan una inclinación hacia los blancos. ¿Ha llegado la oportunidad histórica para la uva airén?



La variedad Airén es la más cultivada en la Denominación de Origen La Mancha

Los tópicos están para romperlos, y lo cierto que, ya sea por motivos generacionales, ritmos vertiginosos de la propia actualidad digital, o sencilla y llanamente, razones de índole económica, en este primer cuarto del siglo XXI se han diluido, hasta casi desaparecer, algunos de los clichés más tradicionalmente establecidos. Ofrecer una copa de blanco solamente al público joven (y femenino) forma parte ya del pasado.

Es más, ahora, al parecer, y según se desprende de los datos mundiales de consumo, el blanco ha desplazado al tinto en las preferencias mundiales. Viene de largo. Según el informe anual de la OIV Focus 2023, el consumo mundial de vino tinto, desde que alcanzara su máximo en 2007 (año, por cierto de techo histórico en la demanda mundial) “ha venido decreciendo hasta en un 15 % en los siguientes 15 años”. En la otra cara, el vino blanco reflejó un crecimiento del 10 %.



¿Por qué blancos?

Entre las causas los expertos apuntan a factores básicamente generacionales. Por un lado, se impone una demanda de vinos más frescos, afrutados y ligeros en boca, con una menor graduación alcohólica (más proclive en la calidez de los tintos) que unido a una mayor concienciación *healthy* de las nuevas generaciones, les lleva a buscar bebidas con menor alcohol (aunque no necesariamente más saludables, ya que también se imponen los vinos más dulces). En este sentido, existe una cierta paradoja, ya que también se observa como los nuevos consumidores de vino asimilan sus hábitos de paladar con mayor reclamo de azúcar en los nuevos vinos. Su percepción del umbral más alto para el dulce, quizás, relacionado, con una de las alteraciones del sabor hoy más dependiente del azúcar en el presente siglo XXI, donde la OMS ya recomendara en su directriz de 2015, reducir “tanto en adultos como en niños, la ingesta de azúcares libres a menos del 10% de la ingesta calórica total”.

Como telón de fondo económico, no cabe duda de la profunda transformación de los mercados ocurrida en los últimos cuatro años tras la irrupción de la COVID. Como corroboró a principios de año la propia OIV, es importante destacar “la disminución del consumo de China, con una pérdida media de 2 Mhl anuales desde 2018”. A todo ello se añade la reverberación de los conflictos y las “tensiones geopolíticas”, en particular el conflicto de Ucrania. Un panorama que a finales del 2023 no vio la luz con “las subsiguientes crisis energéticas, junto con las perturbaciones en la cadena mundial de suministro, que provocaron un aumento de los costes de producción y distribución.” Todo ello explica como “en el contexto de un panorama económico complejo, caracterizado por presiones inflacionistas a escala mundial, los principales mercados vitivinícolas experimentaron notables descensos en 2023.”

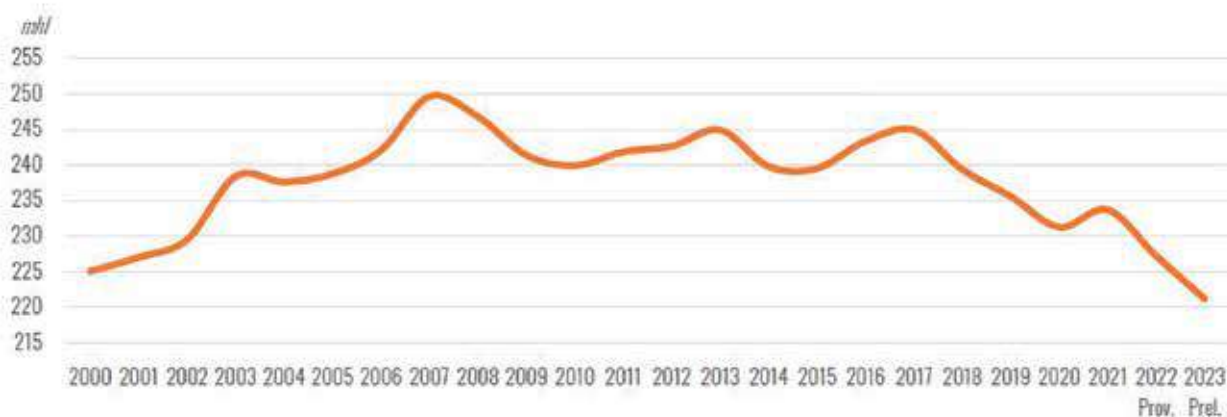
En la otra cara de la moneda, también juega una baza muy importante los vinos blancos como base en los llamados vinos espumosos. Aunque pueda también resultar paradójico en un relativo contexto de incremento en los costes y mayor austeridad en el consumo de bebidas de ocio, últimamente se imponen los vinos espumosos frente a la tradición de los vinos tranquilos. En efecto, los vinos espumosos (doble fermentación en botella, que viene a ser lo mismo que los prestigiosos champagne y también vinos cava) son los que mejor han resistido la inestabilidad de los mercados internacionales en los últimos años. Y eso, teniendo en cuenta además que las burbujas francesas y catalanas han cedido paso en las ventas al creciente empuje de los vinos prosecco italianos. Según datos del *Istituto Nazionale di Statistica transalpino*, “el valor de las exportaciones de vinos espumosos italianos en el exterior superó los **2.200 millones** de euros en 2023”.

Todo ello, quizás, pueda generar una cierta incertidumbre en la reacción que puedan tener los nuevos consumidores hacia el vino en un futuro, habida cuenta del cambio generacional que ha experimentado el tinto con vinos de largo paso por madera (grandes reservas, etc) cuyo consumo decrece cada año. Discernir si estos nuevos consumidores de vinos blancos “darán el salto” hacia otros vinos blancos de mayor estructura e incluso tintos, sigue siendo una incógnita.



Motivos para la esperanza.

En los registros que maneja el Observatorio Español para el Mercado del Vino, hay razones que apuntan a una cierta recuperación, aunque tímida del consumo ya que “a nivel interanual, con un volumen de 9,75 millones hl (TAM Mar 23-Feb 24), el consumo aparente de vino aumentó un +2,0%, rompiendo así la tendencia negativa de 2023.”





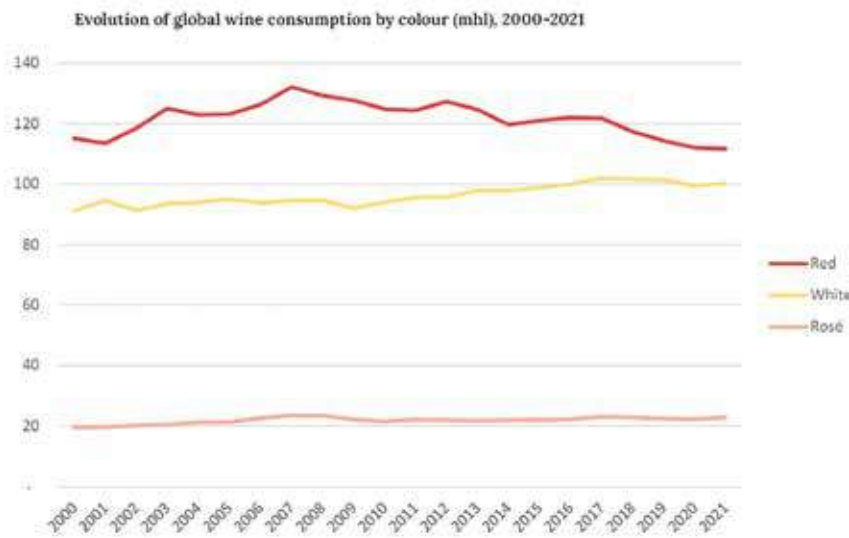
'Unión', de Benito Zapata. Imagen premiada en 2023

Una variedad airén que, en su contra, presenta un anonimato comercial por parte del consumidor. Hasta la fecha, más allá de las fronteras más puramente regionales los vinos blancos Airén no gozan de la popularidad de sus homólogas blancas como la variedad verdejo en España, el glamour y el escaparte mundial de la chardonnay y la Sauvignon Blanc (todas ellas, por cierto, también cultivadas en La Mancha). Sin embargo, su reclamo siempre ha estado presente para otros usos vinícolas. Desde que la filoxera arrasara a finales del siglo XIX la producción del viñedo europeo, la variedad airén se convirtió en bandera y motor de cambio en la industria vitivinícola manchega, como proveedor mundial. A todo ello, además, se suma la propia naturaleza organoléptica de los blancos airén, que si bien, no permiten un despliegue de virtudes barrocas en la copa, sí ayudan, desde su sencillez aromática, a una convivencia de ensamblajes para otros vinos blancos, aportando quietud y estabilidad de parámetros en acidez y alcohol.

Se añade al respecto el enorme potencial de los vinos propiamente manchegos. En este sentido, conviene subrayar que, si bien es cierto que los tintos (jóvenes) tempranillo (cencibel) han sido tradicionalmente los vinos con mayor proyección comercial en los mercados con una mayor respuesta en el embotellado por parte de las bodegas manchegas, lo cierto es que el universo varietal y el espectro de la superficie de viñedo acogido a la propia Denominación de Origen La Mancha refleja un músculo productor y una envergadura capaz de satisfacer la demanda global con absolutas garantías. Ahí están los datos de las variedades permitidas en el Pliego de Condiciones de la Interprofesión, donde la variedad blanca Airén, con sus 86.000 Ha cultivadas evidencia una capacidad de respuesta abrumadora.

mlf	2018	2019	2020	2021	2022 Prc.	2023 Prc.	23/22 % Var.	2023 % world
USA	33.7	34.7	37.9	33.7	34.3	33.3	-3.0%	15.8%
France	26.0	24.7	23.2	24.9	25.0	24.4	-2.4%	11.0%
Italy	22.4	22.6	24.2	24.2	22.4	23.8	+2.5%	10.9%
Germany	19.7	19.5	19.6	19.5	19.4	19.7	+1.6%	8.6%
UK	12.9	12.6	13.7	13.9	13.7	12.5	-2.9%	5.8%
Spain	10.7	10.2	9.2	10.3	9.6	9.8	1.7%	4.4%
Brazil	8.6	8.7	8.5	8.7	8.4	8.6	3.0%	3.9%
Argentina	8.4	8.5	9.4	8.4	8.3	7.8	-6.2%	3.5%
China	7.8	15.0	12.9	10.5	11.7	6.8	-24.7%	3.1%
Portugal	5.1	7.4	4.4	5.3	6.1	5.5	-9.2%	2.5%
Australia	5.3	5.8	6.0	5.6	5.4	5.4	-0.1%	2.4%
Canada	3.7	5.2	5.3	5.7	5.7	4.8	-5.6%	2.2%
South Africa	4.0	3.7	3.0	3.9	4.8	4.5	-1.8%	2.0%
Brazil	3.3	3.6	4.1	4.1	3.6	4.0	11.6%	1.8%
Netherlands	3.6	3.5	3.7	3.7	3.8	3.3	-9.2%	1.5%
Japan	3.5	3.5	3.5	3.7	3.2	3.2	2.0%	1.5%
Romania	3.9	2.2	2.6	3.7	2.5	3.0	20.1%	1.4%
Switzerland	2.4	2.6	2.5	2.6	2.4	2.3	-3.0%	1.0%
Austria	2.4	2.3	2.3	2.4	2.4	2.3	-2.1%	1.0%
Czech Republic	2.0	2.2	2.1	2.2	2.2	2.2	-3.2%	1.0%
Other countries	35.8	39.5	38.6	38.6	36.6	35.3	-3.8%	36.4%
World total	239	236	238	234	227	221	-2.6%	100.0%

Principales consumidores de vino a nivel mundial según datos de OIV en 2023



Evolución del consumo mundial de vino en el siglo XXI. Fuente, OIV

Parada, vino y fonda

Tras los pasos de la metamorfosis industrial del sector vitivinícola en La Mancha del siglo XIX con el ferrocarril.



DESCUBRIENDO LA MANCHA - José Ramón Luna de la Ossa

Un turista desciende del vagón e inmediatamente después, como gesto reflejo, se infunda sus gafas de sol para proteger la mirada del imponente sol de primavera. Estamos en La Mancha, viajamos en un tren cervantino que ha partido de la capital madrileña para alcanzar la meseta castellana en poco más de una hora y media de trayecto. Mientras reverberan en la mente las hazañas del hidalgo caballero la retina se posa en el paisaje dominado por el tapiz de viñedos en lontananza.

Sin duda, un viaje de ocio muy diferente del que pudieran emprender los primeros viajeros del siglo XIX en aquellos viajes de vapor, madera y largas paradas. Hoy, el (Eno)turismo se apoya en infraestructuras, más rápidas y funcionales, que vertebran La Mancha como el ferrocarril, para redescubrir los atractivos de los pueblos manchegos, cuyo peso y tradición cervantino, no pueden ser interpretados sin la llegada de aquel trazado ferroviario a La Mancha.

Rescatada del olvido por la inmortal novela, y aunque mencionada y apreciada por sus vinos en la corte madrileña del Siglo de Oro, hasta entonces, La Mancha había quedado relegada a una posición secundaria con el desplazamiento gravitatorio y centrífugo de la inversión en las zonas periféricas de la península.



Vino manchego como alternativa

Pero la llegada de la filoxera cambiaría radicalmente el panorama vitivinícola mundial. La plaga arrasaría el viñedo europeo, prácticamente, en tan solo unas décadas. Primero en Francia, en la región del Languedoc (1830-1840), para después devorar las vides españolas por las puertas de entrada portuarias, el valle del Duero por Oporto, Málaga y Gerona, en la península.

El aislamiento geográfico de La Mancha en el interior, con una mala comunicación de las vías terrestres hasta la fecha, jugó, sin embargo, una baza de protección en favor del viñedo manchego. En el último tercio del siglo XIX, La Mancha se convertirá en el principal proveedor de vino para toda Europa. Todavía hoy, esas cepas prefiloxéricas y centenarias o de pie de franco, escasamente productivas, son en cambio, un auténtico tesoro en la calidad de su fruto. Así lo sostiene el profesor del Departamento de Geografía de la Universitat de València, Juan Piqueras, quien analiza en el artículo 'La filoxera en España y su difusión espacial', la evolución y el impacto del insecto en el viñedo español (1878-1926), subrayando de manera inversa la edad dorada para el crecimiento del viñedo en aquellas zonas apenas afectadas. "En el corazón de la Mancha vitícola los suelos arenosos frenaron el avance la plaga y sobrevivieron a la misma sin necesidad de ser sustituidos por pies americanos. Los llamados pies francos autóctonos seguirían siendo mayoritarios en suelos arenosos, de tal suerte que todavía hoy, a comienzos del siglo XXI, más de la mitad del viñedo manchego está plantado sobre pies francos y sigue libre de la filoxera." Juan Piqueras sitúa en este periodo la expansión del "viñedo manchego que creció de 104.000 hectáreas en 1877 a 322.000 en 1915 y a 378.000 en 1926, convirtiéndose ya entonces en el más extenso de España."

La fisonomía urbana actual de muchos municipios manchegos debe su impronta al siglo XIX.

Quizá, podríamos situar los orígenes del ‘gran viñedo de Europa’ en este periodo donde el paisaje de La Mancha experimenta una intensa transformación como la evolución exponencial de la superficie de viñedo.

De hecho, de las cinco provincias castellanomanchegas, tan solo Guadalajara, que incluso a mediados del siglo XIX tenía la mayor superficie de vid, ya a comienzos de la II República, había reducido drásticamente el suelo destinado al viñedo.

EVOLUCIÓN DE LA SUPERFICIE DEL VIÑEDO EN CLM (1857-1931) HA

PROVINCIA	1857	1884	1909	1931
Albacete	15.711	31.000	68.786	71.725
Ciudad Real	29.356	67.000	115.628	158.600
Cuenca	28.148	28.000	47.470	79.093
Toledo	31.735	40.000	49.050	85.850
Guadalajara	37.417	20.000	24.700	5.633

Fuente: RODRIGUEZ TATO, Miguel Á. *El desarrollo del monocultivo vitivinícola en Castilla-La Mancha (1875-1900)*.

Paralelamente, asistimos al crecimiento vertiginoso de una industria vínica que se expande a otras ramas del sector como el alcohol y otros derivados para el suministro de holandas en el brandy o cognac francés. La Mancha asienta sus cimientos para el posterior crecimiento de un sector que en la actualidad representa el músculo productivo de la región castellanomanchega. Aparecen las grandes chimeneas como vestigios y testigos de la profunda transformación urbana de muchos municipios manchegos. El historiador manchego especializado en el siglo XIX, **José Ángel Gallego**, en su libro **Ferrocarril y transición al capitalismo en La Mancha 1850-1936** analiza “el proceso de transición al capitalismo en una amplia comarca de La Mancha, localizada en torno a Alcázar de san Juan, primer núcleo ferroviario en los destinos de Madrid a Andalucía y al Levante.”

