

Consejo abierto

Revista del C.R. "La Mancha" nº 36, mayo de 2003

El Origen de la Inspiración



El Origen del Vino

LA MANCHA, origen de grandes sueños.
Tierra de los mayores viñedos de España,
los que reciben mejores cuidados.
Lugar donde sin prisa se doran las uvas.
Inspiración que crea vinos sorprendentes, llenos de matices.
Tintos, blancos, rosados y espumosos.
Vinos que llegan a todos.

El Consejo Regulador "LA MANCHA" ante la nueva Ley del Vino

Con esperanza y mostrando voluntad de colaboración; ésta es la posición del Consejo Regulador "LA MANCHA" ante la Ley del Vino de Castilla-La Mancha, aprobada el pasado mes de marzo y que debe suponer un revulsivo para todo el

sector del vitivinícola regional, desde los mostos, los destilados y los vinos de mesa, hasta los vinos de la Tierra de Castilla y los acogidos a las diferentes denominaciones de origen, 8 en total, de entre las que destaca la Denominación de Origen "LA MANCHA" (alrededor de 300 bodegas inscritas y cerca de 22.000 viticultores), la más extensa, no sólo de la región, sino de España y el Mundo.

Si bien la Ley recoge la posibilidad de crear nuevas zonas de producción, ello no necesariamente implica que se produzca una desvertebración del Consejo Regulador "LA MANCHA"; es más, este Consejo aspira a integrar a las nuevas denominaciones de calidad que puedan ir surgiendo al amparo de la Ley regional dentro de su Zona de Producción, a la que el Pleno del C.R.D.O. LA MANCHA ha mostrado su máxima voluntad de adaptación.

Por un lado, no se puede pasar por alto el nivel de calidad conseguido por los vinos acogidos a la D.O. LA MANCHA en los últimos años y que se traduce en numerosos reconocimientos nacionales e internacionales, como los excelentes resultados obtenidos en la edición de los Premios Zarcillo de

este año (23 medallas) o en los dos Grandes Oros conseguidos en el Mundial de Bruselas (España consiguió 5 en total, siendo sólo superada por Francia, con 6 Grandes Oros, pese a haber tenido una participación muy superior).

Además, nadie puede negar que La Mancha es conocida en todo el mundo gracias al magnífico libro escrito por Cervantes hace casi 400 años. Por ello, resultaría ilógico y contraproducente renunciar a utilizar este nombre y la figura de Don Quijote cabalgando sobre Rocinante (logotipo de la D.O. LA MANCHA) a la hora de vender los vinos de calidad de nuestra tierra.

No obstante, desde el Consejo somos plenamente conscientes de la necesidad de dar más prestigio a nuestros vinos, una vez que estamos convencidos de su calidad. Por ello, hay que valorar el gran esfuerzo desarrollado en el apartado de Marketing y Promociones, que ha sido la prioridad del actual Pleno; siendo un buen ejemplo de esto el reciente lanzamiento de la nueva campaña de Imagen (incluye la renovación del logotipo) y Publicidad, que se empezará a reflejar en los medios durante los próximos meses.

En conclusión, las diferenciaciones de los vinos de las distintas comarcas manchegas pueden ser positivas si se utilizan con un criterio adecuado y, además, están contempladas dentro del Reglamento del propio C.R.D.O. LA MANCHA, pero si esto implica que cada uno tire para un lado y no se aproveche la oportunidad de luchar juntos en la promoción de nuestros vinos de calidad, destruyendo el potencial de crecimiento que puede ofrecer la mayor extensión continuada de viñedo del planeta, estaremos cometiendo un error histórico del que nos arrepentiremos con total seguridad.

Las Bodegas de la Denominación de Origen deben luchar unidas en la promoción de nuestros vinos de calidad.



Etidorial	2
Noticias Breves	3
Los sectores opinan Trinidad Fuentes García	4
Nueva imagen corporativa Presentación de Madrid	6
Opiniones de peso Oscar López	8
Daniel de Lamo Ramiro	9
Concursos Vinos Nuevos 2002/2003	10
Nuestros vinos Novedades	12-13
Fenavín Destacada presencia de los vinos de la D.O. "LA MANCHA"	14
Colaboración UCLM Las cuatro caras del vino	16
Nuestras bodegas Noticias de bodegas	18
El campo habla La Enfermedad de Petri. Colaboración Agrogétodos s.a.	20
Tiendas especializadas Vinoteca Al_Qatar	23

Gregorio Martín-Zarco elegido presidente del C.R.D.O. "LA MANCHA"

Gregorio Martín-Zarco López-Villanueva ha sido elegido nuevo Presidente de la Denominación de Origen "LA MANCHA" tras la reunión del Pleno del Consejo Regulador, que tuvo lugar el pasado día 22 de abril en la propia sede de esta institución, encargada de velar por el control, la garantía y la promoción de los vinos acogidos.

