



# CONSEJO ABIERTO

PERIÓDICO INFORMATIVO DEL CONSEJO REGULADOR  
DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN "LA MANCHA"  
Nº 22 - DICIEMBRE 1999



- ▶ BALANCE DEL AÑO 1999
- ▶ PRESENTACIÓN DE VINOS JÓVENES
- ▶ GRAN ACEPTACIÓN DE NUESTROS VINOS
- ▶ NUEVA PÁGINA WEB

# E ditorial

*¡Pero mira cómo beben los peces en el río!*



Termina el siglo XX, el milenio y con ellos una cantidad de hechos históricos y políticos que, a veces, han llegado a sonrojar al mundo. Aún hoy, en estos momentos y en distintos puntos del globo, hay tanques solapados bajo árboles que nada tienen que ver con los de Navidad y el hambre, como una plaga, se esparce por doquiera. Nuestra revista nunca entró, ni va a entrar, a analizar la situación del mundo desde ese punto de vista pero, tratándose de las fechas en las que estamos, creíamos necesario dedicar un par de renglones a recordarle a los hombres de buena voluntad que el vino también simboliza y representa lo cristiano y que lo cristiano se basa en el amor al prójimo.

El Consejo Regulador de la Denominación de Origen "La Mancha" dedicó el último cuarto de este siglo a defender y sustentar la evolución de los intereses del sector que representa y los resultados de su gestión están a la vista: nuestros vinos se exportan a todo el mundo; la relación calidad/precio de los mismos es indiscutible; el reconocimiento que de ellos hacen los consumidores (mayoristas y finales) hace que nos podamos sentir orgullosos, todos los involucrados con el vino de La Mancha, del trabajo realizado por el Consejo Regulador, que no escatimó esfuerzos ni físicos ni económicos a la hora de luchar por sus cometidos e ideales.

Al igual que nuestra revista, tampoco el Consejo se involucró nunca en temas de política, porque ha interpretado (e interpreta) que ese es un tema para los profesionales de la misma, porque tienen todo su tiempo dedicado a ello y al Consejo siempre le faltan días de 25 horas para cumplir con todas sus tareas y obligaciones.

Pero ésta no es época para ponerse serios y circunspectos: es tiempo de villancicos y cantos, de alegría, de ilusiones y de proyectos de futuro.

Es tiempo de brindar con vinos de la Denominación de Origen La Mancha, con la seguridad de que, a finales del año 2000 que ahora comenzamos, hasta los peces en el río sabrán lo que tienen que beber.

¡FELIZ FIN DE SIGLO!

¡FELIZ COMIENZO DE MILENIO!

¡PAZ, ALEGRÍA Y VINO PARA TODOS! (de La Mancha, por supuesto).

CONSEJO ABIERTO

Alcázar de San Juan  
Diciembre 1999

**Edita**

C.R.D.O. LA MANCHA

**Presidente**

Nicolás López Treviño

**Secretario**

Alfonso Alonso Ramos

**Dirección**

bam, vinos & consumo

**Colaborador**

Angel Ortega Castañeda

**Administración**

Avda. de Criptana, 73

13600 Alcázar de San Juan (Ciudad Real)

Tel. 926 541 523 - Fax: 926 588 040

E-mail: marcoscr.3064@cajarural.com

**SUMARIO**

**Página 2**

*Editorial*

**Página 3**

*Noticias breves*

**Página 4**

*Los sectores opinan*

**Página 5**

*Presentación de vinos jóvenes en Madrid*

**Página 8**

*Balance del año 1999*

**Página 10**

*Vino y salud*

**Página 12**

*Novedades en nuestros vinos*

**Página 14**

*Las rutas del Vino V*

**Página 16**

*Vidrio, botella y tapón. El corcho IV*

**Página 18**

*Aumenta la aceptación de nuestros vinos*

**Página 20**

*Actividad promocional 1999*

**Página 21**

*Página web*

**Página 22**

*Rural Tienda*

**Página 23**

*Vino y gastronomía*

**Portada**

Presentación en Madrid  
de los vinos jóvenes de la D.O.

**Fotografía**

C.R.D.O. LA MANCHA

**Fotomecánica e impresión**

Gráficas Francisco del Moral, s.a.

Puerta de Córdoba, 7

23740 Andújar Jaén • Tel.: 953 51 13 51

e-mail: grafdelmoral@interbook.net

**Depósito Legal**

CU-2241997

# NOTICIAS BREVES

## TRIUNFANTES EN EL NORTE

En el mes de noviembre pasado se presentaron en el Norte de España los vinos blancos, rosados, tintos jóvenes, tintos de crianza, reserva y gran reserva con D.O. "La Mancha".

Las ciudades de San Sebastián, Bilbao, Santander y Gijón fueron las anfitrionas de nuestros grandes vinos tintos presentados por 16 bodegas elaboradoras inscritas en nuestro Consejo Regulador.

El Norte de nuestro país tenía que conocer y lo agradeció con sus manifestaciones y gran acogida, los varietales de primera línea de nuestra región, comprendiendo que aquí sabemos hacer las cosas tan bien o mejor que los denominados "famosos".

## LOS EMBOTELLADOS MANCHEGOS SUBEN SUS VENTAS EN EL EXTERIOR DE ESPAÑA

Las ventas a Alemania aumentan más del 30% en lo que va del año y el Reino Unido sigue siendo el primer importador alcanzando, éste último, la cifra de 2.638.632 botellas. Otros países también han incrementado sus compras, tales como Japón, México, Australia y Argentina.

## NUEVO DIRECTOR DEL IVICAM (Instituto de la Vid y el Vino de Castilla-La Mancha)

Alipio Lara Olivares, vocal del Consejo Regulador desde hace más de 23 años, fue nombrado por la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha para hacerse cargo de la dirección del IVICAM, a nuestro amigo y colaborador le deseamos toda la suerte del mundo en su nueva gestión.



## NOTICIA TRISTE

La muerte nos ha separado de nuestro querido colaborador y vocal del Consejo Doctor Eugenio Ortiz Villajos Fernández. Incansable trabaja-

dor y colaborador directo de Consejo Abierto, trabajó hasta los últimos momentos en hacer posible nuestra sección "Vino y Salud". Estará donde están los hombres de buena voluntad. Descanse en paz.



## EL PAIS DEL SOL NACIENTE VISITA LA TIERRA DEL QUIJOTE

Un grupo de importadores y periodistas del Japón visitó la zona de producción de La Mancha, con la colaboración de la Cámara de Comercio de Ciudad Real.

En un muy bien organizado viaje cultural y didáctico, estos profesionales nipones del sector, tomaron contacto con nuestras mejores bodegas y cooperativas, catando nuestros vinos y reconociendo lo imposible de mejorar su relación calidad/precio.



## LOS EXPORTADORES MANCHEGOS

Los exportadores manchegos se reunieron para preparar sus planes promocionales para el año 2000, decidiendo mantener las acciones que se desarrollaron durante 1999 en Gran Bretaña, Alemania, Suecia y Dinamarca.

Los exportadores manifestaron su intención de introducirse en los mercados emergentes del Este de Europa, como Polonia y República Checa además de incrementar su presencia en Suiza, Austria, Bélgica y Escandinavia.

# LOS SECTORES OPINAN

## Agustín Rubio Peña, copropietario de Bodegas Hermanos Rubio de Villasequilla (Toledo)

**L**os orígenes de esta Bodega Hermanos Rubio, S.L. se remontan a 1934, año en que fue fundada en Villasequilla por D. Agustín Peña Casado, abuelo de los actuales propietarios: Agustín, Cayetano, Emilio y Ángel Rubio Peña. De los cuales, el mayor, Agustín, ocupa el cargo de gerente en la empresa, además de ser vocal del Consejo Regulador de la Denominación de Origen "LA MANCHA".

**Pese a ser una empresa familiar, cuentan ustedes con unas instalaciones muy modernas.**

Lo cierto es que estamos en pleno proceso de renovación. Hace muy poco tiempo hemos finalizado la construcción de una nave de más de 1.000 m<sup>2</sup>, con lo que ya contamos con 2 naves que en conjunto suman más de 2.000 m<sup>2</sup> para el almacenaje del vino.

Además, estamos construyendo una sala climatizada para las barricas de roble con capacidad para unas 500 barricas, que se sumarán a las que actualmente tenemos.

**¿Hacia qué tipo de vino está orientada la producción de su bodega?**

Nos dedicamos sobre todo a la producción de vino embotellado, que su-

pone cerca del 75% del vino que comercializamos, mientras que el granel, apenas supera el 25%, por ello, contamos con la última tecnología en lo que al embotellado se refiere.

Pero, si bien nosotros nos dedicamos fundamentalmente a la compra de vino a bodegas y cooperativas de la zona, también elaboramos, ya que tenemos depósitos con una capacidad para 3,2 millones de litros.

**¿Cuáles son sus principales mercados?**

La mayor parte de nuestra producción la vendemos dentro de España, siendo Madrid y Barcelona los mercados más importantes, pero aproximadamente el 10% de lo que comercializamos se dirige a la exportación, llegando a países tan lejanos como Rusia, China o Perú, si bien, nuestros principales clientes son países de la Unión Europea, entre los que destacan Holanda, Dinamarca, Alemania, el Reino Unido y Suecia.

Por otro lado, debo decir que también tenemos varias marcas de vino para diversificar nuestro mercado: Viña Alambra, Señorío de Zocodover y Ribera del Algodor.

**¿Cuál cree que será la evolución del consumo de vino en los próximos años?**

Está claro que la calidad jugará



un papel muy importante. Ya se puede ver que los consumidores se preocupan más por conocer las variedades, las añadas, si se trata de vino de calidad; con Denominación de Origen, y otros detalles que antes pasaban más desapercibidos.

Por ejemplo, en nuestro caso, actualmente tenemos más demanda de lo que producimos en crianzas, tanto en España como en el extranjero. Este es un dato que nos predispone aún más a la producción de vinos de mayor calidad, que dejen más valor añadido.

**¿Cómo ve el futuro del sector vitivinícola de nuestra región?**

Para mí, en los próximos años la producción vinícola manchega deberá realizarse con una visión cada vez más industrial y con mayor mecanización, para lograr un producto más competitivo. También es muy importante el desarrollo adecuado de los planes de reestructuración del viñedo, puesto que los agricultores son los primeros que se tienen que preocupar por plantar variedades de mayor demanda.