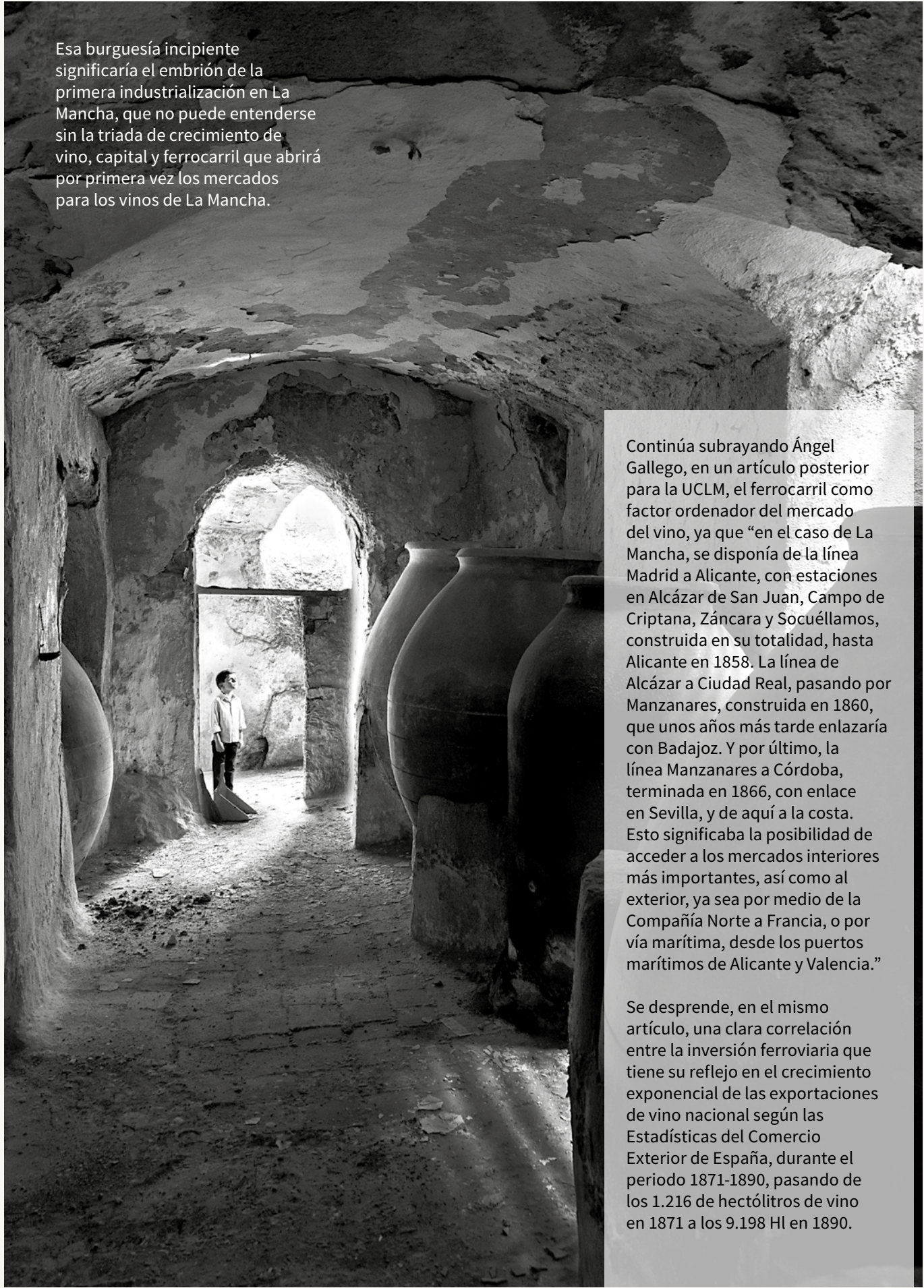


2000-AntonioRalesParra-x

“Gracias al tren, los vinos de La Mancha encontraron salida a los mercados exteriores”

Un proceso que tiene una fecha clave, 20 de junio de 1854, con la llegada del tren a La Mancha (Alcázar de San Juan, a la postre nudo ferroviario), provocando “importantes transformaciones económicas, sociales y también culturales, en todos los territorios afectados por la incidencia de este medio de transporte.”

Aparece, a juicio de Gallego, “un nuevo tejido productivo que gravita sobre el comercio de la vid, el vino y los alcoholes. Además, los procesos de capitalización que surgen, con presencia también de inversores foráneos, van generando un nuevo entorno social que acaba por superar la tradicional polarización entre terratenientes y jornaleros de etapas anteriores.”



Esa burguesía incipiente significaría el embrión de la primera industrialización en La Mancha, que no puede entenderse sin la triada de crecimiento de vino, capital y ferrocarril que abrirá por primera vez los mercados para los vinos de La Mancha.

Continúa subrayando Ángel Gallego, en un artículo posterior para la UCLM, el ferrocarril como factor ordenador del mercado del vino, ya que “en el caso de La Mancha, se disponía de la línea Madrid a Alicante, con estaciones en Alcázar de San Juan, Campo de Criptana, Záncara y Socuéllamos, construida en su totalidad, hasta Alicante en 1858. La línea de Alcázar a Ciudad Real, pasando por Manzanares, construida en 1860, que unos años más tarde enlazaría con Badajoz. Y por último, la línea Manzanares a Córdoba, terminada en 1866, con enlace en Sevilla, y de aquí a la costa. Esto significaba la posibilidad de acceder a los mercados interiores más importantes, así como al exterior, ya sea por medio de la Compañía Norte a Francia, o por vía marítima, desde los puertos marítimos de Alicante y Valencia.”

Se desprende, en el mismo artículo, una clara correlación entre la inversión ferroviaria que tiene su reflejo en el crecimiento exponencial de las exportaciones de vino nacional según las Estadísticas del Comercio Exterior de España, durante el periodo 1871-1890, pasando de los 1.216 de hectólitros de vino en 1871 a los 9.198 Hl en 1890.

Visionarios del vino



2000-El descargadero (Antonio Reales Parra)

Aparecen en este periodo del siglo XIX algunas figuras determinantes para entender la importancia del ferrocarril. El primero de ellos fue José María de Salamanca y Mayol, más conocido como el **Marqués de Salamanca**. Este aristócrata, nacido en Málaga y formado en sus primeros años en los ambientes opositores a Fernando VII, tuvo talento y olfato para los negocios, destacando por sus inversiones durante el reinado de Isabel II. Suya fue la iniciativa en el trazado de Madrid-Aranjuez que posteriormente se extendería hasta Tembleque (Mancha toledana) y para terminar llegando a Alcázar de San Juan y de ahí a Alicante. Se abrirían entonces nuevas salidas a los mercados portuarios para los vinos de La Mancha.

El otro nombre importante será Francisco de las Rivas y Ubieta, también conocido como **Marqués de Mudela**. Este comerciante vasco, afincado en Madrid fue el precursor de la comercialización moderna de los vinos manchegos. Como apunta, Vicente Torres, historiador manchego la figura del Marqués de Mudela “fue muy importante para La Mancha porque, al contrario que otras personas que compraban tierras, él se dedicó a **modernizar** las que adquiría”, afirma Vicente Torres.

Algunas crónicas del momento como la recogida en el diario *El Imparcial* en 1882 así se hacían eco de la prosperidad vertida por sus negocios:

“Hizo fecunda a la misma esterilidad. Cubrió de verdes pámpanos el clásico arenal por donde pasearon D. Quijote y Sancho su locura y su buen sentido. Pueblos donde la miseria dominaba, son hoy, gracias al Marqués de Mudela, ricos y bienandantes [...] Este siglo, naturalista por esencia, no puede menos de poner una corona en esa tumba donde yacen los restos del Colón de La Mancha.”

“Aunque latente anteriormente, con el siglo XIX el viñedo dominará el paisaje manchego”

Explosión demográfica

El viñedo como factor fijador de la población encuentra su explicación en este contexto, con municipios manchegos que no solo aguantan como zona densamente pobladas frente a la gran ciudad, sino que incluso aumentan a finales de siglo su población. José Ángel Gallego encuentra la justificación del crecimiento demográfico en este periodo cuando “lleva a **multiplicar** la práctica totalidad de **las poblaciones** de La Mancha Central por tres y en algunos casos por cuatro y por cinco”.

Con la llegada del tráfico por carretera, una mejora de las comunicaciones irá sustituyendo al tren para el transporte masivo de mercancías. La llegada de los camiones cisterna y otros medios garantiza una mayor calidad en el trasvase de las mercancías vinícolas. Los trenes responden a nuevas demandas viajeras en el siglo actual contemporáneo.

Aunque la semilla del progreso se había sembrado en La Mancha, la gran demanda vinícola implicaría una respuesta estructural del sector que también asiste a una paulatina modernización. Los profesores Pablo Martín y Jose Antonio Negrín, de las Universidades Autónoma de Madrid y Castilla-La Mancha, respectivamente, explican de manera sucinta la importancia del ferrocarril como eje vertebrador del mercado del vino para La Mancha en un artículo sobre en el IV Congreso de la Historia Ferroviaria (2006). “Una mayor producción y un mercado más exigente hacen necesaria una mejor rentabilidad de las cosechas”.

Dentro de las opciones cooperativas, y también el vino común para su embotellado en destino, aparece asimismo una preocupación enológica en “una selección de variedades de uva, incluso incorporando tipos desconocidos hasta ahora en La Mancha, (...) que hacen necesarias una mayores inversiones en sistemas de riego. Es aquí donde los Consejos Reguladores juegan un importante papel, intentando garantizar la máxima calidad de los vinos.



Descanso tras arar la viña. 1984, Jaime Villena

Sin embargo, quedan todavía las cicatrices urbanas e industriales de aquella primera expansión económica en La Mancha del siglo XIX. Las imponentes torres de alcoholeras que hoy cobijan nidos de bucólicas cigüeñas o alguna que otra ruina de bodegas (Río Záncara, muy cerca de Pedro Muñoz) emergidas al abrigo de la estación de ferrocarril, hoy sumergidas por el paso del tiempo.

El respeto a las cepas viejas

Cuando la veteranía es grado



Imagen de un viñedo de cepa en vaso, airén

Se han convertido en el último reclamo de muchas bodegas. Una longevidad de décadas, incluso centurias, que conlleva una distinción comercial de calidad. La presencia senil de algunos viñedos, asegura, según los expertos, una calidad en el fruto, que compensa su merma productiva, para elaboradores. Aunque, en otras ocasiones pone en entredicho la rentabilidad final de las explotaciones.

Agotadas por el devenir de los años, la vid, con años y vendimias a sus espaldas leñosas, llegan al final de cada ciclo, sabias y pacientes. No se exceden de carga y si han sido tratadas con respeto viticultor, suelen regalar la cosecha “ideal” anhelada por los enólogos en bodega.

Una viña de cepas viejas es también sinónimo de tradición, herencia y respeto por nuestros ancestros. Vestigios de aquella “sufrida” agricultura de nuestros abuelos, aquellas que sobreviven sin ser arrancadas, a salvo del tedio, el olvido y el relevo generacional, se convierten, con suerte, en el bastión de calidad de algunas parcelas seleccionadas. Incluso, aquellas más afortunadas, sobreviven como parte del patrimonio antropológico y cultural que algunas bodegas llaman “paraje”, en un trazado de coordenadas geodésicas que solamente, el viticultor y unos pocos aparceros mantienen en secreto.



Viñedo en vaso con molinos de viento al fondo

¿Cuándo se consideran viejas?

Ahora bien, cuando la excelencia se reitera y la unicidad es recurrente, conviene matizar qué entendemos por cepas viejas. En términos agrónomos, una cepa vieja es aquella que supera, como mínimo, las tres décadas de vida. Su madurez es plena con una formación radicular expandida que le permite un mayor apego al terruño. La mayor profundidad de sus raíces en cambio le resta vigor productivo tal y como le sucede a los propios seres humanos, cuyo ímpetu se misura con los años.



Airén de secano, 'pie franco', con antigüedad casi centenaria

En La Mancha es fácil localizarlas en vaso, con un sistema de conducción tradicional desde hace años. Ello hace que requieran mayores cuidados durante el año, junto a una vendimia final, manual, que genera mayor esfuerzo y tiempo para el agricultor. Además su rentabilidad es baja cuando el productor no equipara sus ingresos con los costes de producción invertidos.

Su aspecto es robusto, con un tronco grueso. Aunque se las reconoce mejor por sus racimos, pequeños y compactos. Es aquí donde radica su expresión más fidedigna de la tierra que las vio nacer. Sus bayas más compactadas tienen una mayor concentración de azúcares y polifenoles que posteriormente permiten obtener vinos vivos, con nervio, frutales y potentes. Aptos para la guarda en crianza, si se prefiere.

El resultado son vinos de graduación alcohólica alta, de cuerpo y estructura. La joya de la corona en elaboración para muchas bodegas por su producción limitada.

La sabiduría de las cepas viejas radica en su resiliencia y capacidad de recuperación. En aquellas variedades autóctonas, además, las cepas viejas, por su fuerte carácter resistente a plagas, enfermedades e inclemencias de la meteorología como los prolongados ciclos de sequía, son una garantía de sostenibilidad para el futuro.



Imagen de viñedo antigua, cedida por M^a Carmen de la Calle

La Mancha, solaz llanura centenaria

Aunque es cierto que la superficie viticultora se reduce con los años, La Mancha sigue siendo el viñedo de Europa en hectáreas de viñedo cultivadas. Detrás de variedades de fuerte carácter autóctono como la blanca Airén (más de 86.000 Ha) y la Cencibel o Tempranillo (29.000 ha aproximadamente) se circunscribe una historia implícita de tradición centenaria. Sin ir más lejos, precisamente, la ubicación “aislada” en el interior de la Península Ibérica dejó a La Mancha durante el siglo XIX en una posición protegida de la temida filoxera. La mayor plaga de la historia, que devoró prácticamente todo el viñedo europeo, llegó tarde a la llanura manchega. Incluso, existen determinados parajes donde la vid sobrevivió al contagio. Hoy estas plantas, conocidas como cepas de *pie franco* han podido llegar intactas a nuestro siglo XXI, convirtiéndose en viñedos de apreciado valor antropológico.



Cencibel o tempranillo

La estampa refleja una raigambre innegable y sucede prácticamente lo mismo para el resto de la vid en la comarca manchega, donde todavía un gran porcentaje de viñedos son conducidos en vaso.

Es el lento metabolismo de sus vides transmitido en sabiduría inmaterial para las generaciones venideras. Asegurar su pervivencia en un equilibrio gradual de respeto y rentabilidad es de alguna manera la capacidad de resistencia a los envites del futuro.

Rocío Valentín, Presidenta de la Ruta del Vino de La Mancha

“La sostenibilidad y el arraigo van de la mano en el enoturismo”



Madrileña de nacimiento aunque “tomellosera con orgullo” y psicóloga de formación, conversamos con la Presidenta de la Ruta del Vino de La Mancha. Edil responsable de Turismo por el ayuntamiento del municipio de la pintura, Plinio, los bombos y las cuevas, Rocío Valentín lleva en el tuétano su inclinación por el enoturismo. Recuerda cuando apenas en sus primeros pasos, “con tan solo 2 años, de la mano de mis padres, me enseñaron el amor y respeto a la vid, sus valores y su tradición”. Una curiosidad despierta por conocer de cerca la realidad vinícola que ahora “defiende con gran responsabilidad” al frente de la Ruta del Vino de La Mancha.



Rocío Valentín, presidenta de la Ruta del Vino de La Mancha en la inauguración de la muestra “Tomellos Sabor”

¿Cómo se ha renovado la ruta desde su refundación?

Se ha renovado recuperando la esencia de Caminos Manchegos, lo ha hecho con ilusión, con muchas ganas y con mucha fuerza. Una Ruta convencida del potencial que tiene y de todo lo que tiene por ofrecer. Se ha renovado en cuanto a ideas, actividades, y sobre todo lo ha hecho con una visión amplia y fresca del enoturismo, proyectando unos objetivos muy claros.

Tras el punto de inflexión de la pandemia, ¿qué retos afronta?

La pandemia supuso un antes y un después. La Ruta del Vino de La Mancha tenía por delante el reto de recuperar el enoturismo, de demostrar la capacidad de resiliencia que tenía. No solo lo consiguió, si no que a día de hoy, tras haber apostado por nuevas propuestas, nuevas acciones de promoción y buscar mercados potenciales, continua con una tendencia al alza y sobre todo con una mentalidad renovada, fresca, y abierta a nuevas opciones que hagan crecer cada vez más y mejor a La Ruta del Vino de La Mancha.

Dígame tres razones para visitar La Mancha y disfrutar de sus vinos.

Me lo pone difícil, porque son infinitas las razones que podría darle, pero si tengo que elegir, le diría que La Mancha se tiene que visitar por su gente, por su patrimonio y por su gastronomía. Ser castellano-Manchego es sinónimo de hospitalidad, de trabajo, de valores. Nuestra región posee un rico y amplio patrimonio con el que sorprender al visitante, y por supuesto, una gastronomía variada con la que maridar sus vinos y conquistar.

Sostenibilidad y arraigo. ¿Cómo podemos hacer que un (eno)turista que visita La Mancha repita en su ruta?

La sostenibilidad y el arraigo van de la mano en el enoturismo, se ha creado un modelo de turismo que respeta y enriquece las comunidades y su entorno, que beneficia al visitante, y que además fomenta una conexión única con el mundo vitivinícola. Partiendo de esa base, ofrecemos experiencias únicas, experiencias que hagan que el visitante recuerde esos momentos siempre, que descubra sus rincones, su gente, que se empape de sus mágicos atardeceres, de paseos por los viñedos, de historia, y que lo haga en torno a una copa de vino, de nuestros vinos.

Por desconocimiento o motivos económicos, hay bodegas y municipios que todavía recelan del enoturismo. ¿Qué argumentos defiende para que se suman a la Ruta?

Son múltiples los argumentos que podría darle a las bodegas, municipios, y negocios en torno al vino susceptibles de pertenecer a la ruta, que son muchos, ya que pueden beneficiarse significativamente. El enoturismo es una nueva fuente de ingresos para ellos, así como promoción de la marca, aumento de la visibilidad, se generan nuevas colaboraciones con otros socios de La Ruta, se fomenta la cultura del vino, y todo ello se traduce en un incremento del turismo de experiencia, desarrollando nuevos productos y creando nuevas tendencias.