Los vocales del Consejo Regulador apoyaron por unanimidad la candidatura de Martín-Zarco, que fue elegido vocal en las elecciones del 2001 por el Censo A (Viticultores Socios de Cooperativas).

El nuevo presidente agradeció la confianza depositada en él y asumió la responsabilidad a la que tendrá que hacer frente con este nuevo reto profesional, asegurando que tratará de conseguir los objetivos establecidos por el Pleno para sacar adelante el Consejo Regulador.

Martín-Zarco también afirmó que sentía que su nominación se debiese al cese en el cargo del anterior Presidente, pero ello no hará que afronte su mandato con desánimo, sino todo lo contrario, para lo cual consideró esencial la colaboración de todos los vocales; si es que de verdad se quieren alcanzar los objetivos propuestos.



Debemos comentar que este cambio en la presidencia antes de las elecciones ha sido provocado por la dimisión del hasta ahora presidente del Consejo, José Fenollar Ávila, quien dejó su cargo tras abandonar la presidencia de la Cooperativa Cristo de la Vega de Socuéllamos (Ciudad Real)

También es importante tener en cuenta que Gregorio Martín-Zarco cuenta con una dilatada experiencia en el mundo del vino, ya que, entre otras cosas, ha sido el Presidente de la Cooperativa Santa Catalina de La Solana durante un buen número de años y también ha ostentado la presidencia de BACO y la de la Unión de Cooperativas de Castilla-La Mancha (UCAMAN), así como la portavocía de la Sectorial de Vinos de la misma.

El C.R.D.O. "LA MANCHA" acude al SALÓN DE GOURMETS

Un total de 16 bodegas acogidas a la D.O. "LA MANCHA" asistieron al Salón Internacional del Club de Gourmets, al amparo del stand que el propio Consejo Regulador de la citada Denominación de Origen tenía en esta exposición celebrada en el recinto ferial de la Casa de Campo, una de las más importantes que se organizan en la capital, en lo que al vino se refiere.

El Salón Internacional del Club de Gourmets, que se desarrolló entre el

31 de marzo y el 3 de abril, está dedicado a los productos y bebidas de calidad, contando con una destacada presencia de importadores, distribuidores, restauradores, prensa especialidades y otras personalidades con interés en el mundo del vino, lo que lo convierte en un escaparate ideal para que los vinos de calidad manchegos muestren sus excelentes cualidades ante los principales distribuidores de vino y los restauradores, no sólo de España, sino de toda Europa.

Consejo Abierto **Staff**

Edita

C.R.D.O. La Mancha

Presidente

Gregorio Martín-Zarco
López Villanueva

Secretario

Alfonso Alonso Ramos

Redacción y Coordinación

Ángel Ortega Castañeda

Administración

Alcázar de San Juan
Avda. Criptana, 73 • 13600
© 926 541 523. fax: 926 588 040
e-mail: consejo@lamanchado.es

Imprime

Lozano Artes Gráficas S.L.

Depósito Legal

CU 2241997

Bodegas Trinidad Fuentes García



José y Pedro Fuentes Cobos son dos hermanos que actualmente regentan la Bodega Trinidad Fuentes García, creada por su padre en 1955 en Castellar de Santiago (Ciudad Real).

¿Qué caracteriza a Bodegas Trinidad Fuentes García?

La nuestra es una bodega familiar, aunque pionera en muchos campos, como el del embotellado, iniciado por nuestro padre en 1962, ya que hasta entonces se dedicaba fundamentalmente a la venta de vinos a granel a la provincia de Jaén.

Ya en 1967 amplió la bodega, mejorando la línea de embotellado y aumentando su capacidad de producción, siguiendo así hasta los 80, cuando nos incorporamos los hijos a la gestión de la empresa, lanzándonos decididamente a la venta de vinos con D.O. y teniendo como prioridad el aumentar la cartera de clientes.