Además, el mercado interior está bastante saturado, por lo que creo que el futuro de los vinos de calidad de La Mancha estará más orientado al mercado internacional, ya que nuestros vinos guardan una relación calidad-precio que resulta muy atractiva al consumidor europeo. ■





Carlos Delgado y Nicolás López Treviño

*"La Mancha es un continente de vino que se ha decidido a apostar por la calidad"*

## Rotundo éxito de D.O. "LA MANCHA" en la presentación de sus vinos jóvenes en Madrid

**L**os vinos de la Denominación de Origen "LA MANCHA" se presentaron con enorme éxito durante los pasados días 30 de noviembre y 1 de diciembre en el Florida Park de Madrid, en lo que ha sido el acto promocional individual más importante en la que ha tomado parte la Denominación de Origen "LA MANCHA" a lo largo de 1999. La presentación ha supuesto una magnífica oportunidad de promoción para las 30 bodegas asistentes, ya que este importante evento congregó a cerca de 2.000 personas en esta sala de fiestas situada dentro del Parque del Retiro.

El primer día los bodegueros manchegos tuvieron un almuerzo con unos 50 periodistas, la mayoría de ellos de medios especializados en temas de gastronomía, enología y viticultura, aunque también hubo una notable presencia de medios de información general. Durante la comida los bodegueros tuvieron oportunidad de exponer a la prensa

las características de los nuevos vinos manchegos, que están irrumpiendo con fuerza, no sólo en la capital de España, sino en todos los mercados del mundo.

El segundo día contó con una presencia masiva de público, sobre todo profesionales de la hostelería y responsables de tiendas especializadas, quienes valoraron muy positivamente la frescura y riqueza aromática de los vinos jóvenes manchegos 1999

Para el presidente del Consejo Regulador, Nicolás López Treviño, "el vino de calidad manchego puede y debe ser el vino de referencia de nuestro país", un objetivo difícil, pero que sin duda está al alcance del enorme potencial de las bodegas de esta Zona de Producción,

*"el vino de calidad manchego puede y debe ser el vino de referencia de nuestro país"*

que en los últimos diez años han realizado inversiones por un valor superior a los 60.000 millones de pesetas en modernizar sus infraestructuras, principalmente en lo que se refiere a mejoras tecnológicas encaminadas a la obtención de un vino de mayor calidad. Esto, unido a la gran aceptación que están teniendo los planes de reconversión del viñedo para introducir variedades de calidad y de gran aceptación internacional, como la Cencibel o Tempranillo, la Cabernet Sauvignon, la Merlot, etc. deja a nuestra región en una excelente situación de salida. Porque lo que si está claro para los bodegueros y viticultores de la Denominación de Origen "LA MANCHA" es que ésta es la región que potencialmente más puede crecer de España, y está decidida a hacerlo.

Uno de los hechos más importantes de la primera jornada fue la mesa redonda en la que participaron, el Presidente del Consejo Regulador "LA MANCHA", el director de la revista "Mi



Vino”, Carlos Delgado, los responsables de los restaurantes Viridiana, Aloque y Adolfo (Toledo), Abraham García, Paco Parejo y Adolfo Muñoz, respectivamente, y el dueño de “La Cava”, una prestigiosa tienda especializada en la venta de vinos de Madrid. Aquí se produjo un acalorado debate entre los contertulios y el público sobre la situación actual de los vinos manchegos.

Partiendo de la premisa de la inmejorable relación calidad-precio de los vinos manchegos, asumida por todos los participantes, Carlos Delgado dijo que habría que insistir en “potenciar la relación calidad-imagen”, intentando mejorar esta última incesablemente, ya que es imprescindible para que el vino sea adquirido.

Carlos Delgado también aconsejó que el nombre de Tempranillo, se impusiese al localismo Cencibel, con el que se conoce a esta variedad en LA MANCHA, para evitar confusiones entre los consumidores, puesto que esta varietal de enorme prestigio internacional debe servir de bandera para introducir el nuevo vino de LA MANCHA en todo el mundo.

Otra de las opiniones que más destacaron, tanto por parte de los contertulios, como del público presente fue que en la elaboración, en criterios de calidad, debe regir el funcionamiento de las bodegas manchegas, que hoy por hoy son capaces de ofrecer “*impresionantes vinos frescos y aromáticos*”, pero que deben tener en cuenta que la región con más viñedo del mundo tiene unas características climáticas y agronómicas que posibilitan que en LA MANCHA se pueda realizar todo tipo de vinos con enorme garantía (crianzas, reservas, grandes reservas y espumosos incluidos), sin apenas hacer uso de tratamientos fitosanitarios (plaguicidas) tan necesarios en otros lugares más húmedos. Por ello, tal y como concluyó diciendo Carlos Delgado, los bodegueros de LA MANCHA deben perder sus complejos y lanzarse a competir en todo el mundo, puesto que el vino que elaboran no desmerece ante ningún otro vino de las zonas más prestigiosas del globo.

## Bodegas la D. O. “LA MANCHA” participantes en la presentación de los vinos jóvenes

### PROVINCIA DE ALBACETE

- Coop. La Unión de Tarazona de La Mancha.
- Bodegas Ayuso, S.L. de Villarrobledo.
- Vinícola de Villarrobledo de Villarrobledo.
- Bodegas Juan Ramón Lozano, S.A. de Villarrobledo.

### PROVINCIA DE CIUDAD REAL

- Coop. Agrícola La Unión de Alcázar de San Juan.
- Bodegas Avilés Ortega de Alcázar de San Juan.
- Bodega La Tercia de Alcázar de San Juan.
- Bodegas Naranjo, S.L. de Carrión de Calatrava.
- Los Pozos, S.C.L. de Daimiel
- Coop. Ntro. Padre Jesús del Perdón de Manzanares.
- Vinícola de Castilla, S.A. de Manzanares.
- Bodegas Crisve de Socuéllamos.
- Bodegas Centro Españolas, S.A. de Tomelloso.
- Coop. Virgen de las Viñas de Tomelloso.
- Vinícola de Tomelloso, S.C.L. de Tomelloso.

### PROVINCIA DE CUENCA

- Coop. del Campo San Ginés de Casas de Benítez.
- Sdad. Coop. La Magdalena de Casas de Haro.
- Irjimpa, S.L. de Las Mesas.
- Coop. Ntra. Sra. de Manjavacas de Mota del Cuervo.
- S.A.T 2.289 Santa Rita de Mota del Cuervo.
- Enomar, S.L. de Mota del Cuervo.
- Coop. San Isidro Labrador de Las Pedroñeras.
- Coop. Ntra. Sra. del Rosario de El Provencio.

### PROVINCIA DE TOLEDO

- Coop. Ntra. Sra. de la Paz de Corral de Almaguer.
- Bodegas Hnos. Morales, S.A. de Noblejas.
- Cosecheros Embotelladores, S.A. de Noblejas.
- Coop. Ntra. Sra. del Egido de Puebla de Almoradiel.
- Finca La Blanca, S.L. de Puebla de Almoradiel.
- Coop. Ntra. Sra. de la Piedad de Quintanar de la Orden.
- Coop. Ntra. Sra. del Pilar de Villanueva de Alcardete.



bodegas participantes



#### Entrega de premios

Tras la mesa redonda, el Presidente del Consejo Regulador, acompañado del Consejero de Agricultura de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, Alejandro Alonso, y la Subdelegada del Gobierno en Ciudad Real, Mercedes Cuéllar, hizo entrega de los trofeos a los ganadores de los Concursos de Hostelería y Restauración, Literatura, Pintura y Fotografía de la Denominación de Origen "LA MANCHA", cuya cuantía total rondaba los tres millones de pesetas, convirtiendo estos premios en unos de los más importantes que se celebran en nuestro país con estas características.

En este acto, Nicolás López Treviño, en nombre de los diferentes Jurados de cada uno de los concursos, valoró muy positivamente la enorme calidad de la mayor parte de las obras presentadas, así como el número de éstas, que cada año es más importante.

Estas exposiciones están compuestas por un total de 41 cuadros de diferentes artistas, de los que el Consejo Regulador ha adquirido 4 en propiedad, y por unas 100 fotografías pertenecientes a colecciones de 14 autores distintos. ■

*...la cuantía total rondaba los tres millones de pesetas, convirtiendo los premios en unos de los más importantes que se celebran en nuestro país con estas características.*

### Premiados en los concursos convocados por la D. O. "LA MANCHA"

#### V CERTAMEN LITERARIO "VINOS DE LA MANCHA"

- Primer premio (300.000 pesetas y trofeo conmemorativo)  
*Los Dioses Reencontrados* de D. Antonio García de Dionisio (Manzanares)
- Segundo premio (150.000 pesetas y trofeo conmemorativo)  
*Liturgia de la Viña y del Empotro* de D. Luis García Pérez (Puertollano)

#### VI CONCURSO NACIONAL "VINOS DE LA MANCHA" PARA HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

- Primer premio (350.000 pesetas y trofeo conmemorativo)  
Restaurante El Bohio de Illescas (Toledo)
- Segundo premio (175.000 pesetas y trofeo conmemorativo)  
Hotel Beatriz de Toledo
- Mención especial por su destacada aportación en la promoción de los Vinos de la Denominación de Origen "LA MANCHA"  
Bar-Restaurante Catavinos

#### VI EXPOSICIÓN NACIONAL DE FOTOGRAFÍA "VINOS DE LA MANCHA"

- Obras adquiridas por el Consejo Regulador (Valor total 439.500 pesetas) a:  
D. Rubén Martín Benito Romero, D. Enrique Manuel García García, D. Ismael V. Barbe, D. Manuel Navarro Forcada, Dña. Elena Velasco Areste, D. Ignacio Echevarría Ortiz de Zarate, D. Manuel Muñoz García, D. Antonio Real Sánchez y D. D. Ignacio Calonge

#### V EXPOSICIÓN NACIONAL DE PINTURA "VINOS DE LA MANCHA"

- Obras adquiridas por el Consejo Regulador (Valor total de 1.500.000 pesetas):  
*La Vendimia* de D. Francisco Guijarro Rabadán.  
*Paisaje* de Dña. Pilar Jiménez Amat.  
*Uvas* de Dña. Rosa Carabias.  
*Camino de Villarrubia* de D. Diego Muñoz García.

# BALANCE D EN LA DENOMINACIÓN

*Ahora que entramos en el año 2000 es el momento de hacer balance de lo que ha supuesto 1999 para la Denominación de Origen "LA MANCHA", un año estupendo para nosotros por diferentes motivos. Primero, porque nuestro vino se ha vendido más, sobre todo en el extranjero. Cada mes vemos con satisfacción como nuestras exportaciones de vino embotellado, que es el que más valor añadido aporta a la región, crecen y crecen. De hecho, este año las exportaciones aumentarán alrededor de un 20%, superando su facturación los 5.000 millones de pesetas.*

**A**demás, la facturación interna va a superar de forma clara los 20.000 millones de pesetas, por lo que yo me atrevo a decir que nuestra situación es óptima, ya que no hemos dejado de crecer en los últimos años y las perspectivas para el futuro son todavía mejores.