La pandemia supuso un antes y un después para La Ruta

¿Cuáles son las perspectivas para 2025? ¿Crecimiento en destinos, asentamiento de la Ruta y estabilidad del proyecto?

Tenemos perspectivas ambiciosas para el 2025, porque en efecto, uno de nuestros objetivos es crecer en municipios y socios, y de esta manera poder nutrir nuestra oferta y multiplicar las posibilidades que brindar al visitante. Recientemente hemos renovado la certificación de La Ruta, lo que quiere decir que hacemos las cosas desde la calidad y la excelencia, lo que fideliza y asienta las bases de trabajo. Nuestro proyecto es estable, y su crecimiento a todos los niveles es cada vez mayor, teniendo presencia en ámbito nacional e involucrándonos en proyectos internacionales.

Una Ruta con las bases claras, definidas, con ilusión, con ganas, con ideas, con materia prima, y con un proyecto que camina de la mano de sus socios hacia el crecimiento en todas sus vertientes, y que estoy segura que La Ruta del Vino de La Mancha, con el sello que la caracteriza y la huella que deja a quien la visita, estará cada vez más presente en todos los rincones y corazones.

Rosa Melchor, Alcaldesa de Alcázar de San Juan y Presidenta de ACEVÍN

"No me imagino un recetario de comida mediterránea sin vino".



Rosa Melchor, Pta. de Acevin, apuesta por el enoturismo como motor de desarrollo

Saltó a la fama en enero de este año, cuando Forbes la mencionó dentro de las “treinta mujeres más influyentes del turismo en España. Sin embargo, el entusiasmo por el enoturismo de la Presidenta de Acevín (Asociación Española de Ciudades del Vino) viene de años atrás. No concibe una demonización del vino en la gastronomía, y por ello su mayor anhelo, también, según reconoce, es conseguir un justo reconocimiento para los vinos de La Mancha en las cartas de los restaurantes.



Rosa Melchor en la última edición de la Feria de los Sabores

¿Cómo fue su primera vez en una experiencia enoturística?

Apasionante. Realmente el poder conocer nuestro país con una copa de vino en la mano es una gran oportunidad. No solo conocer las muchísimas variedades de uva que tiene España y cómo se elaboran buenos vinos en todo el territorio español si no también la oportunidad de conocer sus paisajes, su patrimonio y su gastronomía.

¿Cómo ha cambiado el enoturismo precisamente después de la COVID?

Como para el resto del turismo, para el enoturismo el COVID supuso un parón, pero también nos dio la posibilidad de que muchos visitantes nos conocieran como un turismo de proximidad, puesto que estamos en todas las comunidades autónomas, y de cercanía, ya que el trato que dispensamos a nuestros visitantes es personalizado y cercano. Nada de masificación, trato humano y específico. Todo esto nos ha permitido retomar cifras de visitantes y superarlas después de la pandemia.

Cuatro años después, en enero de este 2024, Forbes le menciona dentro "Las 30 mujeres más influyentes del turismo en España". ¿Ha sido fundamental la incorporación profesional de la mujer al sector (enólogas, comerciales, ejecutivas, comunicadoras) para el definitivo despegue del enoturismo en España?

Creo que como en el resto de los sectores llevamos en el turismo desde hace mucho tiempo, lo que por fortuna para la sociedad ha cambiado es que estemos en puestos de responsabilidad y de ese modo se pueda visibilizar nuestro trabajo. Ese es uno de los motivos que me llevo a aceptar esta mención no como algo personal si no como reconocimiento a las muchas mujeres invisibles que han traído el turismo hasta nuestros días y que han contribuido a que hoy seamos lo que somos.

Estoy pensando en hacer una escapada a una zona vinícola ¿qué

debería cumplir el plan de viaje?

Debes ir con ganas de disfrutar, de relajarte y de ser bien tratado, tengas la edad que tengas y vayas con quien vayas, lo demás; el vino, la comida, la naturaleza, las experiencias y haceros la vida más fácil ya lo ponemos nosotros.

¿Se puede disfrutar de una experiencia enoturística con menos de 30 años o eso queda para los “viejunos” a los que les gusta el vino...?

Claro que sí. Casi me atrevería a decir que se puede y se debe. Es una oportunidad única de realizar actividades al aire libre, de conocer nuestro país y disfrutar de nuestra gastronomía y nuestros vinos. Y nada de eso es incompatible con la juventud ni con el no ser un experto en vinos. Este turismo es para quienes no lo son, los expertos son los que nos enseñarán bodegas, museos y viñas y los jóvenes a disfrutar.

Crisis de precios, caída de consumo e incluso ciertas políticas restrictivas en el etiquetado. Hay quien vislumbra "nubarrones" para el sector. ¿Cómo puede el enoturismo apuntalar su crecimiento en este contexto?

Yo soy de la opinión de que de las situaciones complicadas y difíciles, siempre se pueden sacar cosas positivas, o de que hay que ver el vaso medio lleno, no medio vacío, y en este sentido creo que el sector uniendo todas las sinergias que están relacionadas con él puede seguir creciendo, hay muchos avances que ya se han realizado pero aún queda trabajo por hacer, creo que el turismo experiencial relacionado con el vino tiene mucho recorrido aun, hay mucha oportunidad de negocio en él, mucho empleo que generar y mucho crecimiento económico para las zonas donde se desarrolle, cada vez son más las personas, las familias dosificamos nuestras vacaciones o aprovechamos fines de semana o puentes para hacer escapadas a conocer nuestro propio país, que en muchas ocasiones conocemos menos que el

extranjero, y es ahí donde tenemos que aprovechar para ofertar destinos con calidad a los lugares donde se produce nuestro vino, aprovechar el gran patrimonio cultural y etnográfico que tiene nuestro país en cualquiera de sus rincones y fabricar con todo esto destinos atractivos, con encanto y con calidad que llamen la atención del turista.

Igual que no podemos desligar nuestro pasado de la cultura clásica (latín, derecho, filosofía, tradición, gastronomía,) ¿se imagina un recetario de la Dieta Mediterránea sin vino?

Pues sinceramente no, el vino desde la antigüedad ha formado parte de la evolución cultural y social humana, en cualquier celebración desde la antigüedad a nuestros días se come y se bebe, es un gran placer compartir una buena comida con familiares o amigos, en cuya elaboración es posible que este el vino, pero el placer es ampliado si la acompañamos con alguno de los excelentes caldos que hoy por hoy se elaboran en nuestro territorio, por lo tanto no me imagino un recetario de comida mediterránea sin vino.

En La Mancha, tenemos la inmortal novela, buenas comunicaciones y una tradición centenaria en el viñedo pero a veces, la hostelería sigue ofreciendo otros vinos. ¿Nos falta concienciación o más confianza en lo nuestro?

Pues lamentablemente aún sigue pasando esto y para evitarlo no paramos de trabajar, cuando viajamos a cualquier zona vitivinícola de nuestro país, los vinos que en esta zona se producen forman parte principal



de las cartas en los restaurantes, no nos imaginamos ir a Galicia y no encontrar un Albariño en las cartas de sus restaurantes, tampoco nos imaginamos visitar Aranda de Duero y no encontrar en sus restaurantes un buen Ribera del Duero; ¿por qué cuando vamos a algunos restaurantes de La Mancha no encontramos vinos de la D.O. La Mancha, cuando hoy por hoy nuestros vinos tienen igual o superior calidad que los mejores de otros territorios? Pues esto es lo que tenemos que cambiar, trabajar mucho con el sector de la hostelería. Ya está cambiando esta realidad y seguiremos trabajando hasta cambiarla por completo y que cuando



Rosa Melchor con miembros de la Ruta del Vino de La Mancha y Jordi Hereu, Ministro de Industria y Turismo

alguien visite nuestra tierra y vaya a comer los estupendos manjares que ofrecen nuestros restaurantes encuentren en los lugares principales de sus cartas vino de La Mancha.

En España todavía seguimos con el temor a pedir una copa de vino sin quedar como un "esnob". ¿Cómo poner de moda algo tradicional y genuino como el vino sin caer en el postureo de las redes sociales?

Pues apostando por la sencillez, siempre he pensado que en este sentido menos es más, y cuando hablamos de vinos pues igual, hay que dejarse de esnobismos e ir a lo que nos gusta, si conocemos una variedad que nos gusta pedirla sin complejos y si somos más de probar otras cosas pues hacerlo con total normalidad, hay que beber el vino que nos guste y como nos guste porque eso nos hará disfrutar, todo lo contrario del postureo que ya está sobradamente demostrado que en la mayoría de las ocasiones no nos

genera placer, la vida hay que vivirla y disfrutarla haciendo las cosas que realmente nos gustan, con autenticidad, sin dejarnos llevar por las vidas que otros intentan transmitir por las redes que en la mayoría de las ocasiones no son reales.

Las nuevas tendencias apuntan hacia vinos blancos, más suaves y afrutados. ¿Ha llegado la hora del airén manchego o seguiremos recurriendo a otros productos?

Pues pienso que sí, aunque es cierto que siempre ha sido la hora del Airén manchego, es el vino que se ha consumido por la mayoría de la población de nuestra tierra de siempre, el vino que se llevaban los agricultores y trabajadores al campo, y la variedad con más hectáreas en producción de nuestra Denominación de Origen, es un vino de paladar agradable, fresco y ligero, a mí me gusta mucho.

Lacrima Terrae, deconstruyendo los mitos del vino

Dentro de la explosión comunicativa del vino en las redes sociales, descubrimos a Lacrima Terrae, un nuevo relato del vino, en clave femenina, “divertido y al alcance de cualquiera”.



Son Alba y Sofía de 'Lacrima Terrae'

Las hermanas Atienza (Alba y Sofía) saltaron a la fama, cuando la Confederación Española de Consejos Reguladores del Vino (CECRV) les otorgó el Premio a la difusión de la cultura del vino dentro de los actos del 'Día Vino Do'. Desde entonces, su perfil de Instagram no ha parado de crecer en volumen de seguidores.

Su receta, sencilla y directa, pero cuidada y elaborada en el contenido: sencillos tips o píldoras divulgativas para consumo ágil que responden a las dudas más comunes de cualquier aficionado al vino.



¿Qué es Lacrima Terrae y qué propone?

Lacrima Terrae es a la vez una plataforma de divulgación de vino y una comunidad de más de 200k personas que quieren disfrutar del vino sin sentir “que no tienen ni idea”.

Proponemos que hay una forma sencilla, práctica y cercana de hablar de vino que minimiza los obstáculos que experimenta la gente cuando quiere beber vino. Buscamos también hacer de puente entre el sector del vino y los consumidores. Para ello hacemos lo siguiente:

- *Enseñamos conocimiento de vino de una forma sencilla y divertida*
- *Recomendamos productos y experiencias relacionadas con el vino*
- *Cuestionamos que haya una única forma “correcta” de beber vino*
- *Ayudamos a bodegas, marcas e instituciones con su comunicación*

¿Son de aquellas amigas *winelovers* que se presentan a una cena de invitados siempre con una botella?

*No nos definimos como *winelovers*, sólo como aficionadas al vino, pero sí somos las amigas que siempre llevan una botella de vino a una cena jajaja. Nos parece un detalle del que pueden disfrutar todos los invitados, nos resulta más fácil elegir y sabemos que nuestros amigos lo agradecen, y además tenemos mucho vino en casa.*

Cuando “todos somos influencers” y construimos nuestro relato en las redes sociales, cómo hacer atractivo el vino con la saturación de contenidos.

Para nosotras es clave:

- *Poner siempre al usuario en el centro y pensar en qué contenido le aporta valor y le resulta útil. Se podría resumir en pensar en “qué quiere escuchar” la gente en lugar de “qué le quiero contar”.*
- *Hablar en un lenguaje sencillo y cercano, sin tecnicismos.*
- *Tener un objetivo (saber qué quieres conseguir con tu comunicación) y un estilo propio, y ser constante y coherente a lo largo del tiempo.*
- *Que Lacrima Terrae, como marca, sea real, transparente y cercana, y que esté al mismo nivel que cualquier otra persona de la comunidad. No queremos adoctrinar a nadie ni dar lecciones.*

También nos inspiramos en personas que hacen divulgación y crean contenido en otros sectores.

**Precisamente,
la propia CECRV
reconocía vuestra
labor pedagógica con
un reconocimiento**

Sí, nos hizo muchísima ilusión que nos dieran un reconocimiento “por hacer que el mundo del vino sea algo sencillo, divertido y al alcance de cualquiera”.

Desde el inicio hemos buscado que el sector del vino sintiera que la comunicación que hacíamos era rigurosa y que, a pesar de simplificar los mensajes y quitarle capas de complejidad al vino, poníamos el producto y todo el trabajo que hay detrás en valor. Creemos que es la única forma de trabajar juntos para conseguir que el sector mantenga su relevancia y se adapte a las nuevas formas de consumo.

Que la CECRV nos premiara por nuestro trabajo es una prueba de que lo estamos logrando.

“Siempre hemos tenido la (frustrante) sensación de que no sabíamos lo suficiente”. Quizás es porque con el vino, ¿nunca se deja de aprender...?

Es cierto que el mundo del vino es inherentemente complejo (hay muchas regiones, uvas, estilos de vinos...), y cuanto más te metes en el mundo más te das cuenta de todo lo que te queda por aprender.



El nuevo consumidor del vino no busca tanto conocimientos sino experiencias

Pero también es cierto que hay un lenguaje propio que es difícil de entender para las personas que no pertenecen al sector o que simplemente disfrutan de tomarse una copa, y toda una serie de “reglas” de cómo deberíamos consumir (la copa correcta, la temperatura correcta, no le echas hielo...) que dificultan que el vino amplíe sus momentos de consumo.

Esto lleva a que muchas personas sientan “que no saben lo suficiente” para poder disfrutarlo, o lo que es peor, que pueden hacer algo mal y que les juzgen por ello. Y eso es una gran barrera al consumo, porque muchas veces es más fácil pedirte una cerveza que intentar entender la carta de vinos o explicarle al camarero o sumiller qué tipo de vinos te gustan.

De hecho, como anécdota, la frase que más nos dicen cuando contamos que nos dedicamos al mundo del vino es “me encanta el vino, pero no tengo ni idea”. Como avisándote para que, por favor, no les hagas un examen ni les juzgues por su falta de conocimiento.



Políticas más restrictivas con el alcohol en Europa, el vino fuera de la Dieta Mediterránea y un consumo mundial que no remonta años después de la pandemia. ¿Es justificado el pesimismo del sector?

Nosotras confiamos en que el sector se va a adaptar a los retos y a las nuevas formas de consumo, igual que han hecho otros sectores en otros momentos.



El tándem de Lacrima Terrae ha revolucionado la comunicación del vino en las RRSS

Catas, promociones, eventos, sin embargo, la hostelería (especialmente la madrileña se resiste a la penetración de otros vinos). Por historia, tradición y envergadura. ¿Creen que le corresponde un mayor protagonismo a los vinos de La Mancha?

En general hay ciertas regiones que están muy consolidadas. Son las que más se ofrecen y a la vez son las que más conoce el consumidor. La pregunta es: ¿se ofrecen porque los consumidores las reclaman, o las reclaman porque son las que más se ofrecen? En nuestra opinión en España hay una variedad maravillosa y hace falta visibilizar más regiones, y sobre todo facilitar que la gente pruebe sus vinos. Una vez las personas han probado un vino y les ha gustado son mucho más propensas a elegirlo y recomendarlo.

Los vinos de La Mancha, mecenas del arte

El Consejo Regulador entrega en el Centro Cultural San Marcos de Toledo una nueva edición de sus Premios Vino & Cultura 2024



Foto de familia de los Premiados

El vino con Denominación de Origen La Mancha volvió a romper una lanza en favor del mundo del arte con la entrega de sus Premios Vino & Cultura 2024. Unos galardones, de carácter anual, organizados por el Consejo Regulador que aglutinan a las diferentes categorías de los respectivos concursos de fotografía digital, relato literario 'Lorenzo Serrano' y pintura rápida, fallados durante el pasado verano.

A estos galardones, se añadieron también los reconocimientos en materia de restauración a aquellos establecimientos que persiguen la excelencia en la calidad de su servicio, contando con los vinos de La Mancha como aliados de su propuesta gastronómica. De hecho, en la categoría de Restauración, se premiaron tres locales de diferentes localidades de La Mancha toledana como Templeque, Miguel Esteban y Consuegra, con lote de vinos DO La Mancha, valorado en 1000, 750 y 500 €, respectivamente, para la Escuela de Hostelería de Castilla-La Mancha en Templeque, El Labriego y Tapería Gaudy.

Maridaje de Vino y Cultura

En palabras del propio Presidente del Consejo del Regulador con estos Premios *Vino & Cultura 2024* se “pretende afianzar más la cultura y el vino, sin olvidarnos de las de sus tradiciones asociadas, ya que la cultura ha sido muy importante dentro de la DO y dentro de la tradición vitivinícola”, afirmó Carlos David Bonilla, quien además, manifestó su preocupación por disociar al vino de su historia en el Mediterráneo cuando “hay quien hoy pretende excluir al vino, un producto clave para que en una comarca como La Mancha pueda desarrollarse una economía sostenible, no sólo desde el punto de vista mediambiental, sino también desde su vertiente económica y social.”