Pero uno de los aspectos que más creo que debemos resaltar es que esta bodega es nuestro medio de subsistencia y en ella hemos depositado todas nuestras ilusiones, por lo que siempre pretendemos mejorar en todo lo posible y hemos realizado importantes inversiones con el fin de conseguir los vinos de calidad que actualmente demandan los consumidores. Para ello nos hemos dotado de tecnología de frío, autovaciantes, depósitos de acero y refrigeración, nave de barricas y una moderna línea de embotellado que estamos instalando con capacidad para 2.500 botellas/hora.

¿Compran la uva o poseen viñedos propios?

Disponemos de una cuantas hectáreas de viñedos propios que estamos reestructurando, ya que hemos plantado Tempranillo y también Sauvignon Blanc, pero nos abastecemos fundamentalmente de los viñedos de viticultores de la zona a los que controlamos sus fincas con el objetivo de que sean adecuados para la producción de buenos vinos.

¿Qué nos destacaría de sus vinos?

Sobre todo el esmero que ponemos en todos los procesos de transformación y elaboración. De hecho, ya antes y durante la recogida de la uva les indicamos a los agricultores los racimos que deben recolectar y los que deben dejar en la cepa para la elaboración de vinos de calidad, así como la forma y momento del día ideal para efectuar la vendimia. Después, una vez que la uva entra en bodega, intentamos que ésta sufra la menor fricción mecánica posible para que una vez que entre en los depósitos las maceraciones en frío nos aporten lo mejor de la uva. Además, durante la elaboración hacemos un seguimiento igualmente exhaustivo de la evolución de la fermentación para proceder a los sangrados en su hora justa.

¿A qué mercados se dirigen sus vinos?

Estamos básicamente centrados en el mercado español y, si bien realizamos algunas operaciones en el exterior, particularmente en el caso de Dinamarca, sabemos que necesitamos que debemos ampliar nuestras exportaciones si queremos seguir siendo competitivos en un mercado cada vez más globalizado.

¿Qué se puede hacer para potenciar el consumo moderado de vino?

Aunque somos conscientes de la caída que está sufriendo el vino de mesa, creemos que aún hay posibilidades de crecimiento en los vinos de calidad, por lo que éste debe ser nuestro objetivo básico, pero para que el consumidor sea consciente de este cambio es necesario potenciar más el marketing y la promoción.

En el plano particular de nuestra bodega, quisiera destacar que estamos realizando catas dirigidas al consumidor final de nuestras marcas **Mata de Mencalíz** y **Vegagil** en los propios puntos de venta, puesto que estamos convencidos de que la educación en materia de vino y la difusión de la Cultura del Vino es esencial para llegar a aquéllos que todavía no conocen los placeres de tomar una copa de vino en la comida. Además, esto también hará que los escépticos se atrevan a probar los vinos de la D.O. LA MANCHA, que seguro les sorprenderán.

¿Cuáles son los planes inmediatos de su bodega?

Como ya he dicho antes, la Bodega Trinidad Fuentes García es una empresa familiar y entre nuestros planes está el integrar en la empresa a miembros de la familia que ahora mismo no colaboran con la bodega y fortalecer nuestro propio sistema de venta en la bodega.

Agrarios

Saber Vivir



**Su cosecha
se pierde...**

**Y él está
tan tranquilo
con los Seguros Agrarios
de Caja Rural**



**Y ahora llevese un
magnifico regalo**



CAJA RURAL

La Denominación de Origen “LA MANCHA” presentó en Madrid su Nueva Imagen Corporativa

E

l Consejo Regula-
dor de la Deno-
minación de Ori-
gen “LA MAN-

CHA” presentó el pasado 29 de abril, en el restaurante Concilio, del prestigioso Martín Berasategui de Madrid su nueva imagen corporativa, que incluye una modificación sustancial del tradicional logotipo del Consejo Regulador, aunque sin perder la esencia del mismo. Por eso, una de las premisas que se tuvieron en cuenta a la hora de realizar el diseño del nuevo logo fue la de mantener la figura de Don Quijote cabalgando sobre Rocinante, ya que el personaje cervantino ha sido y sigue siendo el principal emblema de La Mancha en todo el mundo. Además, debemos tener en cuenta que la Denominación de Origen La Mancha es una de las más antiguas y tradicionales de España (su primer reconocimiento oficial fue en 1932, aunque la actividad del Consejo Regulador de la Denominación de Origen La Mancha, tal como hoy se conoce, se inició en 1973 cuando adquiere una identidad propia) y el cambio corporativo pretende dar una imagen de calidad y prestigio a los vinos. En la presentación del acto, que estuvo dirigido a la prensa de la capital, el nuevo presidente de la Denominación de Origen “LA MANCHA”, Gregorio Martín-Zarco aseguró que era un día importante para la Denominación de Origen “LA MANCHA” al presentar, por fin, su nueva imagen corporativa, algo que se había propuesto como objetivo el Pleno desde que los actuales vocales del Consejo tomaron posesión del cargo, hace ya un