En LA MANCHA tenemos claro que los consumidores desean un producto de mayor calidad, sin que ello les suponga pagar unos precios desorbitados. Es éste precisamente el punto fuerte de nuestra Denominación de Origen, capaz de ofrecer unos vinos de altísima calidad, tanto tintos como en blancos, a un precio inmejorable.

Está claro que las mejoras técnicas de los últimos años y la inversión en capital humano, con la contratación de técnicos y cualificados enólogos, ya han comenzado a dar sus frutos. Hoy podemos decir orgullosos que LA MANCHA ha dejado de ser una Denominación de Origen en la que fundamentalmente se producían granules. Lo que prima ahora en nuestras bodegas es la calidad del vino, más fácil de conseguir que en otros lugares, precisamente porque hay mucha cantidad donde elegir. Es por esta razón, por la que en nuestra Denominación de Origen se puede ofrecer un vino excelente a un precio muy competitivo.

Otro proyecto importante, sobre todo mirando al futuro, es la puesta en mar-

***"En la página web del Consejo se puede encontrar todo tipo de información relacionada con la Denominación de Origen "LA MANCHA" de forma rápida y cómoda"***

***"Pese a la sequía que hemos soportado los primeros meses de 1999, la cosecha ha sido bastante buena. La calidad ha mantenido unos niveles óptimos"***

cha de la página web del Consejo Regulador ([www.lamanchado.es](http://www.lamanchado.es) o [www.lamanchawines.com](http://www.lamanchawines.com)), en la que se puede encontrar todo tipo de información relacionada con la Denominación de Origen "LA MANCHA" de forma cómoda y rápida (bodegas, tipos de vino que se elaboran, variedades autorizadas, información de todas las actividades desarrolladas por el Consejo Regulador, etc).

## **CAMPAÑA 1999**

Por lo que se refiere a la pasada campaña de vendimia, tengo que decir que la cosecha recogida en 1999 en la Denominación de Origen "LA MANCHA" ha sido bastante buena, ya que, aunque algo inferior en cantidad -alrededor de un 5%-, la calidad ha mantenido unos niveles óptimos, puesto que no hubo ningún tipo de enfermedades y el fruto se desarrolló correctamente. De hecho, las pruebas realizadas hasta el momento por el Comité de Control de Calidad y por el Comité de Cata dan como resultado que el vino de la campaña 1999/2000 tendrá una calidad excepcional.

No podemos olvidarnos tampoco de la excelente aceptación que han tenido los vinos jóvenes manchegos en la presentación de 30 bodegas de nuestra Denominación de Origen en Madrid a principios de diciembre, a la que asistieron más de 2.000 personas interesadas en el mundo del vino (prensa especializada, distribuidores, hostelería, etc.)

Además, en las variedades tintas, no se puede hablar de descenso, más bien de un ligero aumento en muchos lugares, debido a que han comenzado a producir nuevas plantaciones de variedades mejorantes introducidas en los Planes de Reestructuración del Viñedo, sobre todo,

en el caso de la Cencibel o Tempranillo, la más abundante entre las variedades tintas de LA MANCHA.

Otro hecho que merece ser destacado es la importante subida de precios que han tenido la mayoría de variedades inscritas en la Denominación de Origen "LA MANCHA".

Este incremento se ha debido fundamentalmente a la situación del mercado español de vinos de calidad, que vive un buen momento, y al cumplimiento de los acuerdos sobre el precio de la uva firmados el pasado agosto por los diferentes representantes del sector vitivinícola manchego (bodegueros, sindicatos y organizaciones agrarias).

Este acuerdo sirvió para dar un precio de referencia a las diferentes variedades manchegas, con el fin de que viticultor y bodeguero supiesen de antemano el coste aproximado de la uva, lo cual ha redundado en beneficio de toda la región, ya que se ha logrado reducir en gran medida la salida de uvas, mosto y vino a otros lugares, uno de los mayores problemas con que se enfrenta nuestra Denominación año tras año, por ello, además del acuerdo logrado entre los diferentes sectores vitivinícolas manchegos sobre el precio de la uva, al que antes se ha hecho alusión, el Consejo Regulador solicitó a las autoridades competentes que extremasen las medidas de vigilancia en los transportes de este tipo de mercancías.

La variedad Cencibel o Tempranillo es la que ha experimentado un incremento de precio mayor, ya que se ha pagado en torno a las 10,50 pesetas kilogramo, aproximadamente un 50 % más del precio alcanzado la pasada campaña, lo que viene a hacer justicia a la variedad tinta más

# EL AÑO 1999 DE ORIGEN "LA MANCHA"

representativa de LA MANCHA y favorece a los viticultores inscritos en nuestra Denominación de Origen; nada más y nada menos que 22.000.

Con respecto al tema de los precios de la uva, lo que sí quiero dejar claro es que el consumidor tiene que saber que si un kilo de uva se está pagando a unas 140 pesetas en nuestra región (para elaborar un litro de vino se necesita aproximadamente kilo y medio de uva) y aún así hay bodegueros de otras regiones que lo compran, no parece lógico que con esas uvas se elabore vino de mesa, que se paga a precios bajos (normalmente por debajo de las 150 pesetas la botella), que en ningún caso amortizarían el precio pagado por la uva.

Tampoco es comprensible como en otras regiones, que pagan al viticultor hasta 400 pesetas el kilo de uva, se puede encontrar la botella de vino a un precio mucho más bajo del que se entendería como razonable, teniendo en cuenta el coste de la materia prima.

Hechos como los que acabo de citar, unidos a otros, como el pasado escándalo del fraude de las etiquetas de vino en Torrenueva, del que se ha dicho injustamente que era un vino de LA MANCHA, cuando se trata de un término municipal que no pertenece a la Denominación de Origen "LA MANCHA", sino a una Zona

*"Los vinos de calidad de nuestra región tienen grandes expectativas por su extraordinaria relación calidad-precio"*

de Producción de otra Denominación de Origen, nos perjudican muchísimo. Esto lo quiero dejar muy claro, para evitar que en el futuro haya quien lance acusaciones infundadas contra nosotros, aunque sólo sea por desconocimiento del mapa geográfico de las Denominaciones de Origen Vitivinícolas de nuestro país.

## PREVISIONES PARA EL 2000

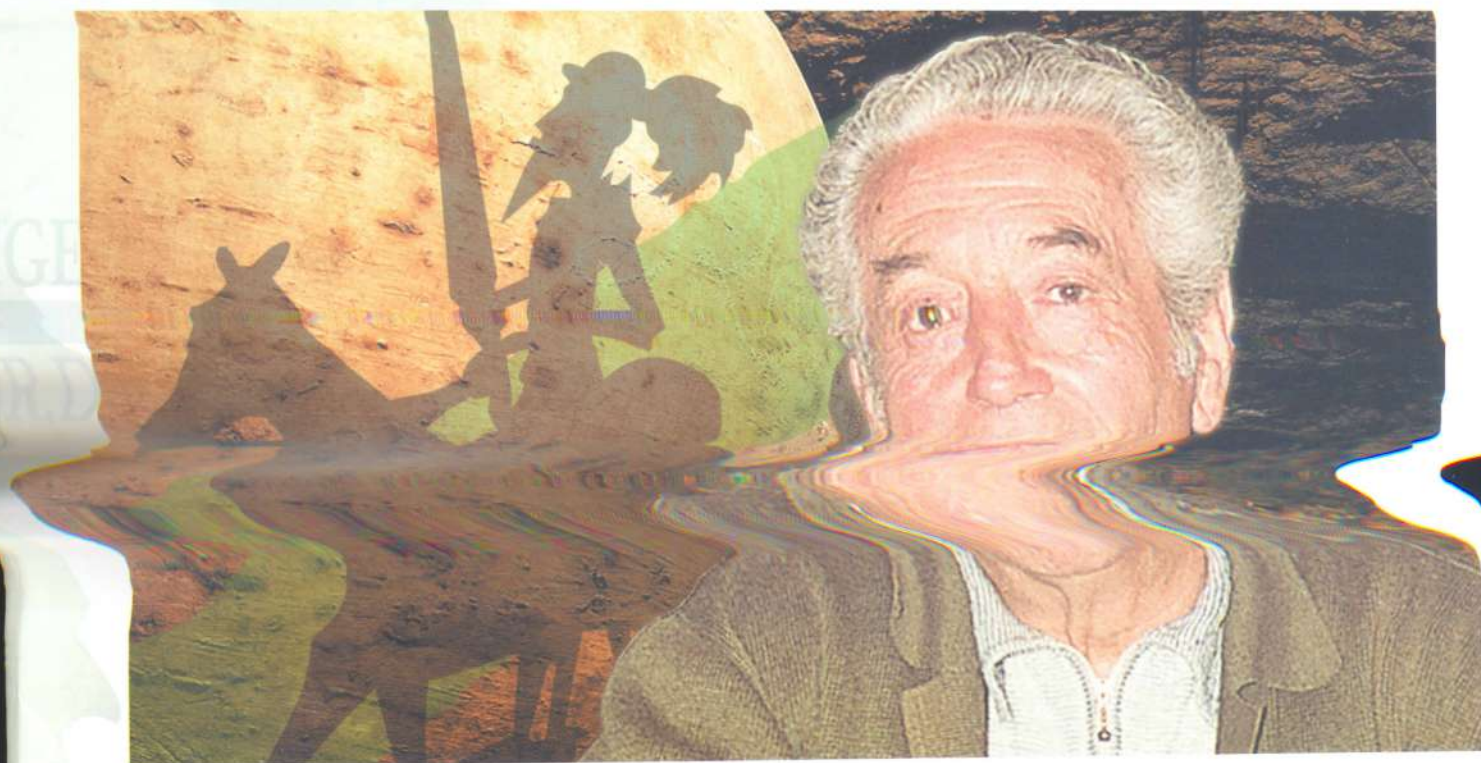
El siglo XXI llega lleno de retos para nuestra Denominación de Origen, que tiene que seguir luchando por cuotas de mercado en todo el mundo. Por ello, para el próximo año, el Consejo Regulador pretende seguir impulsando las promociones de nuestros vinos de calidad, tanto en España como en el resto de Europa, ya que nos están dando unos extraordinarios resultados.