Unas palabras corroboradas por la vicealcadesa de Toledo, Inés Cañizares, asistente al acto, al señalar “al vino como fuente de inspiración, una herramienta para conquistar, enamorar y deleitar todos los sentidos”.

Toledo como epicentro

Unos galardones que fueron entregados en el Centro Cultural San Marcos de la capital toledana en un claro guiño a la ciudad imperial, sede de la Diputación Provincial de Toledo, entidad que ha patrocinado esta XXII edición de los Premios *Vino & Cultura 2024*. En su intervención, precisamente, la Diputada Delegada de Medio Ambiente, Agricultura y Ganadería, Marina García, subrayó la importancia de la provincia toledana dentro de la Denominación de Origen. En la actualidad, con cerca de 2.800 inscritos y más de 27.000 hectáreas acogidas, un pilar fundamental de las cuatro provincias que sostienen y conforman la Denominación de Origen La Mancha.

En este sentido, dentro de la mesa presidencial, el Secretario General de la Consejería de Agricultura de Castilla-La Mancha, Miguel Ángel Cabezas, quiso alabar el valor de esta Denominación de Origen, por “su trayectoria fructífera de éxitos, de tranquilidad, de bien hacer, de buena gestión, y eso, desde el gobierno regional, no solo se evalúa, sino que se apoya de manera extraordinaria”.

Premios honoríficos

El toque más emotivo de la noche llegaba con la entrega de los Premios de carácter honorífico donde el Consejo Regulador quiso reconocer el trabajo y la trayectoria de todas “aquellas personas, instituciones y entidades cuya labor se cimienta en la divulgación de la cultura del vino”.

PREMIOS HONORÍFICOS VINO & CULTURA 2024	
‘Festival de los Sentidos’, <i>La Roda (Albacete)</i>	Premio ‘Iniciativa Enoturística’
Jesús Arenas, humorista. <i>Director artístico de Gacha’s comedy</i>	Premio ‘Amigo del vino’
M ^a del Carmen López, <i>enóloga en ‘Bodegas Latúe’</i>	Premio ‘Catadora del Año’
Alfonso Silva, <i>miembro del comité ejecutivo de Empresarios de Hostelería y Turismo de Toledo</i>	Premio ‘Al gusto’
Cristina Bravo, <i>directora de informativos en RNE</i>	Premio a la Divulgación de la Cultura del Vino
Antonio Morata, <i>profesor de la Universidad Politécnica de Madrid</i>	Premio ‘Investigación del vino’
FERCAM (<i>Ayto. de Manzanares</i>)	Premio ‘Fidelidad al vino’
César José Velasco Almodóvar	Premio ‘Maestro del vino’
Ramón Alcarazo, <i>exgerente de Bodegas Yuntero</i>	Premio ‘Vida dedicada al vino’
Blas Pardilla, <i>exgerente de Coop. Cózar de la Sierra</i>	
Jesús Moreno, <i>Pte. DO La Mancha (1982-88)</i>	Insignia de Oro

Alfonso Silva, Premio 'Al Gusto': *"He heredado de mi padre el gusto por compartir el vino con amigos como bálsamo para la vida"*



Alfonso Silva



Jesús Arena

Jesús Arenas, Director artístico del 'Gacha's Comedy': *"Deberíamos estar orgullosos del vino y del humor, dos estandartes de La Mancha"*.

M^a del Carmen López, 'Catadora del año': *"La pasión por el vino me viene desde mis abuelos"*.



María del Carmen López



Blas Pardilla

Blas Pardilla, ex-gerente de Coop. Cózar de la Sierra Premio 'Vida dedicada al vino': *"Este homenaje se lo dedico a la Cooperativa de Cózar en su 60º aniversario"*



Escuela de Hostelería de Castilla La Mancha en Tembleque, primer premio en Restauración



Restaurante El Labriego, segundo premio en Restauración



Tapería Gaudy, tercer premio en Restauración

Ramón Alcarazo, ex-gerente de Bodegas Yuntero, Premio 'Vida dedicada al vino':
"en toda mi trayectoria profesional agradezco siempre el apoyo de los presidentes y socios que ha tenido Yuntero".



Ramón Alcarazo



Julián Nieva

Julián Nieva, alcalde de Manzanares (FERCAM) Premio 'Fidelidad al vino':
"FERCAM es una feria de negocios al servicio de un sector muy importante en nuestra tierra"



Antonio Morata

Antonio Morata, Premio 'Investigación del vino': "Hemos sido una potencia en investigación enológica en España"



Festival de los Sentidos



César Velasco.

César J. Velasco, Premio 'Maestro del Vino': "Me considero más aprendiz de bodeguero que maestro".

Ismael Alonso, 2º Premio en Certamen Literario: "El vino es también cultura así que estoy muy agradecido"



Ismael Alonso



Nuria García

Nuria García, 1º Premio en Certamen Literario: "Es la primera vez que gano un concurso literario en esta Comunidad Autónoma"



Cristina Bravo

Cristina Bravo, Premio 'Divulgación de la Cultura del vino': *"El vino significa transformación económica en los pueblos de La Mancha pero también cultura, amistad, costumbre, conciencia y celebración"*

El acto se cerraba con la emotiva entrega de la insignia de oro para Jesús Moreno, Presidente del Consejo Regulador de 1982-88, como figura clave de la historia de la Denominación de Origen La Mancha, en "aquellos años de crecimiento y consolidación de la democracia en España, apertura al mercado común Europeo y otros retos para la sociedad manchega."

Una cita con los Premios Vino & Cultura 2024 que tomaba el relevo al intenso mes de octubre promocional iniciado con la VI Fiesta de la vendimia en Onda Cero.



Jesús Moreno

Jesús Moreno, Pte del Consejo Regulador (1982-1988)
Insignia de Oro: *"Comparto y dedico esta distinción con todos aquellos vocales que trabajaron conmigo en el Consejo".*

Reunido el jurado y revisadas las bases de la convocatoria, se dispuso a valorar las diez obras finalistas, mejor puntuadas, tras una previa evaluación de manera telemática. En total, **103 relatos literarios** de **89 autores** participantes.

XXII CERTAMEN LITERARIO VINOS DE LA MANCHA
"LORENZO SERRANO"

1º Premio	2º Premio	Accésit	Accésit
NURIA GARCÍA GONZÁLEZ <i>"Cumbia del Adiós"</i>	ISMAEL ALONSO ÁLVAREZ <i>"La Biblioteca"</i>	EMILIO GUADALAJARA GUADALAJARA <i>"Abuelo Juan, vinatero, trajinante y casi sanador"</i>	JOSÉ JAVIER MUÑOZ GONZALEZ <i>"Sorbos de Nostalgia"</i>
1.000 euros	750 euros	500 euros	500 euros

Madridejos acoge el V Concurso de Pintura Rápida 'Vinos de La Mancha'

Gran calidad entre los cuadros participantes en un concurso enmarcado dentro de los Premios Vino & Cultura.



A la cita en el municipio toledano acudieron, el pasado sábado, 28 de septiembre, un total de 26 pintores desplazados de diferentes rincones de España, en una convocatoria, que este año, se destacó por ser “una de las mejores ediciones en calidad de las obras participantes”, como subrayó el propio gerente del Consejo Regulador, Ángel Ortega.

Por su parte, el primer edil, Francisco López, agradeció al Consejo Regulador por haber escogido a la localidad toledana como escenario del certamen en una fin de semana que “ha supuesto un aliciente para el turismo en Madridejos”.

Premios y ganadores

El jurado, al que le costó deliberar ante el buen nivel de los participantes, valoró especialmente aquellas obras presentadas con el vino y la viticultura como leitmotiv creativos. En esta V edición del Concurso de Pintura Rápida 'Vinos de La Mancha', los pintores ganadores fueron:

GANADORES DEL V CERTAMEN DE PINTURA RÁPIDA

1º Premio	2º Premio	3º premio	1º accésit	2º accésit	Premio Especial del Ayuntamiento de Madridejos
BLAI TOMÁS de Ontinyent (Valencia)	JAVIER MARTÍN de Bolaños de Cva. (Ciudad Real)	MIGUEL ÁNGEL MEDINA de Socuéllamos (Ciudad Real)	DIEGO FERNÁNDEZ de Gijón (Asturias)	MARÍA TERESA MORENO, de Madridejos (Toledo)	Mª CARMEN SEPÚLVEDA de Campo de Criptana (Ciudad Real)
1.500 euros	1.000 euros	750 euros	500 euros	500 euros	600 euros

Vino y Cultura

Este V Concurso de Pintura Rápida ha supuesto la culminación de intenso fin de semana donde el vino y la cultura han vuelto a maridar bajo iniciativa del propio Consejo Regulador. Así, el viernes 27 de septiembre, el salón del Pretil de Madridejos acogía una cata de Vino y humor con la participación del monologuista manchego, Jesús Arenas.

Ya el sábado, en el mismo salón del pretil, donde además está ubicado el Museo del Azafrán manchego y Museo Etnográfico, el Consejo Regulador organizaba una Galería de vinos con distintas referencias de vinos acogidos a la Denominación de Origen La Mancha, junto a una degustación de quesos de localidad. Por la tarde, se realizaba el fallo del jurado y entrega de los Premios, rematado con un concierto de música.

El V Concurso de Pintura Rápida contó también con el patrocinio de la Diputación provincial de Toledo, comprometida en el respaldo de los Premios Vino & Cultura 2024.



Miembros del jurado dilucida el ganador



Ganadores del Concurso de Pintura Rápida



Un pintor participa en el último Concurso de Pintura Rápida celebrado en Madridejos (Toledo)

Concurso de Fotografía Digital 'Vinos de La Mancha'

Los datos de participación reflejaron una muy buena acogida, con más de 190 imágenes recibidas de unos 46 artistas participantes. Por desgracia, no se pudieron premiar a todas a pesar de la gran calidad. El jurado, reunido el pasado 19 de agosto, acordó adquirir, según las bases, por un valor de 200 € cada una, las siguientes fotografías:

IMÁGENES CON MENCIÓN ESPECIAL DEL JURADO

Autor	Imágenes
José Ramón Luna de La Ossa	"Atardeceres en ocre y vino" "La Mancha Museo de Sensaciones"
Carlos Francisco Prieto Santizo	"Celebrando la vendimia"
Millán Gómez Jiménez	"Escalera al cielo"
Ángel Benito Zapata	"Fantasía en La Mancha"
Francisco Javier Domínguez García	"Simetrías en el viñedo"
Alberto García Víllora	"Soñé que era vino manchego"
José Luis Méndez Fernández	"Un buen estrujado"
Antonio Atanasio Rincón	"Zarcillo"



Atardeceres en ocre y vino



La Mancha Museo de Sensaciones



Celebrando la vendimia



Escalera al cielo



Fantasia en La Mancha



Soñé que era vino manchego



Un buen estrujado



Simetrías en el viñedo



Zarcillo

XXII Certamen Literario 'Lorenzo Serrano' Vinos de La Mancha 2024 Primer Premio.

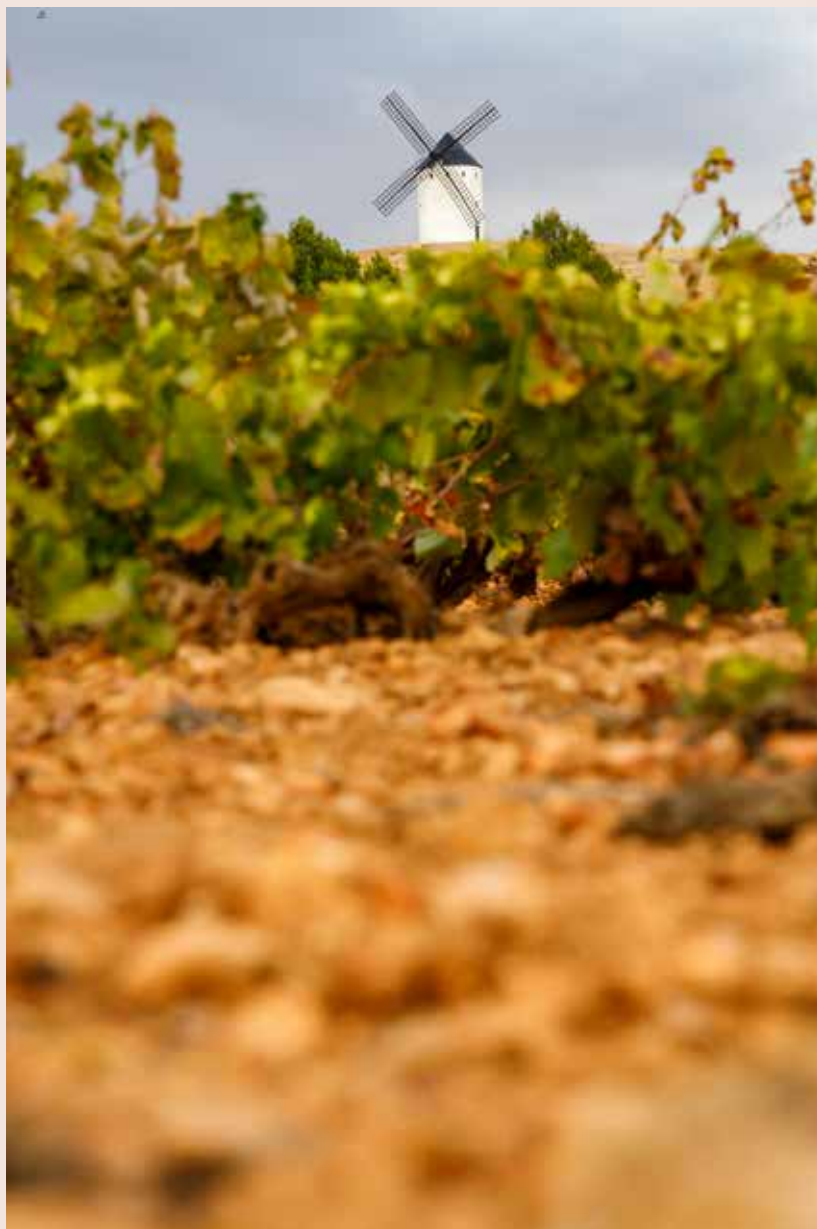
Cumbia del adiós

Autora: Nuria García González

“Agradece a la llama su luz, pero no te olvides del pie del candil que, constante y paciente, la sostiene en la sombra”. [Rabindranath Tagore]

Encorsetado. Así me siento entre estas cuatro tablas de roble robusto, con el dichoso traje mil rayas de las grandes catas y otros eventos promocionales – que ya no se lleva, pero siempre está de moda, curiosamente – porque debe de ser la indumentaria que más me ha caracterizado, sospecho. Lamento la elección (¿fue idea de mi propia mujer? ¿del empleado de la funeraria?) mientras maldigo la capa de maquillaje que, con el efecto del engrudo, estira mis facciones sin clemencia.

Heme aquí en la humilde ermita de Quintanilla de Orgaz, el pueblo que me vio nacer y crecer. Heme hoy expuesto ante familiares y amigos prestos a darme el último adiós. Ahí fuera, probablemente ya me esté despidiendo la desnudez de mi adorado paisaje, de mis viñas y mis olivos legendarios que tanta dicha me han procurado en vida. Atisbo un puñado de caras conocidas en este humilde templo, pero solo alcanzo a identificar bien las de los primeros bancos, todas sumidas en un silencio sepulcral que se quiebra por momentos por una retahíla de suspiros lastimeros, por el sorber de las fosas nasales.



Un avejentado padre Severiano, el testigo de mi enlace hace ya cuarenta años, desde el altar acomete el final de la ceremonia y empiezo a experimentar un alivio inmenso ahora que acaban estas pompas. Ayer, durante el velatorio, confieso que sentí que no aguantaría todo este trajín de gente desfilando. Creí que me incorporaría de mi incómodo cajón de roble para decir “basta ya” y espantar a todos los allí presentes, mientras algunos honraban mi memoria con sus brindis pesarosos, descorchando esas botellas que yo mismo he parido, botellas como hijas de mi misma sangre. “Se están bebiendo las caras, las de etiqueta Vaivén y Deleite, auténticos vinazos”, pensé conteniendo la rabia como una olla a presión. Pero, ¿quién escucha a los muertos?

¡Ay si me hubiera incorporado para decirles a todos “basta”! Eso hubiese estado “bien chistoso”, como dice la buena de Yanira. Así me decía cada vez que casi no llegaba al baño para orinar, cuando me llevaba en volandas por el pasillo. Era “chistoso”, decía ella también cuando me lo hacía encima. Canturreaba para que se me pasara el embarazo, pero la situación no era precisamente de chiste para un hombre que todavía tenía la cabeza en su sitio, a pesar de las sacudidas del tumor, para un señor maduro que quería mostrarse más decente ante una mujer, aunque fuera una empleada del hogar.