Luis Conde (C.P. Claim), Alipio Lara (pte. IVICAM) y Gregorio Martín-Zarco (pte. C.R.D.O. “LA MANCHA”). De izquierda a derecha.

año y medio. Precisamente con este fin se creó la Comisión de Marketing y se contactó con varias agencias de Publicidad, de entre las que se eligió a CP Claim, a la que el Presidente de la D.O. también agradeció la labor realizada. Martín-Zarco afirmó que “los productores de la D.O. somos cada día más conscientes de la necesidad de cambios que necesitan nuestros vinos, sobre todo en lo que a su imagen se refiere, puesto que las grandes inversiones realizadas por nuestras bodegas y la reestructuración varietal han posibilitado un aumento exponencial de la calidad en muy pocos años”. Posteriormente, el director creativo de CP Claim, Luis Conde, explicó pormenorizadamente los detalles de la Campaña y la Imagen Corporativa. El encargado de cerrar el acto fue el Director del Instituto de la Viña y el Vino de Castilla-La Mancha (IVICAM), Alipio Lara Olivares, quien valoró positivamente el esfuerzo promocional desarrollado por la Denominación de Origen “LA MANCHA” y su disponibilidad en la puesta en marcha de la Nue-

va Ley del Vino de Castilla-La Mancha, aprobada hace poco más de un mes. Además, Lara alabó especialmente la “calidad objetiva” de los vinos de la D.O. y su espíritu de renovación. Destacar también que este cambio en la identidad visual responde a la actitud de promoción y apoyo a la comunicación de los vinos que representa, ya que la nueva imagen será la que utilizará el Consejo Regulador en todas sus manifestaciones de comunicación, así como en la próxima campaña publicitaria de lanzamiento promocional y divulgativa en los medios, que también tiene previsto poner en marcha la D.O. Los objetivos de la D.O. son ambiciosos y pretenden un cambio global de la imagen de los vinos de La Mancha, algo esencial en una tierra en la que la viticultura es el cultivo más importante y, además, es la principal actividad económica de gran parte de los municipios que componen la Denominación de Origen La Mancha, donde se encuentran cerca de 300 bodegas inscritas que elaboran excelentes vinos.

Conceptos y elementos compositivos. Criterios de diseño. Forma, color, tipografías, símbolo, logotipo y marca.

En toda Identidad Visual, en toda marca gráfica, hay unos elementos básicos que conforman la estructura constructiva. Los elementos formales y cromáticos que definen los iconos identificadores de la organización.

FORMA La figura del Quijote, un icono que desde la literatura simboliza universalmente La Mancha, un símbolo connotativo de valores y referencias.

La inicial coronada. M en tipografía Bodoni cursiva (S.XVIII). Bodoni, representación de la elegancia y la distinción. Rematada por una corona que abunda y subraya connotativamente el noble carácter de lo representado.

Elementos formales y símbolos de lo tradicional, estructurados y planteados compositivamente de un modo que indica y transmite dinamismo, movimiento, acción...y por otra parte orden y estrategia.



COLOR Cromáticamente, la marca se comunica a través del Pantone 201 (Burdeos, Granate, ...) como color principal, que presenta una asociación directa con el color del vino, pero no menos importante es el carácter de seriedad que transmite, acompañándose en segundo plano por el negro y oro.

TIPOGRAFÍAS Las tipografías corporativas, Univers (Adrian Frutiger - 1958), tipo de palo seco, excelentemente versátil, con trazos amplios y abiertos que le confieren claridad, así como un gran equilibrio en el trazo por su regularidad. Su nombre viene de la vocación con que nace de ser el alfabeto universal, diseñado con 21 variantes mediante un sistema de nomenclatura revolucionario. Y la tipografía Bembo (1929), de nuevo una forma tradicional reinterpretada para obtener a través del refinamiento de sus remates una brillantez particular.

APLICACIÓN A CONTRAETIQUETAS Y TIRILLAS

Se utilizan los elementos gráficos corporativos de su Identidad Visual, con un código de color distintivo lateral para cada categoría de vino (Joven, Tradicional, Crianza, Reserva, Gran Reserva y Espumoso).