El vino de calidad manchego puede y debe ser el vino de referencia de nuestro país, un objetivo difícil, pero que sin duda está al alcance del enorme potencial de las bodegas de esta Zona de

Producción, que en los últimos diez años han realizado inversiones por un valor superior a los 60.000 millones de pesetas en modernizar sus infraestructuras, principalmente en lo que se refiere a mejoras tecnológicas encaminadas a la obtención de un vino de mayor calidad. Esto, unido a la gran aceptación que están teniendo los planes de reconversión del viñedo para introducir variedades de calidad y de gran aceptación internacional, como la Cencibel o Tempranillo, la Cabernet Sauvignon, la Merlot, etc. Deja a nuestra región en una excelente situación de salida. Porque lo que sí está claro para los bodegueros y viticultores de la Denominación de Origen "LA MANCHA" es que ésta es la región que potencialmente más puede crecer en España, y está decidida a hacerlo.

En el pasado mes de septiembre ya se reunieron las bodegas exportadoras de LA MANCHA y acordaron incrementar sus acciones promocionales para el próximo año en la zona de Escandinavia y los países del Este de Europa, donde los vinos de calidad de nuestra región tienen grandes expectativas, debido a su extraordinaria relación calidad-precio. ■

*Nicolás López Treviño  
Presidente del Consejo Regulador de la D. O. "LA MANCHA"*



# VINO Y SALUD

## El consumo moderado de alcohol puede reducir el riesgo de sufrir un ictus isquémico

**T**he New England Journal of Medicine publica en su edición 341 del mes de noviembre pasado que el consumo bajo o moderado de alcohol reduce el riesgo total de sufrir un ictus isquémico, aunque declaran que esta pauta no debe generalizar las conclusiones ni cambiar el estilo de vida de los posibles pacientes.

El análisis que llevó a estas conclusiones se llevó a cabo mediante el estudio prospectivo de 22.071 médicos varones, con edades comprendidas entre los 40 y 84 años, todos pertenecientes al Estudio de Salud de los Médicos de Estados Unidos.

Varios ensayos previos ya habían demostrado una relación en forma de U o de J entre el consumo de alcohol y el riesgo de ictus.

El ictus, una reducción o suspensión total de la circulación arterial en una gran parte del organismo por causas diversas, puede llegar a ser mortal en casos extremos.

Los investigadores han comentado que, aunque el estudio muestra los beneficios del consumo moderado de alcohol, no se puede generalizar ni cambiar los hábitos de vida teniendo en cuenta tales conclusiones. También puntualizan que las bebidas de alta graduación son factores de riesgo de ictus isquémico o hemorrágico. Crean además que no se puede ofrecer ninguna recomendación que enfatice los aspectos posi-

*El ictus es una reducción o suspensión total de la circulación arterial en una gran parte del organismo por causas diversas.*

tivos del consumo masivo de alcohol, puesto que podría ser más perjudicial que beneficioso.

No cabe duda que los médicos norteamericanos prefieren "curarse en salud" y se siguen refiriendo, en cuanto al consumo moderado de alcohol entre la población adulta, con todos los reparos, temores y tabúes a que los obliga la política que marca EE.UU. al respecto que preconiza, en un 90% de sus actividades de mar-

keting y promoción el consumo de whisky y otras bebidas de alta graduación, pero sin dejar de hacer notar que las investigaciones que en los últimos años se están llevando a cabo, indican en forma general y taxativamente que "el consumo moderado de vino es beneficioso para la salud".

Los médicos franceses, en cambio, con más cultura general y hábitos gastronómicos mediterráneos insisten, en la actualidad, en defender las tesis que hasta ahora han mantenido nuestra revista y los científicos que con ella colaboran.

Así lo demuestra el comentario que sobre el artículo que estamos tratando han efectuado los doctores Marc Hommel y Assia Jaillard, del Hospital de Grenoble, en Francia, quienes destacan que el consumo moderado de alcohol también puede

tener sus beneficios en la prevención secundaria después de que un paciente haya sufrido un ictus o un infarto agudo de miocardio. Los beneficios se han comprobado en sujetos sanos, con una edad de 35 años con resultados más que alentadores. Los médicos franceses opinan que "en el consumo moderado de alcohol por esta población, las ventajas superan los riesgos".

Las conclusiones y los consejos de Consejo Abierto siguen siendo las mismas: beba con moderación y vino de buena calidad, que el vino es salud. ■





# 24 HORAS ASEGURADAS

S

eguro del Hogar Rural *Compacto*



CAJA RURAL

# NOVEDADES EN

nueva marca

## CLAVILEÑO AIREN 1999

LOS POZOS S.C.L.  
Polígono Industrial s/n.  
Tel. 926 853261 • Fax. 926 853261  
13250 DAIMIEL (Ciudad Real)

**FASE VISUAL** De color amarillo pálido, limpio y brillante.

**FASE OLFATIVA** Aromas de frutas frescas, continuados y persistentes.

**FASE GUSTATIVA** Sabor equilibrado, ligero y agradable, con un final largo.



nueva marca

## VEREDA DEL ZÁNCARA TINTO CENCIBEL

BODEGAS BIBIANO, S.L. • Buñuelo, 8 • Tel. 967 165056  
16670 EL PROVENCIO (Cuenca)

**FASE VISUAL** De capa media cubierto, limpio y brillante.

**FASE OLFATIVA** Aromas florales, limpios y agradables.

**FASE GUSTATIVA** En boca, es potente, siendo el paso carnoso y elegante.



nueva marca

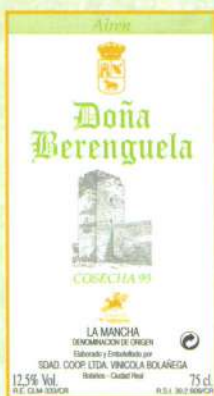
## DOÑA BERENGUELA AIREN 1999

Sdad. Coop. Ltd. VINÍCOLA BOLAÑEGA  
Ctra. de Daimiel, 82 • Tel./Fax 926 870825  
13260 BOLAÑOS DE CALATRAVA (C.R.)

**FASE VISUAL** De color amarillo pálido con reflejos verdosos.

**FASE OLFATIVA** Aromas afrutados, sucediéndose los olores a plátano y manzana.

**FASE GUSTATIVA** Fresco y persistente, destacándose en el paso de boca su armonía, finura y elegancia.



nueva marca

## FONTAL CENCIBEL 1998

BODEGAS FONTANA  
Extramuros, s/n • Tel. 969 125433 • Fax. 969 125387  
16411 FUENTE DE PEDRO NAHARRO (Cuenca)

**FASE VISUAL** De color rojo picota, limpio y cubierto.

**FASE OLFATIVA** Aromas florales combinados por frutas rojas muy persistentes.

**FASE GUSTATIVA** Con cuerpo, sabroso y muy largo.



nueva marca

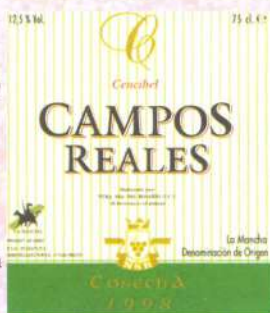
## CAMPOS REALES TINTO CENCIBEL 1998

Cooperativa NTRA. SRA. DEL ROSARIO  
Avda. Castilla - La Mancha nº 4  
Tel. 967 166066 • Fax. 967 165032  
16670 EL PROVENCIO (Cuenca)

**FASE VISUAL** De color rojo picota de capa media alta.

**FASE OLFATIVA** Aromas limpios y agradables de frutas silvestres en el que destaca la variedad cencibel.

**FASE GUSTATIVA** Fuerte y robusto, con largos toques tánicos, paso de boca agradable y con un final muy largo.



nueva marca

## REY DE COPAS TINTO 1998

JUAN RAMÓN LOZANO, S.A.  
Avda. Reyes Católicos, 156 • Tel. 967 141907 • Fax. 967 145843  
02600 VILLARROBLEDO (Albacete)

**FASE VISUAL** De color rojo granate con tonos violetas.

**FASE OLFATIVA** Aromas limpios y agradables de frutas silvestres.

**FASE GUSTATIVA** Potente en boca, carnoso y elegante con un final largo.



# NUESTROS VINOS

nueva marca

## SEÑORÍO CASA DON DIEGO TINTO CRIANZA 97

HERMANOS ALHAMBRA SANTOS, S.L.  
Emilio Nieto, 28 • Tel. 926 631481 • Fax. 926 631219  
13240 LA SOLANA (Ciudad Real)

**FASE VISUAL** De color rojo picota con tonos violeta.  
**FASE OLFATIVA** Aromas de vainillas y tostados.  
**FASE GUSTATIVA** Limpio, redondo y algo tánico, lo que le permite evolucionar positivamente.



nueva presentación

## EL JUGLAR ROSADO

COSECHEROS EMBOTELLADORES, S.A. •  
Camino Villatobas, 4 • Tel. 925 140292 • Fax. 925 141268  
45350 NOBLEJAS (Todelo)

**FASE VISUAL** De color rosa fresca, limpio y brillante.  
**FASE OLFATIVA** Aromas intensos de frambuesa.  
**FASE GUSTATIVA** Sabor fresco y agradable, con un postgusto intenso.



nueva presentación

## YUNTERO AIRÉN 1998. Fermentación en barrica.

COOPERATIVA JESÚS DEL PERDÓN  
Polígono Industrial, s/n • Tel. 926 610309 • Fax. 926 610516  
13200 MANZANARES (Ciudad Real)

**FASE VISUAL** De color amarillo pálido con destellos dorados, limpio y brillante.  
**FASE OLFATIVA** Aromas de madera perfectamente integrados y notas frutosas.  
**FASE GUSTATIVA** En boca es untoso y complejo, con gran personalidad y concentración de sabores.



nueva presentación

## ZAHURDON TINTO

UNIÓN VITIVINÍCOLA DE INFANTES, S.A.  
Ctra. Fuenllana, s/n • Tel. 926 360158  
13320 VILLANUEVA DE LOS INFANTES (Ciudad Real)

**FASE VISUAL** De color rojo granate y capa media.  
**FASE OLFATIVA** Aromas ligeramente herbáceos combinados con frutas rojas.  
**FASE GUSTATIVA** Potente, carnoso y elegante.



nueva presentación

## LORENZETE AIRÉN 1999

Cooperativa VIRGEN DE LAS VIÑAS  
Carretera de Argamasilla s/n.  
Tel. 926 510865 • Fax. 926 512130  
13700 TOMELLOSO (Ciudad Real)

**FASE VISUAL** De color amarillo pálido, limpio y brillante.  
**FASE OLFATIVA** Aromas florales y afrutados.  
**FASE GUSTATIVA** En boca destaca su frescura y armonía, comportándose como un vino joven en su plenitud.