El padre Severiano ataca el adiós final y pronto empezará la procesión de gente hasta mi gélido cuerpo. Descubro que, con un abatimiento recargado, se acerca primeramente mi socio, el *partner* de esas famosas bodegas que fundé. Con un pañuelito color ciruela se enjuga la frente mientras tiene la cara dura de prometerme que la empresa, nuestro negocio próspero que ha sido nominado varias veces en

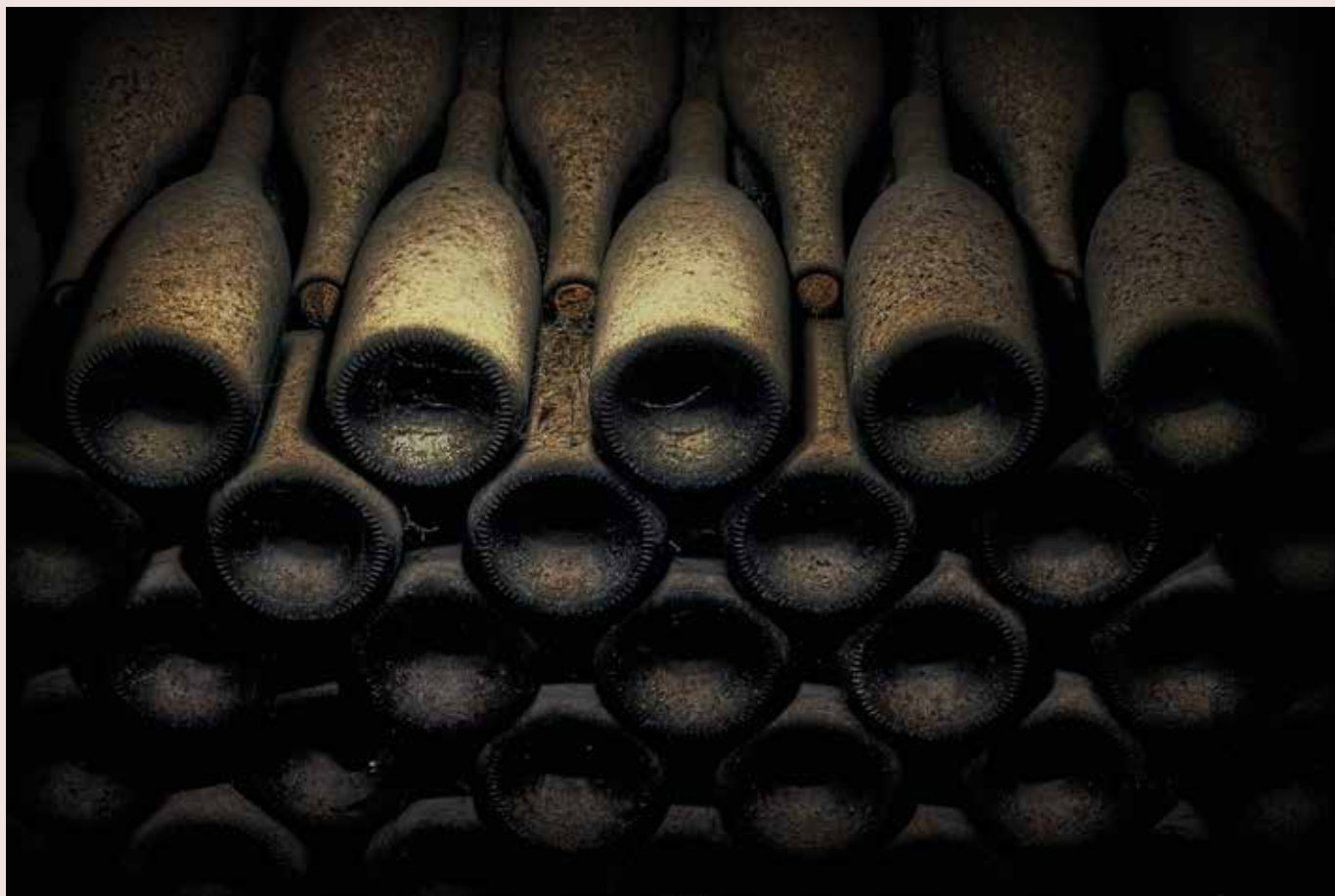
el certamen internacional *Best Wine Ever*, seguirá por las buenas directrices que yo marqué. “Y un carajo”, retruco yo para mis adentros. Ya sé bien que mi socio y mi hijo tienen en mente vender buena parte de este negocio a una multinacional. No lo hicieron cuando yo estaba en vida, pero ahora ya no soy un obstáculo para nadie. La indignación que siento vence a la rigidez instalada en mi boca, así que logro alzar el labio en señal de desprecio hacia el cobarde de mi socio Bernardo por no luchar como yo haría por eso que tanto nos costó levantar. Juntos prensamos la uva de la cooperativa cuando éramos mozos, juntos compartimos la evolución de ese embrión que fue nuestra primera bodega, que luego fueron cuatro bodegas más en distintos puntos de la geografía manchega y juntos hicimos así nuestros sueños realidad. Por eso no entiendo ahora esa disidencia de Bernardo.

Y para no quedarse desmarcado del tejido empresarial vitivinícola de la comarca, congregado hoy en Quintanilla de Orgaz, se arrima también a continuación mi primogénito, al que pagué caros posgrados y *masters* en Enología y en Turismo Enológico. Lo que fuera con tal de que el futuro le pillara más preparado que a su padre. De poco sirvieron mis desvelos y todo el dinero invertido en él. Hace ya muchos años que arrojé la toalla con Rodolfo. Le concedí un puesto en una línea de negocio de la etiqueta de vinos jóvenes ImBERBE, para que tuviera algo por lo que luchar el día de mañana, siendo yo bien consciente de su inconsistencia. Eso sí, cochecito caro por aquí, viajecito secreto con la secretaria por allá, camisas de precios exorbitantes con siglas bordadas y días de descanso en Puerto Banús. De ocio sabe un rato mi hijo y también me salió experto en *dry gin*. A juzgar por sus ojos acuosos, Rodolfo se ha debido calzar hoy tres o cuatro chatos

de vino, de MI VINO, antes de entrar en la ermita por eso de hacer más llevadero su dolor. Mi primogénito me dice con voz pastosa e impostada que siente no haber dado la talla y casi me revuelvo en mi ataúd para darle un pescozón, ganas no me faltan, pero me compadezco y le regalo un gesto muy mío, un gesto que me sale redondo: elevo la ceja en señal de advertencia. Ándate con ojo, chaval, que ese tiburón de Bernardo no acabe despedazándote ahora que vais a ser socios. No creo que mi hijo Rodolfo sea perspicaz para captar señales de alarma, y menos en la ceja de un muerto, pero mi intención es avisarle, ya entrados en materia, de esa arpia de secretaria que tiene. Esa hidra trepadora que justo ahora besa las mejillas de la legítima mujer de Rodolfo es falsa moneda.

La devoradora y mi nuera, que es casta y miope, están fundidas en un abrazo delante de todos y a mí empieza a divertirme la escena.

Me pongo a tararear una de mis cumbias preferidas, las cumbias que me enseñó Yanira. *Después de muerto, ¿es que a uno lo van apreciar?* La tremenda Yani limpiando los desechos de un cuerpo corroído por la enfermedad, ordenando mis enseres pestilentes por la habitación, brindándome compañía con esas rotundas caderas que se lo bailaron todo. *Vamos a gozar la vida si el mal trago es de aguardiente*, así cantaba siempre cuando la emprendía con el plumero, ella, que había gozado de las mieles del amor por un tiempo y, más intensamente si cabe, de su amarga tiranía. “Moje los labios, don, moje los labios”. Y me acercaba la copa de vino, mi vino, a la boca con mano diestra de enfermera, aunque sabía los médicos me lo habían prohibido por la medicación. Siempre a la hora del almuerzo y la cena me traía ella ese regalito celestial: “Abra un poquito la boca, déjeme que le moje los labios, don, que



Reposo

un poquito de vino no hace mal”. Volví a esconder la botella en la vitrina de los trofeos de mus detrás de un contrachapado y la escuchaba yo por el pasillo cantando bien alto *Si las penas se borran con el trago*. Y cuando la botella de etiqueta Frívola o Feria iba menguando, Yanira se la apañaba para agenciarse otra de nuestros almacenes y eso que a los “perros” de almacén los tengo bien entrenados contra la rapiña, o eso creía yo. Esos vinos con que me obsequiaba ella, mis vinos, me dejaban el paladar y la pituitaria vibrantes, porque yo adivinaba en ellos el olor de mis sarmientos y la anchura de mis queridísimas llanuras que ya no contemplaré más.

¿Cuál será el siguiente de la lista? Ahora es mi benjamina la que se suelta del brazo de su esposo para venir hasta mi cuerpo yacente. Charito, la niña de mis ojos que me salió rana, igual que su hermano

mayor. Primero fueron dos tallas más de pecho (“como las famosas del *Hola, papi*”) y después nalgas protuberantes y turgentes, la nariz más chatita, caros gimnasios, centros de estética exclusivos (“papi, lo que sea para quitarme ese complejo de parecerme tanto a tu familia”). Rellenar aquí y allá insultando todo aquello que le dio la madre natura, mientras su cabeza permanecía vacía. Tuve que asumir que no sacaría mucho provecho de Charo y le hice hueco en el departamento de nuevos diseños de *packaging* para que estuviera entretenida. Charito, hoy estás deslumbrante gracias a los ultravioleta.

¿En qué clínica de adelgazamiento estabas mientras tu padre se moría día tras día? Pone carita de niña compungida. “Papi, te echaré de menos”. Sí, pero no has sido capaz de visitar mi habitación que huele

a pústulas. A mi hija le voy a poner morritos, a ver si me esfuerzo con tanta tirantez en el rostro, venga, voy a fingir esos mismos *morretes* que me ponía ella ante cualquier adversidad para secuestrar a su papi y, de paso, su cartera. A ver si capta la ironía. *Eres la nena consentida, eras toda mi ilusión, juegas con mis sentimientos, tienes la razón*, así canturreaba despreocupada Yanira a la hora de preparar el caldo y las tortillas de huevo con atún en aquellos largos días de soledad compartida, solos con nuestro folclore y nuestros platos criollos.

Rosario, aguarda, no me he olvidado de ti. Te llevo observando desde el principio del funeral y no has levantado cabeza, no has dirigido los ojos hacia mí ni un segundo. Empeñada estabas en una misa de cuerpo presente, pues aquí me tienes. Ahora te aproximas a decirme adiós con unas gafas oscuras como las que usan las celebridades en la puerta de embarque de los aeropuertos.



Embriaguez

Trasmites un dolor adusto, pero ni sombra de culpabilidad, Rosario. Te viniste abajo en cuanto tuviste un primer diagnóstico del mal que se alojaba en mí. Evasión. Escape.

Cualquier excusa valía para irte a Madrid de *compritas* o a la playa, tú, que fuiste siempre tan pía con tus obras de beneficencia y mercadillos para menesterosos. No pudiste ser solidaria en la enfermedad de tu marido después de cuatro décadas de matrimonio y algunos más de noviazgo. Era demasiado duro acompañar a una llama que se extingue,

¿verdad? Hacía falta demasiado valor. A ti no sé qué gesto te voy a dedicar hoy, Rosario. Será que ya no estoy enfadado. “No se enoje, don, que no le favorece”, me regañaba la buena de Yanira. Será que ya no me afecta tu indiferencia una vez traspasada la franja. Fíjate que en todos estos meses de dura lucha se me ha olvidado incluso que eras la señora de mi casa. Te voy a dedicar un aleteo de nariz. Venga, voy a ensanchar un poco los agujeros de mi narizota, que sé que odiabas verme de esa guisa cuando nos enfadábamos antaño. No se te ha pasado por alto el arrumaco, ¿verdad? Te has quedado blanca como una sábana. Los muertos no gesticulan, por eso retrocedes, horrorizada y gritando. Te tienen que acompañar fuera de la ermita, te ofrecen agua y te abanicán y tú, gimiendo de terror. Mi muerte te ha debido de trastornar, sin duda, y los más allegados hacen piña para arroparte.

Con todo este revuelo que se ha formado ahí fuera, casi paso por alto esa silueta oronda que viene por el pasillo. Unos dedos regordetes acarician el borde de mi jaula de roble como queriendo alcanzar mis manos entrelazadas. Yanira, ¿me traes una nana de adiós? Las uñas lacadas color fucsia tamborilean

sobre la madera de pino. Parece que estás tarareando como cuando en mis noches en vela me cuidabas al pie de la cama, como cuando la morfina no podía con los estertores del tumor y tú me recitabas el cancionero de la otra orilla para calmarme.

Cuando mi lucidez me lo permitía, y compartiendo una copita de vino, también me abrías tu corazón para relatar los desmanes de tu marido, consciente eras ya de que no me podías ocultar los morados de los brazos y el cuello, esas secuelas de un sinvergüenza, el resultado de la cobardía de un bandido hacia un ser más vulnerable. Ocurría cuando el marido se te presentaba a altas horas cansado de “rumbear” por los tugurios. Ocurría cuando el muy haragán se negaba a levantarse para traer dinero a casa porque le apretaba el “guayabo” a la mañana siguiente.

Ahora me canturreas una cancioncilla que suena a dulce epitafio después del servicio que rendiste en mi hogar, después de prestarte a cuidarme en casa (“soy enfermera antes que limpiadora”) y yo no me lo creía del todo. Viendo lo que vi, ahora sí creo que fuiste el mejor – y el único – lenitivo a mi alcance. Has venido hasta mi pueblo natal (“yo también tengo eso allá, señor, mi pueblo se llama Cali”) para despedirme y te estoy inmensamente agradecido.

Reinó el respeto entre nosotros todo este tiempo. Se multiplicaron las caricias tuyas para desentumecer mis extremidades en esa larga postración, cuidados maternos diarios hacia un enfermo imposible muchas veces, marchito, olvidado por su propia estirpe y bastante amargado.

“Mi madrecita nos dormía así cuando éramos unos pelaos, unos críos, como dicen acá” y susurrabas esas estrofitas,

entonabas esos poquitos acordes que recordabas de tu pobre madre y que cantarás seguramente a ese niño que vas a traer al mundo dentro de un mes, ese crío que será de tu marido o será quizás sea mío - de uno de los dos seguro - pero eso tampoco importa ahora.

Siempre me han llamado “pesetero”, pero, mira, no hay oro en el mundo para pagar lo que tú has obrado en esta última etapa de mi vida. Para otras travesías más amables ya estuvieron los demás a mi lado. Por eso, he torcido mi voluntad a última hora. He tomado una decisión que nadie conoce, que tú ignoras todavía.

No me contemples con infinita lástima ahora a mí, ni te lamente por quedarte sin trabajo. No te quedarás desamparada. En cuanto madure esa fruta en tu vientre (tu “guayabita”), tiempos mejores vendrán. He hecho algún cambio, mi voluntad así lo ha querido. Nadie lo va a comprender, pero cuando estampé la firma juro que mi mente gozaba de toda la cordura. Un arreglo de última hora, una cortesía hacia ese niño creciendo dentro de ti para que, sin demorarte demasiado, pongas tierra de por medio con ese nene y te escondas lejos, en tu país. Vete. Yo te advertía: “Apártate de la mano que se levanta, que no te merece”. Y tú retrucando: “Los hombres son toditos así, mugre que no mata... pero usted, don, usted me trata igual que si fuera una hija”.

Hija no, Yanira. Yo te miraba con los ojos del adolescente al que, en el despertar de la hombría, le pillaba por sorpresa la reacción del cuerpo (el mío, ya lo viste, aletargado, pero no acabado) cada vez que le regalabas un movimiento de caderas o una de tus sonrisas espontáneas. Eso no es de ser un padre.

Este “apaño” va a gustar muy poco a los míos, pero estoy

allanando el camino para que cambies de destino porque lo tuyo no ha sido precisamente una vida de vino y rosas, tú, la inmigrante persuadida de un mundo mejor (“acá tampoco se le regala nada a nadie, don”).

No te muevas de mi vera. Quédate un “ratico” más, que se han ido todos y estamos solos tú y yo. “Ahoritica”, como dices tú, me van a llevar a un lugar del que saldré hecho un puñado de ceniza.

Observa bien que te estoy guiñando el ojo y no te asustes, es un guiño amistoso, una señal de confianza que tú has comprendido bien. Por eso sonrías y frotas tu vientre rebosante de felicidad. Te voy a dedicar unos versos que pueden gustarte más o menos que las estrofas de tus cumbias, chalupas y bullerengues. El castellano suena más sobrio y más seco, y yo tampoco he sido un hombre ilustrado, bien lo sabes, pero me enternezco con estos versitos que he compuesto. Escucha bien lo que se me ha ocurrido:



Tu risa licenciada en miles de maridajes, burlona cascada, cantarina embaucadora, me recibe hoy cual solícita embajadora, amagando con hundir todo mi andamiaje.

Pides una ronda con la mano enhiesta, hábito ganado en círculos de exigencia. Huracán de esencias, siempre vas tocada por la gracia de una belleza a espuestas.

Granados son tus hollejos, perfil espirituoso, piel y pulpa intrincadas sobre tu tallo esbelto. Promesa de vino y rosas para el hambriento y resplandor cegador para dichosos los ojos.

Mujer de gran drenaje y obrar decidido, depositaria de una identidad tan ancestral que trasmites un ‘coupage’ monumental, con ese arraigo a tu tierra y a tu apellido.

Yo era un mosto joven, fresco y dulzón, ya maduré en la barrica llamada vida.

Y terminé siendo un caldo del montón, humilde aspirante a conquistas tardías.

Heme aquí, con mi vasto ardor pretérito, intacto se conserva en todas sus hectáreas. Henchido voy de un sentir tan volumétrico que cometo la infame osadía de besarte.

En la fase visual: arrebato rojo cupido. En la nariz: matiz especiado olfativo.

En la boca paladeo esa persistencia tuya de una intensidad impermeable al olvido.

Gracias, Yanira.

Días de vino, risas...y corcheas

La DO La Mancha rubrica el compromiso del vino con presencia en los principales festivales de música de Castilla-La Mancha.

El maridaje de vino y música gana adeptos a la causa en Castilla-La Mancha. Prueba de ello es la multiplicación en número de festivales de música donde la participación de los vinos DO La Mancha ha sido muy activa durante este 2024.