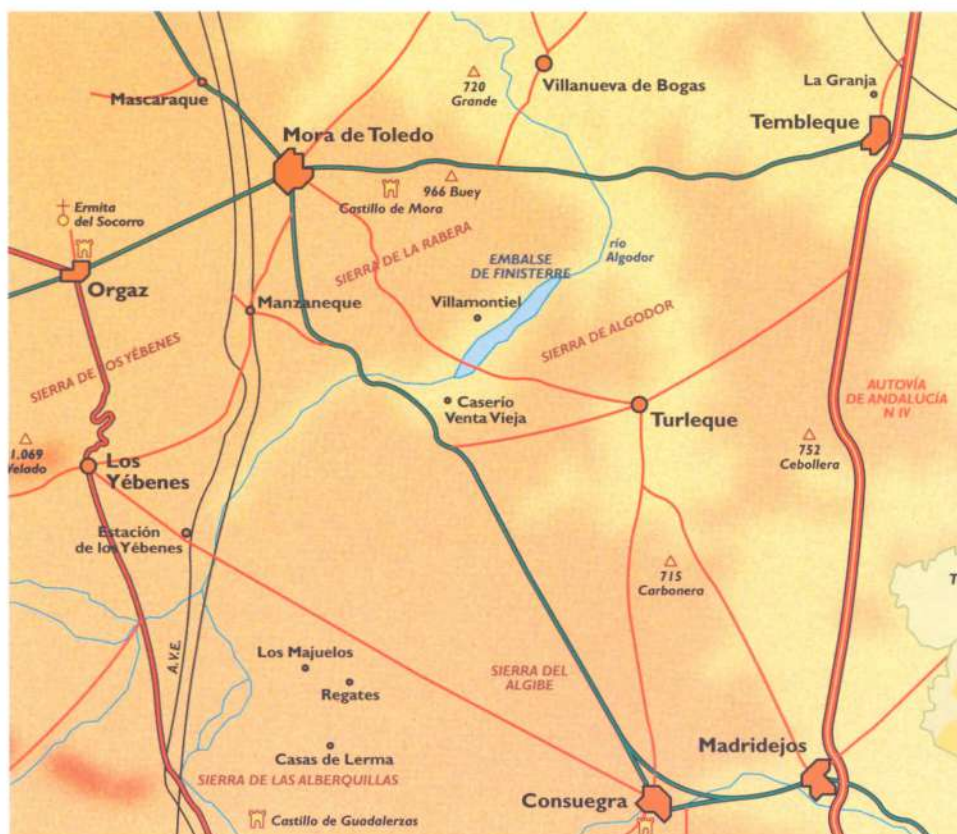
nueva presentación

## PLAZA MAYOR TINTO

F.F. CORPALSÁ, S.A.  
Ctra. Santa Cruz, km. 4,5 • Tel. 969 320200 • Fax. 969 321274  
16400 TARANCÓN (Cuenca)

**FASE VISUAL** De color rojo granate, limpio y transparente.  
**FASE OLFATIVA** Aromas de frutas frescas, continuados y persistentes.  
**FASE GUSTATIVA** En boca es potente, carnoso, elegante y con un final tánico y agradable.





## La Mancha de los Castillos

# Las Rutas del Vino V

**E**n un gran número de poblaciones de La Mancha toledana, se alzan castillos y fortalezas, vestigio de las muchas invasiones, luchas y conquistas que han vivido estas tierras, y que son el principal atractivo que ofrece esta ruta.

Comenzando por **Tembleque**, situada al borde de la Nacional IV, hay que destacar su Plaza Mayor, una de las más hermosas de La Mancha, que data del siglo XVII y en la que podemos observar sus preciosos pórticos de columnas de granito, así como los corredores con soportales y ornamentación en madera, en la planta superior.

Si siguiendo hacia **Mora de Toledo**, antes de llegar a la población, nos encontramos con el Castillo de Peñas Negras, escena de la mayor parte de los enfrentamientos entre moros y cristianos durante los siglos XI y XII, y prisión de ilustres personajes a partir del siglo XVI. Todavía que-

dan en él vestigios de algunas construcciones internas, muros, aljibes y varias torres. Ya en el pueblo, debemos destacar la iglesia parroquial, una construcción del gótico tardío (siglos XV y XVI).

### LAS CASAS DEL CONDE

"Las Casas del Conde" es una casa rural situada a menos de 2 kilómetros de **Villanueva de Bogas**, que cuenta con un atractivo especial para todos los que busquen la tranquilidad, al menos, durante unos días.

El Conjunto está compuesto por

*Las bodegas embotelladoras Bodega Antonio Rojo Martín-Salas y Bodegas Garrón, S.A., pueden visitadas, previa consulta.*

4 pabellones que fueron construidos en los años 60 para ser utilizados como lugar de reposo para importantes personajes de la política y la nobleza en sus días de caza por los alrededores, aunque fue su actual propietario, Juan Luis de la Cruz Téllez, quien decidió darle el uso de alojamiento rural, que permite que cualquier persona pueda disfrutar de las comodidades que anteriormente sólo se reservaban a las clases pudientes.

El estado de las edificaciones, equipadas con todas las comodidades habituales en cualquier hotel, es óptimo, sin que ello le suponga perder con su toque de alojamiento rural y de lugar aislado del ajetreo de la vida actual.

Cuenta con 13 dormitorios (23 camas), lo que la convierte en una opción abierta a todo tipo de visitantes: parejas, grupos de amigos, gente del mundo de los negocios, cazadores, etc., aunque, debido a la dureza de la climatología de la zona, las

épocas idóneas para acercarse a este relajante lugar son el otoño y la primavera.

Además de las posibles rutas turísticas que posibilita la ubicación geográfica de esta casa rural, con viajes cercanos a Toledo, y a los Castillos de Orgaz, Mascaraque, Manzaneque y Almonacid, así como la Plaza Mayor de Tembleque o los Molinos de Consuegra. "Las Casas del Conde" es un lugar donde se desarrollan multitud de actividades, como el senderismo o los viajes en bicicleta, con posibilidad de visitar el Castillo de Peñas Negras, una zona apta para la escalada.

Finalmente, merece la pena destacar que "Las Casas del Conde" se abastecen únicamente con energías renovables, concretamente eólica y solar.

**Orgaz** tiene unos orígenes muy antiguos, aunque fue durante la ocupación de los árabes cuando alcanzó un gran apogeo. Tras la reconquista cristiana del lugar, el Cid fue su primer señor, siendo el pueblo natal de su esposa, doña Jimena.

Tiene un conjunto urbano con una arquitectura rural muy bien conservada, al igual que su castillo, construido en el siglo XII, que fue incendiado por las tropas del emperador Carlos I por servir de refugio a los partidarios de los comuneros.



**Los Yébenes** es un pueblo de gran riqueza cinegética, cuyo origen se remonta a los tiempos del emperador Trajano donde, sobre todo, debemos visitar su iglesia renacentista dedicada a Santa María, de la que destacan su ábside circular y el retablo de la Capilla Mayor.

**Bodegas embotelladoras** que, previa consulta, pueden ser visitadas y en las cuales se puede adquirir vino embotellado de la Denominación de Origen "LA MANCHA": Bodega Antonio Rojo Martín-Salas y Bodegas Garrón, S.A.

**Consuegra** es una localidad dominada por el Monte Calderico, en el que se alcanzan sus famosos molinos de viento, algunos de ellos visitables.

Muy cerca encontramos el castillo, uno de los mejores conservados, fue cedido por Alfonso VI a la Orden de San Juan y posteriormente a los Calatravos, utilizándose como hospital para las tres "Retenes Militares" que estaban en la zona. Ha sido rehabilitado hace poco tiempo y en él tiene lugar anualmente una representación de batalla medieval que atrae a muchos visitantes.

**Madridejos** también conserva monumentos de interés, como la iglesia parroquial de El Salvador, una construcción de transición del gótico al renacimiento que data del siglo XVI; los conventos de San Francisco y las Clarisas; varias casas solariegas y una curiosa plaza de toros, construida en tapial con contrafuertes. ■



# VIDRIO, BOTELLA Y TAPÓN: SU RELACIÓN Y PARTICULARIDADES

## EL CORCHO IV

*Continuación del número anterior (21, oct. 99)*

### **L**as dificultades de extracción del tapón.

Un tapón difícil de extraer puede estar, o bien demasiado apretado, o bien pegado al cuello de la botella. La importancia del sacacorchos es aún más grande en tales casos.

Evidentemente un tapón demasiado apretado puede estarlo dentro de un cuello estrecho, este incidente ocurre en ocasiones, pero es más raro que el defecto inverso, es decir, un diámetro demasiado ancho.

Un corcho demasiado compacto con un gran número de capas de crecimiento, como por ejemplo en el caso de un corcho que viene de la rama, o las partes enmaderadas o bien aquéllas de un gran diámetro (cuyo ajuste en relación al diámetro interno de la botella es superior a 6 mm.), pueden igualmente adherirse al vidrio con gran fuerza; sin embargo también esta anomalía es poco frecuente.

Lo que ocurre más a menudo es que la dificultad de extracción esté en función del tratamiento de superficie de los tapones. El siliconado, según el tipo de producto utilizado, permite obtener un sostén más o menos importante al interior de la botella con fuerzas de extracción que varían, pero jamás con pegadura.

Un parafinado (en desuso hoy día) excesivo en cambio, puede provocar una fuerte adhesión del tapón al vidrio.

El punto de fusión de las parafinas utilizadas hace unos años se aproxima a los 50°C. Toda elevación de temperatura puede provocar por lo tanto, si no la fusión, al menos el reblandecimiento de la parafina

y la pegadura del tapón al vidrio.

En algunos casos puede tratarse de una elevación accidental de temperatura en el momento de la "termolización" del vino o del calentamiento de las tenazas, sin embargo ese riesgo es previsto generalmente en el momento en que el utilizador hace su pedido de tapones.

Esta elevación accidental de temperatura durante el período de almacenamiento o bien durante el transporte del vino escapa a todo control, y es eso lo que más debe preocuparnos.

Este inconveniente relacionado a la parafina, es un factor que limita su utilización y que permite tomar conciencia de la importancia que el tratamiento de superficie de los tapones tiene para el buen resultado

*La dificultad de extracción del corcho está en función del tratamiento de su superficie.*

de la operación de taponado.

Finalmente, se deben considerar también las dificultades de extracción debidas al empleo de un sacacorchos malo que va a perforar o a desmenuzar el corcho y que puede incluso romper el tapón. Una buena elección de tal instrumento, tanto por lo que respecta a la mecha, como al sistema de tracción, permitirá evitar muchas decepciones.

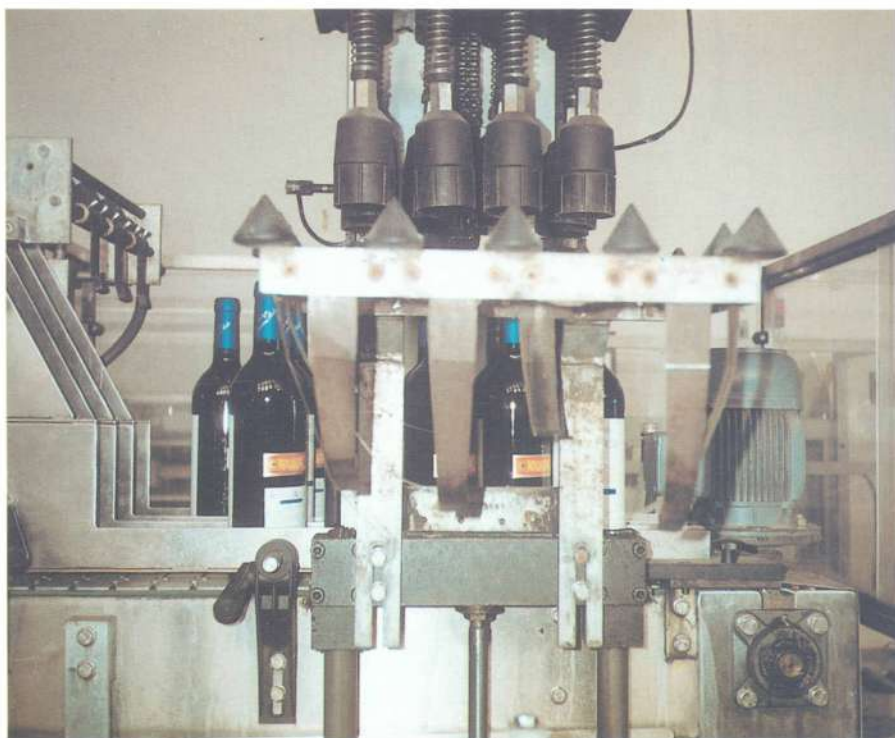
### **El sacacorchos**

Los sacacorchos clásicos se componen de una mecha y una empuñadura. A condición de asegurar una buena presión, la empuñadura no obedece a ninguna exigencia particular.

En el caso de la mecha la situación es diferente, ya que no debe tratarse ni de un taladro ni de una broca que agujereen el tapón sin asegurar su soporte. En el momento de la tracción, este tipo de herramienta saldrá del tapón solo, acarreado consigo algunas virtudes de corcho.

La mecha ideal debe ser del tipo "cola de cerdo", con un eje vacío. Su punta debe situarse en la prolongación de las espiras. La espira única debe ser suficientemente larga para atravesar todo el tapón, con un diámetro del hilo lo suficientemente fino para no arrancar el corcho en pedazos.

En Francia, la mecha del sacacorchos ha sido objeto de un trabajo de normalización que define todos los caracteres, tales como el diámetro de la espira, su longitud, el paso de la hélice, etc... Las opiniones sobre la eficacia de esta mecha están di-





vididas.

La norma Española UNE56921 describe el sacacorchos que se debe emplear en el método para la determinación de la fuerza de extracción de los tapones:

- Varilla helicoidal de acero inoxidable.
- Paso de hélice de 12 a 14 mm.
- Longitud útil superior a 50 mm.
- Diámetro de espirales de 5 a 6 mm.
- Diámetro interior mínimo 3 mm.
- Diámetro exterior estará entre 10 y 15 mm.

Todos los otros tipos de mecha tales como la terraja o el tornillo de Arquímedes deben ser rechazados.

Si bien los sacacorchos simples de tracción directa dan excelentes resultados, ellos requieren sin embargo un esfuerzo para extraer el tapón que en ocasiones resulta excesivo.

Es por ello que se han desarrollado sistemas que permiten descorchar una botella con un mínimo de esfuerzo y evitando el agitarla.

Se trata de los sistemas de tornillo, de cremallera, de palanca, de paralelogramo deformable o telescópico, que toman apoyo sobre el borde del cuello de la botella disminuyendo así el esfuerzo de descorche.

Aparte las características mecánicas que son propias a cada uno de esos sacacorchos, la única regla imperativa que existe es de tener una tracción vertical.

Esta regla no es respetada en el caso de los sacacorchos de palanca llamados "de escanciador". Su única ventaja es de ser poco voluminosos, pero en cambio doblan

***La única regla imperativa en la utilización del sacacorchos es que permita una extracción vertical***



el tapón ejerciendo una fuerza lateral y rompen los que son más largos. Estos sacacorchos son aceptables solamente cuando presentan un buen punto de apoyo sobre el borde de la botella y sobre todo cuando la longitud de su palanca es tal que la fuerza ejercida es siempre vertical, en tal caso, la mecha y la palanca son paralelas a la salida del tapón.

El sacacorchos "de mostrador", concebido sobre todo para abrir un gran número de botellas de cerveza, no está adaptado al descorche de las botellas de vino.

En cuanto al sacacorchos "de láminas", aún cuando preserve la integridad del tapón no es de uso fácil. La introducción de las láminas entre el vidrio y el corcho supone la existencia de un intersticio que las operaciones de taponado han tratado de volver inexistente. Además, la tracción directa debe ser ejercida en rotación, a fin de no hacer salir las láminas; su utilización requiere un entrenamiento regular.

Finalmente, no debemos olvidar un excelente sacacorchos, se trata del "Screwpull". Este sacacorchos está dotado de una larga mecha "cola de cerdo" muy fina y recubierta de un revestimiento anti-adhesivo. La extracción no requiere más que un movimiento de rotación; el tapón sube así sin ningún esfuerzo a lo largo del "tornillo infinito" y sale de la botella sin ninguna sacudida. ■

# GRAN ACEPTACIÓN DE LOS VINOS POR EL

*En los últimos cinco años se ha venido observando un aumento generalizado, entre los consumidores de vinos con denominación de origen, de la adquisición de los provenientes de la zona protegida por el Consejo Regulador de la Denominación "La Mancha".*

**E**studios efectuados por dicho Consejo y los datos extraídos de las bases de datos de las bodegas inscritas al mismo determinan, taxativamente, que el auge del consumo de este tipo de productos de calidad, tienen un aumento entre la población adulta de nuestro país y de los países a los que importan, que alcanzan a veces el baremo anual del 165%, datos que deben interpretarse dentro de un concepto frío de análisis de marketing y que atañen, como todos los resultados de las encuestas que se efectúan para otros renglones de la alimentación, a categorías sociales, económicas, costumbres y situaciones geográficas determinadas.

La ambigüedad que el análisis de cualquier encuesta refleja, se ve decapitada en cuanto se produce un estudio frío y sincero de las ventas de nuestros vinos en los países de nuestro entorno, en los de allende los mares y en España que demuestra, en el último lustro, subidas que podrían considerarse vertiginosas.

Consejo Abierto no quiere hacer aquí un cuadro económico de datos numéricos que aburrirían a cualquier lector, pero sí pretende remitir a los mismos, sufridores de sus páginas, a todos aquellos gráficos que tenemos editados en los números que corresponden al último lustro de nuestro siglo (y milenio) que fenece, en los que se reflejan claramente los guarismos que aquí

evitamos.

El porqué del aumento de la aceptación por parte de los consumidores finales de nuestros vinos tiene su explicación lógica:

- El Consejo Regulador de la Denominación de Origen "La Mancha" ha ocupado sus más de 25 años de existencia en la promoción de los mismos, con campañas nacionales e internacionales efectuadas con objetividad profesional que dieron, dan y seguirán dando, resultados positivos para nuestro sector, repercutiendo en forma directa o derivada, en las costumbres socioconsumistas de todos aquellos que han tenido contacto o sentido hablar de nuestros vinos con Denominación de Origen.

- Si efectuamos un estudio comparativo de tres regiones productoras de vinos de calidad de nuestro país, a las cuales no

*Nuestros vinos están ya, en todas las tiendas especializadas, grandes y medianas superficies y ocupan lugar destacado en las cartas de vinos de la mayoría de los restaurantes del país.*

nombraremos por razones de *savoir vivre* (saber vivir... y dejar vivir a los demás), notaremos que un vino de calidad producido en el Norte de España, de crianza, de la variedad Tempranillo y de la misma añada que uno de los nuestros de idénticas características, cuesta 1.600 pesetas; otro idéntico, elaborado en la zona castellano-leonesa, cuesta 1.900 pesetas y que, el que elaboramos en nuestra región de "La Mancha", con todas las garantías de calidad que puede ofrecer una Denominación de Origen sería (al igual que las otras), llega al público consumidor a no más de las 415 pesetas.

Resulta claro que aquí no tratamos de "vender duros a pesetas": los costes de producción que tenemos y la cantidad de vinos de calidad que se elaboran en La Mancha, nos permiten tener la mejor relación calidad/precio que pueda hallarse en el mundo.

- Los consumidores cultos, no necesitan más que probar el género que se les ofrece a mejor precio: si éste guarda una relación correcta con la calidad del producto que pagan, insisten en su compra, aunque ello les obligue a cambiar costumbres repetidas, impuestas por la publicidad y el marketing de bodegas y grupos poderosos de presión. Esto no es más, sintetizando, que la famosa "prueba del algodón" a que nos tiene acostumbrados la televisión y que



# S DE “LA MANCHA” CONSUMIDOR FINAL



demuestra, en nuestro caso, que vendemos con más limpieza, con mayor claridad, con indiscutible calidad y a los mejores precios del mercado y que, “el algodón no engaña”.

- Los medios de comunicación especializados, también han aportado su grano de arena a los esfuerzos promocionales antes citados haciéndose eco, positivo y desinteresado, de la evolución de nuestros vinos de todo aquello que en nuestra Denominación alcanzase fuerza de noticia.

- Nuestros bodegueros han sacrificado y sacrifican su mentalidad de empresarios y los fríos porcentajes de beneficios que podrían obtener, una vez lograda la calidad de los vinos que elaboran, en mantener unos precios mínimos para productos de

alta calidad, con el fin de continuar con la competitividad comercial de sus productos y marcas, comprendiendo que éste es el único camino para situarse a la cabeza, en corto lapso, de los mercados nacionales e internacionales.