Mucho antes, allá por el 2008, el idilio del vino manchego con la música se iniciaba en la cuna del Festival de los Sentidos como recordaba el propio director del Festival de los Sentidos, Javier Alarcón, durante la recogida del Premio honorífico (Vino & Cultura 2024) como 'Mejor iniciativa Enoturística', en La Roda. "una relación muy especial de la que ahora nos sentimos orgullosos que se haya trasladado a otros eventos".



Un vino blanco en el pasado Festival celebrado en Alcazar de San Juan

Rompiendo tópicos

Desde entonces, ya sea a través de catas, galerías o sencillamente, con la posibilidad de ofrecer vinos de referencias manchegas con DO La Mancha en wine bars en el mismo recinto de cada festival, no cabe duda de que ha despertado los sentidos de los jóvenes asistentes. Un público, además, con un interés doble por parte del Consejo Regulador, como potenciales consumidores del futuro.



Brindis con un atardecer mágico en La Mancha



Pulsera con el logotipo de los vinos DO La Mancha.



Festival El Vid también contó con la colaboración de los vinos de La Mancha

En este sentido, el Consejo Regulador entendió la necesidad de acercarse a sus necesidades “huyendo de la zona de confort” para adaptarse a sus demandas con soluciones más adecuadas a las nuevas tendencias (vinos blancos, mixing con otras bebidas, etc).

Así ocurrió por ejemplo en la I edición de **Festial** celebrado en Alcázar de San Juan a finales del mes de mayo. La propuesta por parte de los organizadores (Planeta Sonoro, los mismos que *Sonorama Ribera*) consiguió situar al municipio manchego como destino de referencia del enoturismo en primavera. Un festival que nacía con la vocación de buscar experiencias aunando patrimonio, gastronomía y vino junto al recuerdo de momentos únicos y conciertos épicos (*Sidonie, Shinova, y el más esperado Arde Bogotá*). Desde la organización de Festial, sus responsables reconocieron el buen sabor de boca tras la asistencia de “más de 4.000 personas, el entusiasmo y la pasión con la que se ha recibido el festival”.

Antes, en el mes de abril, el **Festival El vid** de Daimiel, La Mancha saludaba a la primavera con los primeros acordes más festivaleros y la adrenalina soltada por los directos de *La La Love You* y *Karmento*. Un festival que alcanzó su segunda edición con una oferta que traerá complementada con “calle” de bodegas, catas maridadas, visitas turísticas guiadas, experiencias gastronómicas y showcookings entre otras muchas cosas más.” Un protagonismo, si cabe, subrayado aún más cuando el Consejo Regulador hizo coincidir el escenario con la celebración del brindis en el *Día vino DO*.



Imagen del escenario del Festival con actuación de *Arde Bogotá*



Una joven baila frente al escenario de los vinos de La Mancha en el *Festival de los Sentidos* de la Roda

Ya en junio, unas 15.000 personas, según la organización, “encendieron sus Sentidos” en La Roda (Albacete) en el **Festival de los Sentidos**, uno de los festivales referentes de la música a nivel nacional. Por el escenario rodense pasaron grupos como *Viva Suecia*, *Lori Meyers*, *Shinova*, *Álvaro de Luna*, *Elyella* o *Siloé* con directos enérgicos, emotivos que hicieron vibrar a los presentes. Algunas de las bandas agradecieron expresamente el estuche de cortesía con vinos de La Mancha entregado antes de cada actuación. Por ejemplo, los murcianos de *Viva Suecia*, cabeza de cartel del festival, y tercera ocasión que tocan en La Roda, afirmaron “sentirse como en casa en un festival que siempre les ha tratado muy bien”. La presencia de los vinos con Denominación de Origen La Mancha fue activa en diferentes ámbitos. Por un lado, en el propio escenario de los vinos de La Mancha por donde pasaron grupos emergentes como *Vangoura*, *Merino* o *Pipiolas* poniendo el complemento a las grandes actuaciones de la noche.



Un vino blanco para refrescar las cálidas noches festivaleras



Jóvenes posan en el Festival Real Gana.



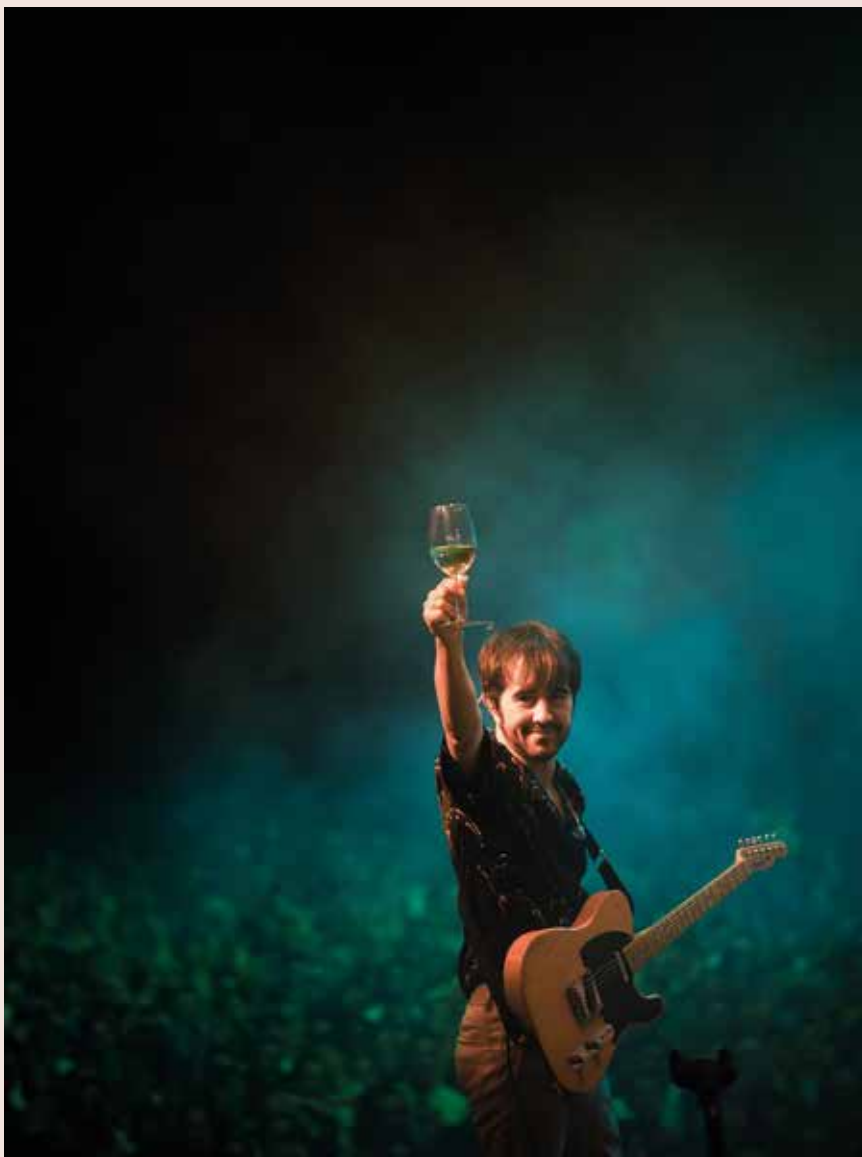
Momento del Festival El Vid

Airén para sofocar el verano manchego

La idea surgió en la conocida villa de los molinos para combatir las noches de calor manchego (15 de junio al 3 de agosto). Vino y música volvieron a amenizar los fines de semana en Campo de Criptana con la III edición de su **AirénFest**, una propuesta, que conjugó “música, vino, gastronomía, turismo y patrimonio”. Así definió la esencia de este AirénFest el propio alcalde de Campo de Criptana, Santiago Lázaro en la presentación en el Cerro de la Paz, donde por cierto, tuvo lugar uno de los conciertos estrella con *De Pedro*. “Un lugar perfecto” el título del nuevo álbum de Jairo Zavala, más conocido como Depedro. Y lo cierto es que por afinidad, sintonía y o pura coincidencia, el pasado sábado, 6 de julio, Campo de Criptana encontró ese “lugar perfecto” para maridar los vinos de La Mancha de sus bodegas anfitrionas con la música del artista madrileño en un escenario patrimonial de gran belleza plástica como es el Cerro de la Paz del municipio criptanense, escoltado bajo las imponentes aspas de los gigantes de viento.



Ayuntamiento, Consejo Regulador y Depedro brindan en el AirénFest.



El guitarrista de Lori Meyers brinda con vino DO La Mancha

Viva Suecia: “No estamos en el Festival de los Sentidos hasta que no recibimos un estuche de vinos de La Mancha”

Contando también con el apoyo de la Denominación de Origen La Mancha, el testigo lo recogía en pleno verano, el II **Festival Real Gana**, organizado por Bodegas Alcardet. Miles de personas disfrutaron de la cita en el patio de la bodega de Villanueva de Alcardete (Toledo) de una manera distendida y amena con música directo de Dj's y Los Galván, entre otros.





“

Depedro: “El vino manchego es el mejor para mi música.”

También en el mes de julio, La Solana (Ciudad Real) se convertía en todo un **Oasis Sound** con el sonido de grupos indie para refrescar la canícula manchega. Un festival donde los asistentes también pudieron degustar algunas referencias de vinos con DO La Mancha.

Ya en otoño, el punto y final a la cita más reciente estuvo en Albacete capital con **Albasonora**. El gallego **Xoel López** y otras bandas como los toledanos **Veintiuno** cerraban la temporada con el sonido maridado de los vinos manchegos.





Oplutón recibe el Premio en el Fest. Zeporock

II Concurso de vino y música DO La Mancha

Celebrado durante el intenso mes de junio, el **Festival Zeporock de El Toboso** donde se elegía a la canción ganadora, 'Semillas del vino' como vencedora, en el II Concurso Vino y Música con Denominación de Origen La Mancha coordinado por el Consejo Regulador en colaboración con los organizadores del Festival Zeporock de El Toboso, compuesta por Oplutón, un grupo toledano (Dani, Miguel, Ruli y Sergio) formado en 2018, 'Semillas del vino' reflejaba una canción de raíces con un estribillo que refleja la idiosincrasia y las tradiciones del vino en La Mancha, un atributo que finalmente ha hecho decantarse al jurado entre el más de medio centenar de trabajos presentados donde también brillaron por originalidad musical y singularidad de sus letras canciones como 'Gentes de La Mancha' de Pachasco y 'De La Mancha tiene que ser', de Operación Matriuska.



Merino con un estuche de vinos



Álvaro de Luna posando con un estuche de los vinos de La Mancha

Fiesta de la Vendimia

en las Ondas de radio

VI edición consecutiva, los vinos con Denominación de Origen La Mancha fueron los protagonistas de la programación de onda Cero Radio.

Con la familiaridad que transmiten los años, la VI Fiesta de la Vendimia volvió a situar el foco en la campaña de la vendimia manchega. Uno de los momentos con mayor carga significativa para las bodegas y agricultores manchegos, que nuevamente tuvo los micros de la emisora de Atresmedia como testigos de excepción.

Como apuntaba el Presidente del Consejo Regulador, Carlos David Bonilla, durante la presentación, “termina el trabajo de los agricultores que llevan su uvas a la bodega y empezamos ya con la labor promocional pensando en nuestros vinos de cara al mes de diciembre. Será una VI Fiesta de la Vendimia muy bonita donde pondremos toda la carne en el asador para que se sepa de dónde vienen nuestros vinos y a dónde vamos”.



El programa 'Más de Uno' emitido desde el lagar de Virgen de las Viñas, Bodega Almazara

VI FIESTA de la VENDIMIA

Denominación de Origen La Mancha



Del 01 al 11 de
Octubre en



Escanear QR para
ver el programa
de actividades:



LA MANCHA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

WWW.LAMANCHAWINES.COM

Aromas y sentidos de la vendimia por las ondas de Radio



Prácticamente durante dos semanas, del martes, 1 de octubre hasta el viernes, 11 de octubre, líderes de opinión e influencers como Carlos Alsina y su programa 'Más de Uno', 'La Brújula' de Rafa Latorre así como 'Julia en la Onda', 'Gente Viajera' u 'Onda Agraria' fueron el altavoz de la realidad vinícola manchega.

El punto de partida arrancó ese mismo día 1, con la vitalidad de 'Cuerpos Especiales' desde el salón noble del ayuntamiento alcazareño. Un público joven y entregado siguió la grabación en diferido de la propuesta desenfadada y jovial de Eva Soriano y Nacho García.



'Por fin' se emitió desde El Provencio, con interés en los vinos manchegos de Campos Reales

Después, el día 2, desde el antiguo lagar de Virgen de las Viñas, Bodega-Almazara, se emitía 'Más de Uno' con la presencia de algunos colaboradores como Rubén Amón o Carlos R. Braun, junto a los cómicos de la sección como Leo Harlem y Goyo Jiménez.



JULIA EN LA ONDA

JULIA OTERO

La alcaldesa de Alcázar de San Juan, Rosa Melchor, junto al presidente del Consejo Regulador Carlos David Bonilla fueron entrevistados en 'Julia en la Onda'

Jaime Cantizano liderando 'Por Fin' tomaba el relevo al siguiente jueves, 3 de octubre, desde la Hospedería de N^{tra} Señora del Rosario de El Provencio, con los vinos de Campos Reales como anfitriones. Un protagonismo que 24 horas después, sería compartido por los vinos de Bodegas El Progreso, en Villarubia de los Ojos para la grabación de 'Onda Agraria' de Soledad de Juan y Pablo Rodríguez Pinilla junto a Dcoop Baco en Alcázar de San Juan, sede del programa 'La Brújula', conducido por Rafa Latorre, en horario vespertino.

El sprint final para la intensa programación de radio en Onda Cero venía con el fin de semana, especialmente en la jornada dominical. 'Julia en la Onda'. Más conocido como 'JELO', el programa dirigido y presentado por la periodista gallega, Julia Otero, realizó su emisión en directo durante la mañana del domingo, 6 de octubre, desde la sede del Consejo Regulador, en Alcázar de San Juan.



'Más de Uno' entrevista a Rafael Torres, Pte de Virgen de las Viñas Bodega Almazara



Imagen de 'Cuerpos Especiales' en su entrevista a la alcaldesa de Alcázar S.J., Rosa Melchor.

Por los micrófonos de 'Julia en la Onda' pasaron, entre otros, el propio Presidente de la Denominación de Origen La Mancha, Carlos David Bonilla, quien, junto a la alcaldesa de Alcázar de San Juan, Rosa Melchor, desgranaron la importancia social y económica del sector del vino en núcleos del entorno rural. La primer edil alcazareña aseguró que La Mancha es hoy una comarca próspera que sobrevive a la despoblación, donde el 10% de la población de Castilla - La Mancha vive alrededor de Alcázar de San Juan gracias al viñedo, "ya que las viñas no se pueden deslocalizar de su zona (Denominación) de Origen". Al comienzo del programa, pudimos escuchar la experiencia de Marina Martínez, reportera de 'Julia en la Onda' desplazada hasta un viñedo para conocer in situ la tradición familiar de la vendimia en La Mancha.

Ese mismo domingo, 6 de octubre, 'Gente Viajera' de Carles Lamelo le cogía el testigo con la emisión también en directo desde Tomelloso. Lo hacía en el Museo Antonio López Torres, promocionando los valores turísticos de la localidad manchega, y abordando los aspectos clave como su red de bodegas subterráneas, su rica gastronomía reinterpretada por chefs locales, el enoturismo, y otros proyectos futuros como el primer hotel modular. 'Gente viajera' se interesó por el enoturismo en La Mancha con la Bodega Almazara Virgen de las Viñas como referente.



'Onda Agraria' desde Bodegas El Progreso en Villarrubia de los Ojos (C. Real)



Soledad de Juan y Pablo Rodríguez Pinilla, presentadores de 'Onda Agraria'



Ángel Villafranca entrevistado por 'La Brújula'



El alcalde de Tomelloso en 'Gente Viajera'

‘Herrera en Cope’ se interesa por los vinos DO La Mancha.

Emite en directo desde las instalaciones de la Bodega Almazara Virgen de las Viñas de Tomelloso.



Herrera en Cope desde el lagar de Virgen de las Viñas

Inmersos en plena campaña promocional de otoño, los vinos con Denominación de Origen La Mancha volvieron a ser en la jornada del pasado martes, 15 de octubre, protagonistas indiscutibles en las ondas de radio.

En este caso, le llegó el turno a ‘Herrera en la Cope’. El programa, liderado por Carlos Herrera, se interesó por los detalles de la vendimia en su tramo final así como el potencial comercial de los vinos manchegos. A éstas y otras cuestiones respondió precisamente el propio de la Interprofesión del Consejo Regulador, Carlos David Bonilla, entrevistado por Alberto Herrera en el segundo tramo del programa.



Herrera en Cope desde el lagar de Virgen de las Viñas

Poniendo el foco en la importancia social y sostenible del viñedo en los núcleos rurales como motor económico de la industria manchega, ‘Herrera en la Cope’ también quiso saber cuáles eran los vinos más representativos de la Denominación de Origen La Mancha. “Aunque la variedad más cultivada es la blanca Airén, es cierto que la variedad que más se embotella es la tinta cencibel o tempranillo. Personalmente, soy más de tintos, especialmente los tintos jóvenes, que se distinguen del resto por su juventud, fruta y fáciles de beber”, matizó Carlos D. Bonilla.

En el lagar de Virgen de las Viñas

El programa además se emitía en directo desde el antiguo lagar de la bodega Almazara, Virgen de las Viñas, la mayor cooperativa vinícola de Europa. Una ocasión para conocer mejor a esta bodega almazara, fundada en 1960, hoy, con más de 3.000 socios, paradigma del esfuerzo viticultor manchego con una expansión comercial transoceánica, como matizaba su presidente, Rafael Torres, “estamos vendiendo vino en los cinco continentes y estamos creciendo cada año con las ventas en el extranjero y además lo hacemos con el vino embotellado que es a lo que debemos de tender en el futuro todas las empresa del sector”.

Vino, cuevas y esencia manchega

Por los micrófonos de ‘Herrera en Cope’ también pasó el primer edil tomellosero, Javier Navarro, quien recaló las raíces vinícolas de Tomelloso en su propio ADN: “hablar de vino es hablar de Tomelloso y hablar de Tomelloso es hablar de vino”. De otra manera, no se entendería la impronta de las cuevas en Tomelloso, y sus personajes, las terreras, legado de generaciones que han horadado el subsuelo tomellosero desde finales del siglo XIX.



Presentación de Vinos

con Denominación de Origen
La Mancha



25 LUNES
NOVIEMBRE

DE 12:00 A 22:00 H
ENTRADA PERMITIDA
A MAYORES DE 18 AÑOS

HOTEL VP PLAZA ESPAÑA DESIGN

Pl. de España N°5,
Centro, MADRID

VP | PLAZA ESPAÑA
DESIGN • • • • •

CÓMO LLEGAR

-  1 · 133 · 138 · 2 · 39
-    
-  C1 · C7



ORGANIZA:
LA MANCHA
DENOMINACIÓN DE ORIGEN

COLABORA:



Globalcaja

Recetas otoñales acompañados de vino manchego



Mesa decorada con tomos otoñales.

Sabores otoñales

Tras el caluroso verano y su dieta a base de platos frescos y ligeros para combatir las altas temperaturas, se presenta el otoño con lluvias y viento como protagonistas. Aun así, el otoño posee sus propios aromas y sabores dispuestos en la mesa. El devenir de las estaciones determina los productos disponibles, así como las recetas para elaborar en casa. El uso de chaquetas y abrigos nos augura la llegada del frío y para combatirlo el mejor remedio son los platos de cuchara como los cocidos, guisos, sopas etc.

La estación otoñal es sinónimo de caza, setas y hongos, verduras y hortalizas, etc. Ricos alimentos en proteína cocinados como reconstituyentes para disfrutar después de una dura jornada de trabajo. La bajada de las temperaturas despierta nuestro espíritu hogareño y con el las ganas de recuperar las recetas calientes. Y que mejor para maridar las recetas otoñales que unos vinos blancos y tintos bajo el sello Denominación de Origen La Mancha.

SETAS



Cesta de setas.

Un Joven de La Mancha con setas de otoño

Comenzamos nuestras recetas con las setas, un alimento muy versátil que se puede incorporar en varias recetas o incluso cocinarse solo con especias. Un producto que, aunque se puede encontrar durante todo el año, los meses de otoño son los ideales para recoger setas del campo para llevarlas a la sartén. Si queremos maridarlas con un buen vino, lo más recomendable es un vino blanco Joven como el Chardonnay o el Sauvignon Blanc.

Los vinos jóvenes se obtienen en la misma campaña vitivinícola en la que se etiquetan y han de consumirse en un periodo no superior a nueve meses desde su elaboración para aprovechar todo su potencial aromático. Se aconseja una temperatura de servicio de 6-8° C en blancos y rosados y de 10-12° C en tintos.

Un Tradicional de La Mancha con calabaza

La calabaza es un ingrediente que en los últimos años se incorpora cada vez más a las recetas invernales debido a su carácter saludable. Se puede usar tanto en cremas o en risotto. Para potenciar su sabor el mejor vino es un Tradicional, que se encuentra en equilibrio entre los vinos jóvenes y los de crianza.

CREMA DE CALABAZA



Crema de calabaza.

Un Crianza de La Mancha con lentejas

Un buen reconstituyente es la receta de lentejas. Si queremos recuperar la energía y el calor de nuestro cuerpo debido al frío, las lentejas es uno de los mejores remedios gracias a su carácter nutritivo. De fácil elaboración, son dignas de cualquier comensal.

LENTEJAS



CRIANZA

Lentejas

De sabor intenso, las lentejas se pueden maridar con un vino Crianza, el cual se caracteriza por tener dos años de envejecimiento natural, de los cuales 6 meses son en barrica de roble. Su temperatura de servicio es de 15 a 18° C.

COCIDO



CRIANZA

El cocido madrileño es otro invitado otoñal muy apetecible

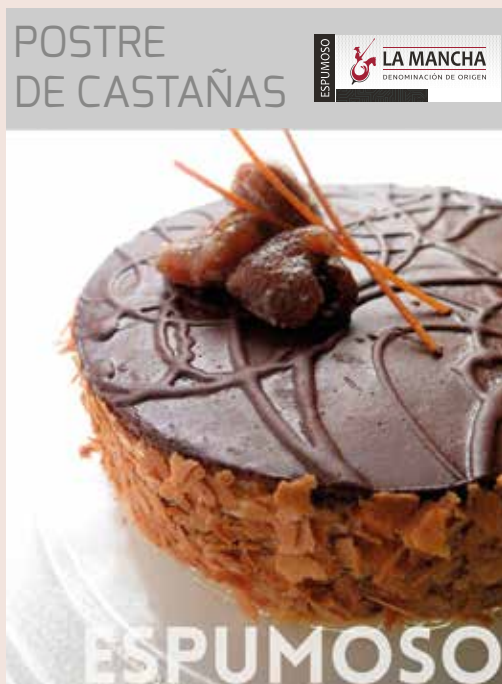
Un Reserva o Gran Reserva de La Mancha con cordero

En nuestra lista de sabores otoñales no podía faltar un producto estrella de nuestra región como lo es el Cordero Manchego. Una carne sabrosa que en recetas como la caldereta de cordero son ideales para disfrutar en familia mientras te tomas un Reserva o un Gran Reserva. Vinos con mucho cuerpo para un cordero con fuerte sabor a carne.

Los vinos de Reserva se caracterizan por tres años de envejecimiento natural, de los cuales al menos 12 meses deberán ser en barrica de roble y el resto en botella, mientras que los vinos Gran Reserva cuentan con cinco años de envejecimiento natural, de los cuales al menos 18 meses en barrica de roble y el resto en botella. En ambos casos, la temperatura de servicio recomendada es de 15-18° C.



Cordero manchego



Postre de castañas

Espumoso de La Mancha con castañas

Para finalizar nuestro variado abanico de recetas, un postre a base de castañas es el ideal. Se trata de un producto de temporada que tiene muy buena aceptación en diversidad de postres. La opción más acertada para maridar este frío postre es un espumoso (semiseco).

En los fogones del Sol Naciente

Juego recíproco de maridajes entre los vinos de La Mancha y la cocina nipona.



Platos de tradición japonesa. Fuente Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries, Japan, 2013

Su interés reside en la tradición pero su alcance es ya global. No se trata de las extravagancias de cualquier paladar *snob*. La cocina oriental, más bien, la cocina nipona, desde que el *washoku* fuera incluido en 2013 dentro de la lista del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad de la UNESCO, lo cierto es que la ha pasado a convertirse en un punto de atracción en la restauración.



Platos de tradición japonesa. Fuente Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries, Japan, 2013

Como afirma la UNESCO, el “*washoku* es una práctica social basada en un conjunto de competencias prácticas, tradiciones y conocimientos vinculados a la producción, tratamiento, preparación y consumo de alimentos.”



Platos de tradición japonesa. Fuente Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries, Japan

En momentos especiales como la llegada del Año Nuevo es, cuando “los japoneses preparan diversos manjares para dar la bienvenida a las divinidades del año entrante: pasteles de arroz y platos especiales, hermosamente ornamentados y preparados con ingredientes frescos. Cada uno de ellos tiene un significado simbólico distinto. Todos estos manjares se sirven en una vajilla especial y son compartidos por los miembros de la familia o de la comunidad.”

Su demanda en otros países occidentales como España ya no se restringe a los núcleos urbanos y hoy ya es fácil encontrar un local especializado e inspirado en el recetario más tradicional de extremo oriente.

Evolución moderna, orgánica y sana

Asiática, con base calórica cimentada en el arroz, la cocina japonesa, no obstante, supo desde hace siglos desligar sus raíces del recetario milenario chino para dotarse de una personalidad propia. Su insularidad ha convertido a Japón en uno de los países con mayor densidad de población mundial, también está constreñida eternamente a dialogar con el océano, lo que convierte al comensal nipón en uno de los mayores consumidores de pescado de todo el planeta.

Esa orientación a su propio entorno sitúa a la cocina japonesa desde el paradigma fundamental que es, en palabras de la UNESCO “el respeto de la naturaleza que está estrechamente vinculado al uso sostenible de los recursos naturales.”



El dorayaki se suele consumir a la hora del té en Japón



Tradicional mochi japonés

No solo sushi

La predilección por las opciones macrobióticas, han convertido al sushi en un producto popular de la gastronomía nipona. Sin embargo, las opciones son mucho más extensas partiendo de productos con un mayor aporte de verduras, legumbres (soja) e incluso carnes.

No abusan del aceite en las sartenes con una predisposición natural hacia la técnica *wok* (altas temperaturas con recipientes de bol) de donde se obtienen sabores más succulentos.

Por afinidad organoléptica, los blancos de La Mancha, con una acidez moderada y un toque frutal irresistible en la primera copa, sitúan a los platos de la cocina japonesa en interesantes maridajes con el airén. Hay quien incluso apunta a la magia del espumoso manchego con su burbuja endógena como una opción más que recomendable con los brut secos.

Repostería nipona, la gran desconocida

Algunos ejemplos demuestran cómo la repostería del Sol Naciente ha despertado una curiosidad creciente entre los consumidores occidentales. De hecho, la seducción de los sabores nipones se ha producido con la llamada tendencia *yogashi* o repostería japonesa con influencias occidentales.

No obstante, la repostería nipona sorprende en su consumo a la hora del té, y no en los postres como hacemos en la Dieta Mediterránea.

Uno de los más sugerentes y conocidos es el **dorayaki**, una suerte de bizcocho relleno de una pasta de judías anko. Más popular en las actuales pastelerías de cualquier ciudad es el **mochi**. Se trata de un pastel, con gran aporte energético y textura densa, elaborado con pasta de arroz glutinoso o *mochigome*.

Para todos ellos, se puede encontrar diferentes opciones de maridaje. Un blanco seco de la variedad airén, de corporeidad ligera puede ser una opción recomendable; sin obviar las cosquillas de un brut semiseco como compañía. Por supuesto, los más golosos pueden buscar un estallido frutal de toques sutiles con un moscatel, naturalmente dulce.

Ferrán Centelles, sumiller de El Bulli (2000-2011): “El potencial para desarrollar un discurso propio en La Mancha es increíble”

Charlamos con uno de los sumilleres más reconocidos a nivel internacional sobre los retos y dilemas en torno al vino.



“En el placer sensorial soy tanjante creo que la IA aun no ha puesto fecha de caducidad ”



«Es imposible vender vinos de 10€ con facilidad, si los clientes no perciben que en La Mancha se elaboran vinos de 20, 30 o 100€»

En su visita a La Mancha, la pasada primavera, con motivo de una mesa redonda sobre la diversidad y futuro del sector en Castilla-La Mancha, descubrimos el mensaje directo e incluso cercano del mentor del 'Sapiens del vino', un proyecto multidisciplinar de la "Bullipedia" con más de 30 libros y 25.000 páginas sobre la experiencia en la creatividad gastronómica y el conocimiento viticultor, histórico y cultural sobre una bebida milenaria como el vino.

Cada vendimia es diferente, cada añada también. ¿El sumiller está en continuo proceso de formación?

¡Por supuesto! Hoy y siempre, cualquier profesión o campo del conocimiento que imaginemos exige formación continua. Si te quedas atrás, otros serán los que aprovechen y desarrollen las novedades. Piensa, por ejemplo, en un agricultor medieval; podríamos sentirnos tentados a pensar que sus técnicas eran siempre iguales: con la mitad de su tierra en barbecho para que se recuperase y la otra mitad con los cultivos en producción. Es lo que aprendíamos en el colegio. Bien, precisamente uno de los avances más significativos en la agricultura medieval fue la introducción del sistema de rotación de cultivos de tres campos. Un tercio se dedicaba a cultivos de otoño, otro tercio, a cultivos de primavera, y sólo el tercio restante permanecía en barbecho. Comparemos: 50% de la tierra improductiva con el sistema antiguo o un 33% con el nuevo; el cambio es sustancial, podía marcar la diferencia entre vivir o morir.

Es curioso, pero España es líder europeo en innovación en el sector agroalimentario y eso incluye a la viticultura y la elaboración de vino: viticultura de precisión, adaptaciones al cambio climático con nuevas variedades o lugares, actualización de la normativa de los Consejos Reguladores de las Denominaciones de Origen y nueva legislación, uso y propiedades de nuevos materiales para vinificar, etcétera. Y todo este listado aplicado a cada país europeo y del resto del mundo.

Definitivamente, el sumiller no es que esté en continua formación por simple curiosidad intelectual, es que es parte de un sector extremadamente dinámico. ¡Ah! El equipo del Sapiens del Vino descubrimos que para ser un buen sumiller actual debemos tener conocimiento de ocho cosas, pero

sólo cuatro están relacionadas directamente con el conocimiento vitivinícola, lo que significa que quedan otras cuatro que no; y también exigen mantenerse actualizado y formado.

Dicen algunos, “cuanto más vinos cato y descubro en el mundo, más grande es mi ignorancia...”. ¿Es un tópico manido en el vino?

¡En absoluto!, es una afirmación muy cierta y, además, es muy buena sensación esa de sentirse ignorante. Me gusta explicarlo con el siguiente ejemplo porque es muy gráfico: los círculos de Ebbinghaus. Imagina dos círculos de la misma medida y color que son colocados cercanos uno a otro y son circundados, uno por círculos de gran tamaño, el otro por círculos de pequeño tamaño. Los círculos centrales somos nosotros y los que nos circundan son nuestros conocimientos del vino. Es muy curioso que el círculo rodeado de los de mayor tamaño parece más pequeño que el rodeado por los de pequeño tamaño, aunque ya dijimos que tenían el mismo diámetro. Y es que si sabemos mucho, es probable que nos sintamos más pequeños, pero cuando sabemos poco nos vemos más grandes de lo que somos.

Aunque este ejemplo es una ilusión óptica, la psicología nos ha enseñado que este fenómeno existe y le ha dado el nombre de efecto Dunnig-Kruger por los apellidos de los investigadores que lo estudiaron por vez primera. Es un sesgo cognitivo por el cual las personas con baja habilidad y/o conocimiento tienden a sobreestimar sus capacidades, mientras que la tendencia de las personas de alto rendimiento es la de subestimar sus habilidades.

*El axioma final es que «**La ignorancia genera confianza más frecuentemente que el conocimiento**» y saberlo está muy bien para saber que*

nuestro fantasma interior está aprovechando cualquier resquicio para salir y lucirse a costa de dejarnos en ridículo.

En su charla en Alcázar de San Juan habló de la importancia de ofertar y elaborar vinos de alta gama...aunque no se vendan.

Exacto, los vinos de gama alta están para empujar al resto de los vinos. Es imposible vender vinos de 10€ con facilidad, si los clientes no perciben que en La Mancha se elaboran vinos de 20, 30 o 100€.

Esto es algo que sectores como el de la moda saben desde hace tiempo. El lujo suele ocupar una posición privilegiada en la mente del consumidor y por definición es inaccesible a la mayoría salvo a unos pocos, bien por escasez, bien por el precio, bien por otros factores. No obstante, independientemente de la capacidad real de adquisición, estos productos y marcas son deseables y deseados por todos, lo que se ha aprovechado para ofrecer productos aspiracionales –y por ende, asequibles– para aquellos que ahorrando como una hormiguita durante unos cuantos meses puede darse el capricho (puntual). Ambos productos conviven en simbiosis en un equilibrio delicado, pues unos sostienen a los otros.

En líneas generales, esta dicotomía aplica también al mundo del vino y, de hecho, tenemos numerosos ejemplos, desde aquella bodega que ha jerarquizado sus vinos desde las referencias más generalistas a aquellas sólo al alcance de muy poco, a toda una Denominación de Origen. Quizá Burdeos sea el ejemplo más evidente, con sus prestigiosos y mundialmente deseados châteaux, pero también con casi un 50% de los 800 millones de botellas etiquetadas con las menciones de entrada de gama.

Creo que todos estos ejemplos sostienen la afirmación a la que te refieres, aunque la pregunta, realmente, debería ser, ¿cómo se consigue un vino de 100€ de La Mancha? No basta con poner ese precio en una etiqueta y quedarse de brazos cruzados, sino que hay un trabajo previo muy duro para poder producir un vino de valor, tanto en lo que se refiere al líquido, como en el valor de mercado.

Habrás descorchado miles de botellas para innumerables clientes. ¿Cómo distingue al “marciano” y entusiasta winelover del simple postureo?

Los camareros tenemos un sentido de la intuición muy desarrollado. De hecho, es una de esas 4 habilidades no relacionadas directamente con la formación tradicional vitivinícola. La forma en que un cliente se expresa sobre el vino, los comentarios y chascarrillos que hace, como mira la carta o, sencillamente, como interactúa con nosotros nos provee de una gran cantidad de información.