- Nuestros vinos están ya, en todas las tiendas especializadas, grandes y medianas superficies y ocupan lugar destacado en las cartas de vinos de la mayoría de los restaurantes de nuestro país. A su vez, otros elaboradores manchegos, han optado por sistemas de venta no tan masivos, creando con grandes esfuerzos, vinos ecológicos y “vinos de firma” que, aunque más lentamente que los anteriores, van ocupando sus nichos de ventas tanto en nuestro país como en el exterior y que son consumidos por un público elitista de entendidos, que

no se dejan engañar por aparatosas campañas publicitarias y que confían en su paladar formado y buen criterio, comprendiendo que cuando detrás de una botella de vino hay una contraetiqueta de nuestro Consejo Regulador, la calidad máxima del producto que consumen está asegurada en un ciento por ciento.

## Balance positivo

El consumidor final, tiene nuestros vinos al alcance de su mano y de su bolsillo. Ya han quedado atrás los días en que nos confundían con vinos de otras regiones o cuando, desafortunadamente, pensaban que los elaborados manchegos solo servían para ser mezclados con los vinos de otras denominaciones de origen.

Es al final de este siglo (y de este milenio-digan lo que digan algunos) cuando podemos hacer un balance positivo de todo nuestro sector y cuando notamos, con indudable orgullo y alegría, que ya ocupamos el puesto que por derecho nos correspondía y que se nos tenía negado por intereses ajenos a un libre juego comercial limpio.

Como decíamos antes “la prueba del algodón no engaña” y a la larga, la limpieza en las acciones, la nitidez en los tratos comerciales, el amor por el mejor producto que puede dar nuestra querida tierra manchega, pasa esa mentada prueba de higiene, con todos los puntos a su favor. ■

*...vendemos con más  
limpieza, con mayor  
claridad, con indiscutible  
calidad y a los mejores  
precios del mercado.*

# El Consejo Regulador intensifica su actividad promocional en 1999

**E**l 99 ha sido un año de gran actividad en la Denominación de Origen "LA MANCHA", sobre todo en lo que se refiere a la promoción de los vinos de calidad manchegos en España y en el mundo.

■ Con respecto a nuestro país, el Consejo Regulador ha puesto su énfasis en el Norte de España, una zona con un consumo de vino importante, donde los vinos de calidad manchegos tienen grandes posibilidades de crecimiento. Todo ello sin olvidarse de los mercados tradicionales del vino manchego, como Madrid, donde 30 bodegas tomaron parte en lo que fue la presentación más importante de los vinos con Denominación de Origen "LA MANCHA" en 1999,

#### Presentaciones de la Denominación de Origen "LA MANCHA" en España

- Presentaciones en Asturias (Oviedo y Gijón), en Cantabria (Santander), en Galicia (A Coruña), en Madrid y en el País Vasco (Bilbao y San Sebastián).

#### Presencia en Ferias

- Feria Regional del Campo y Muestras de Manzanares (FERCAM 99)
- Ciudad Real
- Feria Regional de Alimentación de Tarancón
- Torrepacheco (Murcia)
- Silleda (La Coruña)

■ Por lo que se refiere al extranjero, resulta evidente que, desde hace unos años, las bodegas exportadoras de la Denominación de Origen, con la colaboración con el Consejo Regulador, están enfrascadas en la conquista de los mercados exteriores con la bandera de la calidad por delante. Es un objetivo difícil porque hay que competir con multitud de bodegas procedentes de países como Francia, Italia o España, además de nuevas potencias en el mundo del vino, como Australia, Sudáfrica, Chile y Argentina.

Europa es, sin duda, el principal mercado para la D.O., por lo que este continente es el que ha centrado las principales actividades promocionales.

#### Actividades Promocionales en el Exterior durante 1999

- Presentación en Munich, Düsseldorf, Hamburgo y Berlín (Alemania).
- Asistencia al III Salón del Vino Español en Estocolmo (Suecia).
- Asistencia a la Feria VINEXPO en Burdeos (Francia).
- Seminario y Presentación en Amsterdam (Países Bajos).
- Seminario y Presentación en Londres (Reino Unido).
- Asistencia al I Salón del Vino Español en Copenhague (Dinamarca).

#### MISIONES INVERSAS (Visitas realizadas a la Zona de Producción "LA MANCHA" con fines comerciales o promocionales)

- Escuela de Hostelería de Estocolmo (Suecia)
- Periodistas especializados de Taiwan
- Periodistas especializados del Reino Unido.
- Periodistas especializados y distribuidores de Japón.
- Importadores y distribuidores de Suiza.
- Importadores y distribuidores de Bélgica.



# ENTRA EN FUNCIONAMIENTO LA NUEVA PÁGINA WEB DEL CONSEJO REGULADOR "LA MANCHA"

**E**l Consejo Regulador, adecuándose a la innovación que traen los nuevos tiempos, ha puesto en marcha una página web propia en la que se puede encontrar todo tipo de información relacionada con la Denominación de Origen "LA MANCHA" de forma cómoda y rápida (bodegas, tipos de vino que se elaboran, variedades autorizadas, información de todas las actividades desarrolladas por el Consejo Regulador, etc.).

La intención del Consejo es la de tener una página activa y en continua renovación a la que se podrá acceder a través de dos direcciones ([www.lamanchado.es](http://www.lamanchado.es) y [www.lamanchawines.com](http://www.lamanchawines.com)), ya que está pensada para que lleguen a ella desde cualquier lugar del mundo, y no sólo desde nuestro país.

Además de ofrecer todo tipo de información relacionada con la Denominación y las actividades que en torno a ella se desarrollan (incluyendo las notas de prensa), en la web del Consejo se muestran todas las variedades de viñedo autorizadas por la Denominación de Origen "LA MANCHA" así como a los diferentes tipos de vinos que se pueden elaborar con éstas.

En otra de las secciones de la página, se muestra una relación de las 289 bodegas inscritas en la Denominación de Origen "LA MANCHA", especificando sus principales características; si se trata de bodegas que se dedican a la elaboración, embotellado, crianza, exportación, etc.

En esta sección, las bodegas que cuenten con página web o correo electrónico podrán crear vínculos o enlaces desde la página del Consejo a su dirección particular para que los usuarios puedan llegar a ésta de una forma cómoda y fácil.

Este apartado es de una especial utilidad para los distribuidores e importadores de vino que deseen contactar con nuestras bodegas y cooperativas, ya que cada año el Consejo Regulador recibe cientos de peticiones solicitando el listado de bodegas inscritas.



Al entrar en la sección "Saber elegir el vino" se informará a todos los consumidores sobre la temperatura de servicio adecuada para cada vino y los platos con los que mejor combinan, sobre qué vino guardar y cuánto tiempo, cómo organizar una pequeña bodega en la propia casa, las copas que se deben utilizar en cada caso o cómo se debe realizar la cata de un vino, teniendo en cuenta todas sus fases (vista, olfato y gusto) y valorando las características genéricas de los diferentes tipos de vinos manchegos.

El Consejo Regulador, como institución representativa de los vinos de calidad manchegos, no podía quedarse atrás en la revolución que supone Internet, con grandes posibilidades en el futuro, al igual que los vinos de la Denominación de Origen "LA MANCHA", que podrán de esta manera ser conocidos por mucha más gente de forma rápida y cómoda. De hecho, son muchos los que creen que gran parte del comercio mundial se realizará a través de esta gigantesca red mundial en el próximo siglo, ya tan cercano.

Además, el vino de calidad es uno de los productos

que mejor se está asentando en la red, ya que, al tratarse de un producto enfocado a un consumidor selecto, toda la información que se pueda tener sobre él antes de comprarlo resulta extraordinariamente útil.

La presencia del Consejo Regulador en Internet posibilitará también la creación de La Bolsa del Vino, donde cualquier persona interesada podrá conocer las bodegas inscritas que posean vinos varietales en cada momento, con el objeto de agilizar la comercialización de los vinos de esta Denominación de Origen.

La dirección de la página ya ha sido incluida en los listados de los principales buscadores de todo el mundo: Yahoo, Altavista, Ole, etc., para que pueda ser fácilmente encontrada al marcar una de las palabras claves: Vino, La Mancha, Consejo, Viñedo, etc.

Hay que recordar que, anteriormente, el Consejo Regulador de la Denominación de Origen mayor del mundo sólo contaba con una página incluida dentro de la web de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha ([www.sister.es/castilla-la-mancha/lamancha.htm](http://www.sister.es/castilla-la-mancha/lamancha.htm)) mucho más limitada que en la actual, en la que se creará un enlace para poder entrar a la nueva página. ■



# El Consejo Regulador y Caja Rural firman un acuerdo para vender el vino manchego en Rural Tienda

La Denominación de Origen "LA MANCHA", con objeto de adaptarse a las nuevas tendencias comerciales, ha suscrito un acuerdo para incorporar a todos los elaboradores que lo deseen al Centro Comercial Virtual Rural Tienda (ruraltienda.com). Este centro comercial, patrocinado por el Grupo Caja Rural, proporcionará información de todos los productos del Consejo Regulador de la Denominación de Origen "LA MANCHA" y permitirá su adquisición con los métodos de pago más seguros y avanzados de la actualidad mediante el uso de tarjetas; además se puedan adquirir productos desde cualquier parte del mundo. Si le unimos el resto de empresas y cooperativas vitivinícolas asociadas, podremos decir que en el futuro RURAL TIENDA se convertirá en uno de los centros más interesantes del sector.

El proceso es sencillo para acceder al centro comercial, ya que sólo hay que facilitar los datos del domicilio del cliente para poder realizar el envío de los productos adquiridos. Dichos datos están debidamente salvaguardados en el ordenador (servidor seguro) que aloja la infraestructura del centro comercial.

Los clientes podrán operar todas las marcas de Tarjetas. Visa, 4B, Red6000, Mastercard y Eurocard y el sistema de pago SSL garantiza la seguridad de todos los datos transmitidos en la operación y evita que se pueda acceder a los números de tarjeta, para evitar el posible fraude electrónico. El Grupo Caja Rural, en el que está encuadrado Caja Rural de Ciudad Real, ya dispone de este Centro Comercial Virtual donde se darán de alta todos los comercios que lo deseen.

El perfil de los clientes es de 20 a 44 años con conocimientos de informática a nivel de usuario y con capacidad adquisitiva

media-alta y escasa disponibilidad de tiempo.