«La ignorancia genera confianza más frecuentemente que el conocimiento»

“No sirve regresar al ayer porque entonces éramos una persona diferente”





Ferrán Centelles en su intervención el pasado mes de mayo en el Consejo Regulador

A veces pensamos que la intuición es un conocimiento que tenemos por «ciencia infusa» no se sabe bien cómo y bastante básico, por no decir ingenuo, pero para los filósofos griegos era prácticamente la cumbre del conocimiento. Si lo pensamos detenidamente tiene lógica: sólo cuando dominamos nuestro arte estamos en condiciones de llegar a un conocimiento directo e inmediato sin tener que pasar por el proceso de razonamiento. Es como si la solución se nos «apareciese» porque nuestro cerebro está tan entrenado que puede recurrir a atajos. Con esto quiero decir que

la experiencia es un grado para saber hacer esta distinción.

Eso sí, los sumilleres estamos aquí para hacer disfrutar a la gente y recomendar vinos que se adapten a sus gustos. En este sentido, cuanto más información nos dé el cliente, mucho mejor. Es decir, es muy complicado acertar con una buena recomendación a ese cliente que no te dice nada más que, a lo sumo, un tímido “el que tú quieras”. Si queréis recibir buenas recomendaciones, decidle al sumiller esos 2 o 3 vinos que os gustan, sin timidez ni vergüenza. No os va a juzgar, os va a ayudar y con esa información

tan valiosa estoy seguro de que no fallará en su recomendación.

Precisamente, hay quien se aleja del vino porque lo percibe como demasiado sofisticado. ¿Tanto “esnobismo” nos ha distanciado de la esencia del vino como algo normal y cotidiano?

Exacto, y parte de culpa es del sector. Tenemos que huir tanto del lenguaje técnico como de la parafernalia a la hora de servir un vino. Abrumar con lenguaje técnico nos aleja de lo que debería ser nuestro objetivo: que el cliente se lo pase bien.

En este sentido, siempre recuerdo la broma que soltaba mi querido Juli Soler cuando veía que alguno de los sumilleres nos propasábamos en una mesa: “La cena, ¿la habían pedido con anuncios o sin?” Nuestra verborrea eran esos anuncios.

Me encanta pensar que un vino, a diferencia de otras bebidas, es el mejor ejemplo que existe sobre la gastronomía como cultura y como acto compartido alrededor de una mesa. Es el heredero vivo del simposio griego, el convivio romano y la comunión cristiana, pero sin olvidar lo que decía al principio: el cliente ha acudido al restaurante para disfrutar.

Me gusta pensar que la ciencia apoya este argumento porque hemos realizado un estudio junto con la casa de Champagne Dom Pérignon para poner a prueba los distintos métodos de servicio. El sistema fue tan tecnológico como directo: presentamos a los voluntarios una botella, la misma, de Dom Pérignon usando diferentes discursos a la vez que veíamos lo que pasaba en su cerebro en tiempo real mediante una resonancia magnética. Los resultados fueron contundentes: ni lenguaje técnico ni rebuscadas liturgias de servicio, la máxima atención y emoción la lográbamos con un discurso sentido, personal y, ante todo, emocional.

Nos enfrentamos a un cambio en los hábitos de consumo, incluso un descenso. ¿Cómo se puede revertir la tendencia?

Ojalá lo supiera, pero es cierto que todos los estudios apuntan en la misma dirección: existe una tendencia mundial a consumir menos vino.

Por suerte, existe lugar para la esperanza. Por ejemplo, vemos que, aunque se consume menos, cada vez se bebe mejor vino, por lo que hay que trabajar definitivamente en valorizar nuestro vino porque es bastante probable que este comportamiento siga observándose en los próximos años. En este sentido, el vino puede ser un producto aspiracional para las nuevas generaciones, mucho más preocupadas por las injusticias sociales y medioambientales que sus predecesoras. El vino no deja de ser un producto de la tierra y de los agricultores; por tanto, una oportunidad de oro para explorar su importancia a la hora de fijar a la población en el mundo rural o actualizar el valor de las cooperativas como organismos colaborativos, algo en lo que La Mancha tiene mucho que enseñar.

Luego, podríamos fijarnos en otras modas por si acaso se convierten en tendencias con el tiempo: vinos rosados, vinos blancos, vinos sin alcohol... todos ellos son vinos cuya demanda parece seguirá en crecimiento. Yo, por ejemplo, me sorprendí mucho al saber que en sus inicios La Mancha era una DO dedicada a los claretes. A veces, mirar a nuestra historia puede ayudarnos a saber cómo actuar, aunque sin olvidar que “no sirve regresar al ayer porque entonces éramos una persona diferente”, que decía Alicia en el país de las Maravillas. Cada generación vive problemas nuevos y la tradición ayuda, pero eso no significa permanecer inmóviles.

Lo estamos viendo en el marco de la UE con políticas que tratan de sacar al vino

de la Dieta Mediterránea. ¿Está sufriendo el vino una demonización injustificada?

El tema del alcohol como psicoactivo y tóxico es un tema tabú en el sector y, para ser sincero, creo que deberíamos evitar engañarnos a nosotros mismos. El vino contiene alcohol (etanol) y el alcohol (etanol) es una sustancia altamente nociva y con efectos muy negativos tanto a nivel social como sanitario.

Creo que cualquier argumento que busque defender el consumo de vino por pretendidos beneficios a la salud es un error. Ciertamente contiene polifenoles antioxidantes o compuestos con potenciales aplicaciones beneficiosas como el resveratrol, pero existen alternativas mucho mejores que una copa de vino.

Si bebemos vino es por su valor como bebida cultural; para mí, de hecho, sea seguramente la más sofisticada de las bebidas y creo que su valor como bien cultural está por encima de todo lo anterior. En lo personal, me marcó bastante un libro de Edward Slingerland titulado Borrachos: cómo bebimos, bailamos y tropezamos en nuestro camino hacia la civilización. Sin contemplaciones, el autor defiende que no podríamos haber tenido civilización sin intoxicación (etélica).

«La defensa del alcohol suscita una fuerte animosidad de quienes se preocupan, con razón, por los graves costes del consumo de intoxicantes», pero no por ello podemos obviar que «si ha sobrevivido tanto tiempo, ocupando un lugar central en la vida social humana, las ventajas de la intoxicación han debido superar, a lo largo de la humanidad, sus obvias consecuencias negativas».

¿Qué le podría exasperar más: una crítica hater en las redes, qué un vino de 200

€ lo consuman con gaseosa o que un plato de elBulli lo quieran maridar con una lata de cerveza de 50 céntimos?

En el mundo de los placeres gastronómicos no hay reglas, ninguna, por lo que todo el mundo debe sentirse con capacidad de pasear por los jardines de Baco con total libertad. En ese sentido, que las personas beban lo que quieran y como quieran. Yo simplemente estaré ahí para servirles e intentar elevar su experiencia gastronómica.

Ya Lope de Vega lo dejó escrito, varias veces, además, que “sine Cerere et Baccho friget Venus”; o que sin Ceres y Baco se enfría Venus. Es decir, que sin comida ni bebida el amor se enfría. Este proverbio puede entenderse de varias maneras, la más evidente, para indicar que en la pobreza difícilmente queda hueco para lo banal, aunque a mí me gusta pensar en un significado más literal porque al comer y al beber compartimos nuestra felicidad con quienes queremos y nos acompañan. Definitivamente, sobre gustos no hay nada escrito y toda opción es perfectamente válida.

La importancia de cuidar el relato para seducir al consumidor. ¿Qué historia le atrajo más cuando pudo conocer La Mancha en su visita

Antes de mi visita a La Mancha desconocía la existencia de viñedos prefiloxéricos de Airén. Son increíbles y tienen mucho valor. Sin duda, esos vinos tendrían que posicionarse en el top de la región.

También el uso tan tradicional e histórico de las tinajas o el mundo de la cooperativa, que yo modernizaría para alcanzar vinos aún más singulares. El potencial para desarrollar un discurso propio en La Mancha es increíble y me encantaría que se explotara más.



¿Qué ha descubierto el ‘Sapiens del Vino’ de La Mancha?

Que Sancho Panza venía de la mejor familia de “mojones”, es decir, de catadores de vino.

También que La Mancha es una tierra donde las tinajas eran el recipiente de elección para hacer y almacenar vino. Nos vamos a Georgia, cuna del vino, para hablar sobre estos recipientes y resulta que aquí al lado tenemos una historia que merece la pena ser contada. Por cierto, ¿sabías que estas vasijas manchegas se han relacionado con las usadas en las Bodas de Canaán?

Y si nos ponemos técnicos, La Mancha fue la última región de la península ibérica a la que llegó la filoxera. Las noticias más tempranas son posteriores a 1910, y la mayoría son de fechas bastante más tardías, de la década de 1920. Para entonces la enfermedad se conocía bastante bien, y los remedios y soluciones, también. Eso situó a La Mancha, junto con otros factores, en una posición ventajosa que posibilitaría su posterior desarrollo vitivinícola; pero me resulta interesante porque habría permitido la supervivencia de variedades, algo que en otras regiones no pudo ser posible al

no disponer de soluciones en el momento de entrada de este insecto. Me refiero a poder haber dispuesto de los portainjertos más apropiados para cada variedad. La Mancha tiene un potencial increíble y no me sorprendería encontrarme en los próximos años con un catálogo de variedades recuperadas de los más amplios de toda España, como está haciendo Canarias. Creo que bodegas, cooperativas y el Consejo deberían apoyar decididamente estos proyectos de investigación y trabajar por comunicárselo al mundo. ¿Te imaginas? La Mancha, la denominación más grande del mundo y patrimonio de biodiversidad varietal.

El sapiens es “simplis” y se ajusta a mecanismos muy sencillos. Yuval Noah Harari, en su libro ‘Homo Deus’ los llama algoritmos. En clave futura, ¿cree que la IA ha puesto también fecha de caducidad al placer sensorial del vino?

En los que a placer sensorial se refiere debo ser tajante: absolutamente no. El placer, por suerte, es aún algo muy humano y que compartimos con algunos otros seres vivos, creo que ni siquiera todos. El placer nos

hace humanos y eso es algo que difícilmente experimentará una IA. De hecho, en este momento estamos en la etapa demasiado inicial como para siquiera pensar en una súper inteligencia artificial que desarrolle conciencia de sí misma, cuanto más que acompañe esta conciencia de sentimientos tan elaborados como la capacidad de sentir placer. Pero si te refieres a si una IA podría elaborar un vino que nos pueda hacer sentir placer, ¡por supuesto que sí! Creo que el placer que nos despierta un vino no está asociado al método de elaboración, sino que es algo que depende mucho de cada persona, aunque tengamos tendencia a ser algo románticos a la hora de imaginar cómo es un viñedo y una bodega. Pero, imagínate una IA que nos ayudase a controlar el ciclo de prensado y control de la temperatura de fermentación de acuerdo a nuestras necesidades sin cansarse ni perder de vista el objetivo ni agobiarse por tener que medir y gestionar miles de parámetros. ¡Menuda herramienta sería!

Hoy, con los avances en computación, redes neuronales, inteligencia artificial y logros similares nos volvemos a sentir tentados a creer que podemos simplificar un ser humano en algoritmos, pero siempre hay un factor x que nos hace imprevisibles, ingobernables. Es la vida y la teoría del caos, que decía el Dr. Malcolm en Jurassic Park. Si queremos citar a Yuval, me gusta más cuando dice que “La biología lo permite, la cultura lo prohíbe”, porque sapiens está sujeto a las leyes de la biología como cualquier otro ser vivo y luego sobre ellas la cultura permite, prohíbe, tolera, regula y hasta juzga; con frecuencia cambiando de parecer según la época histórica o grupo cultural consideremos. En todos y cada uno de estos cambios sociales nos ha acompañado el vino; y aunque siempre le hemos llamado así, siempre ha sido un líquido en constante evolución. Como nosotros.

Alberto Marcilla.

Director de Banca Rural de Globalcaja

En Globalcaja tenemos un decidido compromiso por la generación de valor en el sector agroalimentario, comprometidos con el desarrollo, con la innovación, con el aumento de la rentabilidad, pegados a la tierra, de la mano de las personas, y mirando siempre al futuro.



Alberto Marcilla_director Banca Rural Globalcaja

Nuestra premisa es la cercanía, porque estando cerca de los agricultores, ganaderos, cooperativas e industrias agroalimentarias, podemos entender sus necesidades, y más aún, anticiparnos a las mismas.

Esta cercanía nos permite crear **productos financieros** desde el conocimiento y la especialización, ajustados a sus necesidades concretas con el fin de que puedan acometer las inversiones necesarias para incrementar la rentabilidad y la competitividad de sus explotaciones, apoyando las inversiones necesarias para iniciar, transformar y mejorar la explotación agraria, así como mejorar la transformación y comercialización de los productos, especialmente en momentos tan delicados como los que están viviendo los agricultores de subida de los costes de producción y bajos precios repercutidos a sus productos, lo que pone en aprietos la rentabilidad de sus explotaciones.

La contribución de Globalcaja a la modernización de las explotaciones agrícolas y ganaderas es uno de nuestros principales compromisos y con el fin de ayudar a nuestros agricultores y ganaderos a que puedan obtener esas mejoras de productividad necesarias para poder competir en unos mercados cada vez más globales, y ser más rentables, desde Globalcaja estamos financiando:

- Proyectos de creación y mejora regadíos de Comunidades de Regantes.
- Proyectos de mejora de explotaciones, transformación de cultivos, transformación de regadíos.
- Proyectos focalizados en la digitalización e innovación, orientados a la introducción de tecnologías que permitan optimizar el uso de unos inputs cada vez más costosos, de modo que puedan distribuirse de forma diferente para adaptarse al estado del cultivo o del terreno.
- Proyectos de sistemas de eficiencia energética en un contexto de coste energéticos al alza que están mermando los márgenes de las explotaciones.

En definitiva, no solo debemos ayudar a producir más, sino a producir mejor, porque el sector debe ser más eficiente sobre todo en el uso de unos recursos que son escasos. La innovación y la transformación digital son claves para avanzar en esta productividad necesaria.

Por otro lado, y **porque somos mucho más que un banco, retornamos el 17,5% de nuestros beneficios al territorio donde ejercemos nuestra actividad. Una parte de ello, para ayudar al sector**

agroalimentario, contribuyendo al modelo de agricultura familiar, multifuncional y sostenible, y esta vinculación nos ha llevado a potenciar un servicio de **Banca Rural** que no se queda únicamente en un mero servicio de tramitación de ayudas agrarias o de concesión de operaciones de financiación. Siempre hemos ido más allá y contamos con un equipo de expertos en agronomía, ingenieros de distintas especialidades, para dar asesoramiento técnico y especializado, a pie de campo, que ayude al sector a ser más competitivo.

En nuestra condición de **Entidad de Gestión de Modernización de Explotaciones Agrarias**

reconocida por la Consejería de Agricultura, desarrollamos un papel activo asesorando y tramitando las ayudas de aquellos jóvenes, hombres y mujeres, que se incorporan a la actividad, creando nuevas empresas agrarias y contribuyendo así al tan necesario relevo generacional que permite que nuestro mundo rural se mantenga vivo.

De igual forma, también asesoramos y tramitamos las solicitudes de ayudas a las inversiones en explotaciones agrícolas y ganaderas a las que pueden optar los agricultores profesionales y entre las que destacan las destinadas a financiar las inversiones para ganar en eficiencia energética y reducir los consumos de recursos hídricos.

La industria agroalimentaria enfrenta múltiples desafíos como el cambio climático, el aumento de los fenómenos climáticos adversos, en cantidad e intensidad, el aumento de población, el envejecimiento y la tasa de reposición, el relevo generacional o la adaptación a los hábitos de consumo, a lo

que habrá que dar respuesta aumentando la producción de suficiente de alimentos sanos y seguros, de manera sostenible para alimentar a una población mundial en crecimiento, al mismo tiempo que se minimiza el impacto ambiental y que estos alimentos tengan un precio accesible.

Este sector también se enfrenta a la presión de cumplir con las normativas de calidad y seguridad alimentaria, mientras busca mejorar la eficiencia y reducir costos. En este contexto, la aplicación de nuevas tecnologías se presenta como una solución innovadora y transformadora para estas problemáticas.

En Globalcaja estamos firmemente comprometidos con la modernización de nuestro sector agrario a través del conocimiento, la innovación y la digitalización.

Debemos pasar de tomar decisiones en base a la tradición, a la toma de decisiones en función de datos. Este compromiso se materializa en herramientas como el aplicativo GICOOP que utilizan las cooperativas, SAT e industrias agroalimentarias o como nuestra app Globalcampo, dirigida a los responsables de las explotaciones agropecuarias y que cuenta ya con más de 8.000 usuarios activos que la utilizan, no solamente como herramienta de consulta (cotizaciones lonjas agrarias, servicio de asesoramiento de riegos, noticias relevantes del sector, etc.) sino como un apoyo para una gestión más eficiente de los recursos de las explotaciones

Estar cerca, es ofrecer soluciones a los problemas reales, en condiciones extraordinarias para momentos extraordinarios, y en ese camino siempre podrán contar con Globalcaja.



LA MANCHA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

WWW.LAMANCHAWINES.COM



-  @vinosdelamancha
-  @vinodelamancha
-  @vinodelamancha
-  @vinodelamancha
-  @vinodelamancha



LA MANCHA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

- Consumo responsable.

- El abuso en el consumo de alcohol conlleva un riesgo para su salud.

- Contenido dirigido a mayores de edad.

El ^{del} Origen **VINO**



Globalcaja

desde siempre
en el **campo**

**En Globalcaja tenemos
una misión de futuro
muy clara: satisfacer
las necesidades
financieras de nuestro
entorno de forma
profesional, cercana y
humana.**