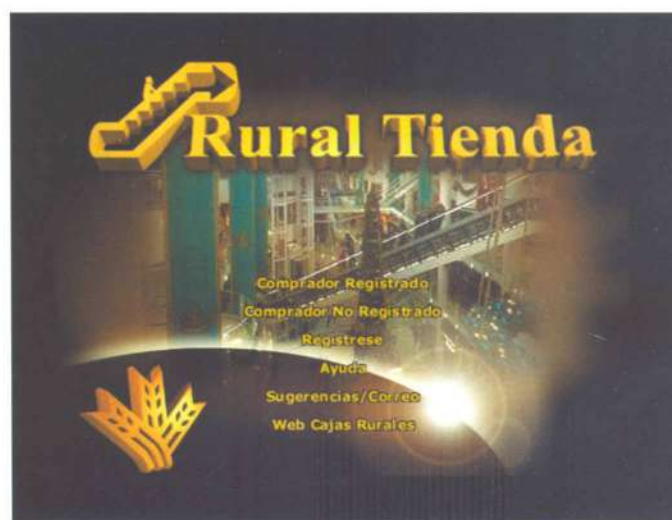
Las ventajas son numerosas e importantes, ya que Rural Tienda ofrece un servicio de 24 horas (todos los días del año), el acceso a comercios de cualquier país y no exige presencia física en el comercio. Además el acceso es fácil y sencillo, hay un control de los pedidos, precios muy competitivos e incorpora (como mencionábamos con anterioridad) sistemas de seguridad y la posibilidad de envío a otras personas.

Estas mismas ventajas que tienen los clientes las tiene el comercio, por lo que es beneficioso para ambas partes.

La seguridad, como decíamos antes, es un capítulo importante por no decir esencial y por ello el Centro Comercial Rural Tienda se encuentra en el Servidor Seguro de R.S.I. S.C., lo que garantiza la confidencialidad y acceso a los datos generales. Asimismo toda la información viene encriptada, lo que supone una garantía para la seguridad de las operaciones.

Rural Tienda, con esta nueva

**Rural Tienda, con esta nueva modalidad de comercio, crea una nueva estrategia del comercio con características tales como la innovación, preparación, dedicación y rentabilidad.**



modalidad de comercio, crea una nueva estrategia del comercio con características tales como la innovación, preparación, dedicación y rentabilidad.

La situación actual del comercio a través de Internet es todavía pequeño y prácticamente se encuentra concentrado en Estados Unidos, pero sí se puede decir que en España ya hay cada vez un mayor número que utiliza este tipo de compra-venta.

Hay que mencionar que todos los grandes grupos financieros y empresas están aperturando o patrocinando centros comerciales similares a Rural Tienda.

Las cifras son evidentes sobre el avance y desarrollo del comercio electrónico en España durante los últimos años. Este generó un volumen de negocio de 3.400 millones de pesetas en el pasado ejercicio, lo que significó un incremento de 4,2 veces más que en 1997.

Las previsiones para 1999 son de 8.500 millones de pesetas y para el 2002 alcanzará la cifra de 255.000 millones de pesetas.

Por ello, tanto Caja Rural de Ciudad Real y el CRDO "La Mancha" han considerado y valorado esta nueva modalidad de comercio electrónico y han suscrito este acuerdo que será beneficioso para todos. ■



# Restaurante **LA TINAJA** (Alcázar de San Juan)

# VINO Y GASTRONOMÍA

**P**asando por la Nacional 420 (Córdoba-Tarragona), a la altura de Alcázar de San Juan, nos encontramos con el Restaurante "LA TINAJA", un lugar amplio, con capacidad para unas 150 personas, que mantiene toda la esencia de un lugar típicamente manchego, sin que ello le suponga perder la elegancia de un gran restaurante. Aunque su dedicación fundamental es la de servir comidas durante todos los días de la semana, también están habituados a organizar festejos en ocasiones especiales.

En el restaurante "La Tinaja" no sólo podremos disfrutar de nuestros más deliciosos platos típicos regionales (Pisto, Duelos y Quebrantos, Gachas, Asadillo, Pipirrana, Migas, Mojete, Perdiz de Caza en Escabeche, Cordero Asado, Chuletas de Cordero y Caldereta, etc.), sino de todos los tipos de cocina, ya que, por ejemplo, los pescados también ocupan un lugar de privilegio en este restaurante. Por destacar algunos, nos quedaremos con las Cocochas, los Salmonetes, la Lubina, la Merluza o el Emperador.

Tampoco podemos olvidarnos de citar su surtida tabla de quesos (fritos, en aceite, frescos y curados) y sus postres, como la le-



che frita, el arroz con leche o la milhoja.

En esta ocasión queremos destacar dos de sus platos más relevantes, el *Revuelto de Matanza* y la *Bizcochá*, un postre típicamente alcázareño.

Mención especial merece su impresionante carta de vinos, donde encontramos más de 40 referencias correspondientes a la Denominación de Origen "LA MANCHA" de muy diversas bodegas y cooperativas de las

cuatro provincias de nuestra Zona de Producción, entre las que están:

*Bodegas Angora, Avilés Ortega, Ayuso, Centro Españolas, Enomar, Evaristo Mateos, Julián Santos, Don Fadrique, Finca La Blanca, Mendieta, Bodegas del Saz, Vinícola de Castilla, Vinícola de Tomelloso y Viñedos Mejorantes.* Así como las *Cooperativas Jesús del Perdón de Manzanares, La Unión de Alcázar de San Juan.*

## Revuelto de Matanza

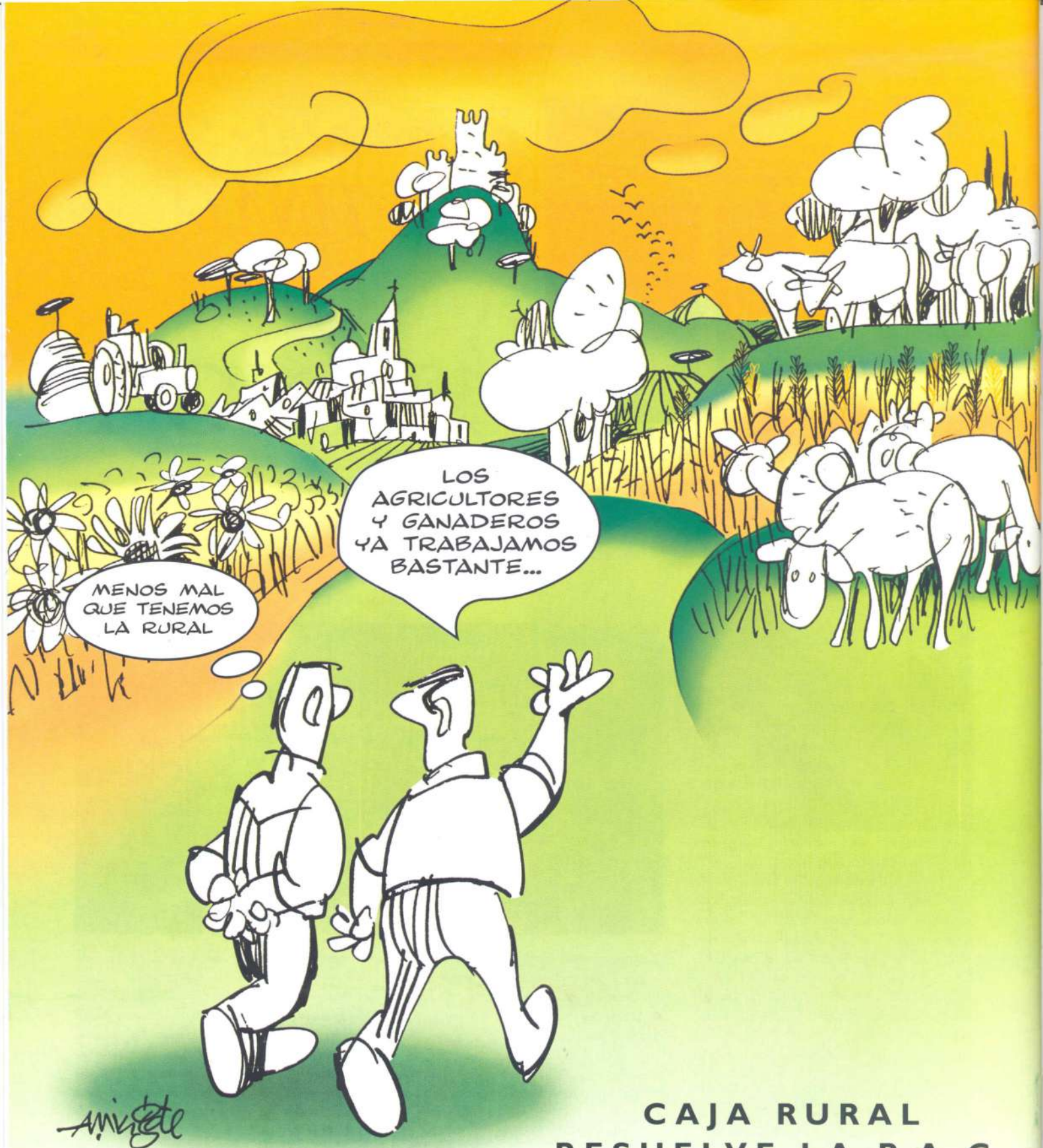
**INGREDIENTES:** Morcilla, chorizo, jamón, panceta y huevo.

**PREPARACIÓN:** Se trocean la morcilla, el chorizo, el jamón y la panceta. Después se fríe la panceta y cuando está casi hecha se le añaden el chorizo y la morcilla primero, y el jamón un poco después. Finalmente, se le quita aceite y se añade el huevo, mezclándolo todo.

## Bizcochá

**INGREDIENTES:** Tortas de Alcázar, leche, corteza de limón y de naranja, azúcar, canela en rama y canela en polvo.

**PREPARACIÓN:** Primero se cuece la leche con canela en rama y cortezas de limones y naranjas. Después se deja la leche en la nevera hasta que está lo suficientemente fría. En una cazuela de barro se pone la torta o el bizcocho, al que se le añade la leche, junto con azúcar y canela en polvo.



*Amigote*

## CAJA RURAL RESUELVE LA P.A.C. POR USTED

Caja Rural resuelve de principio a fin la P.A.C. 2000.

Si no fuera por la Rural, como íbamos a resolver la P.A.C. 2000. No hay nada como entenderse bien con tu Caja. No te hacen perder el tiempo, no tienes que desplazarte, además tienen la mayor experiencia

El plazo de presentación es del 3 de Enero al 10 de Marzo del 2000.

y como nos conocen de tantos años... saben muy bien como ayudarnos, son especialistas.

Los agricultores y ganaderos ya trabajamos bastante...



CAJA RURAL