De este modo, un elemento tan cotidiano en el embotellado participa en la difusión de la nueva identidad.

CONCEPTOS Y CAMPAÑA DE LANZAMIENTO. PRENSA. CUÑAS RADIO. SPOT TV.

El concepto en el que se basa la campaña es el de la "huella" que deja el vino. "La Mancha" en su polisémica interpretación, a saber: denominativa del origen; la mancha como impronta física derivada de su uso; así como otra más sutil y profunda, la huella inicial y perceptiva que deja su paladar por la calidad de los vinos.

Esta huella física representada por el círculo, forma que representa la perfección, el principio y el fin, el ciclo que se cierra. Formalmente el círculo es una imagen pregnante, fácil de reconocer y memorizar, impactante por su rotundidad y definitiva.

Cromáticamente tratada en rojo sobre blanco, lo que aporta un alto grado de contraste y dinamismo.

Hablamos de denominación de ORIGEN, y el origen es otro de los con-



ceptos fundamentales. La Mancha como EL ORIGEN DEL VINO, dada la rancia estirpe de los viñedos y los vinos de la zona. La Mancha es cuna de inmensos viñedos, cuna e inspiración de excelentes vinos.

El conjunto de valores particulares que presentan estos vinos, el propio universo del vino, la taxonomía de los viñedos y sus frutos, los diferentes usos de las uvas y sus proporcionadas mezclas, sus definiciones y lenguaje propio, los procesos de producción, los tiempos de maduración, de crianza, de envejecimiento..., sus colores, olores y sabores, los matices que el experto define en el paladar, etc. Todo ello participa de

una sutil cercanía y paralelismo con el arte, con los procesos artísticos, con el goce de la experiencia estética, con la inspiración. La elaboración de un vino se convierte en un proceso alquimista para la búsqueda del elixir, de una joya preciada y precisa, es como una creación artística que participa de una necesaria e imprescindible sensibilidad e inspiración.

EL ORIGEN DE LA INSPIRACIÓN

La experiencia que supone descubrir los vinos de La Mancha, provoca la inspiración para crear la obra de arte, la obra única, la pieza buscada y perseguida.

EL ORIGEN DE LA INSPIRACIÓN. EL ORIGEN DEL VINO.

Óscar López

Premio Sumiller Joven 2002
de la D.O. "LA MANCHA"



Óscar López es Sumiller del Restaurante Balzac

La Restauración y los Vinos de La Mancha

En este breve escrito nos vamos a referir explícitamente a los vinos con respecto al trabajo en la restauración, circunscribiendo esta última a los restaurantes, aunque su radio de alcance sea mucho más amplio.

Con preferencia de tintos sobre blancos y de blancos sobre espumosos y de espumosos sobre rosados, el consumidor habitual solicita un vino para acompañar una comida, aunque cada vez nos encontramos con más gente (pero muy poca) que pide vino y luego se ciñe al vino para seleccionar la comida. En cualquier caso, ésta es la principal relación bidireccional a la hora de elegir vino y comida. Existen otros factores: precios del vino y del restaurante, tiempo del que se dispone, número y tipo de personas con las que se almuerza, ocasión que acontece, etc. En un restaurante siempre hay que tener en cuenta la zona de ubicación, es decir, no es lo mismo tener un restaurante en Cuenca que en Pamplona. Por eso, la lista de vinos tiene que estar relacionada directamente con la zona de asentamiento del restaurante, además de con la comida que se ofrece. En este espacio, los restaurantes manchegos tienen el derecho y el deber de potenciar el consumo de vino de la zona. Por otro lado, en las listas de vinos de los restaurantes cada vez se hacen más presentes las referencias manchegas, además de existir una élite de viticultores que están tirando del carro elaborando vinos de calidad en una de las zonas del mundo que lo tiene todo para obtenerlos. Es importante añadir que la admisión de castas o variedades mejorantes ha servido para aumentar la calidad del viñedo. Las "despreciables" (para los que no les gustan) chardonnay, cabernet sauvignon, merlot, syrah, etc. han salvado el viñedo manchego, además de favorecer la industrialización para acceder en igualdad de condiciones que los vinos del "viejo" y del "nuevo mundo" al mercado internacional. Se ha producido un efecto de retroalimentación por el cual los viñedos de tempranillo y airén han visto resurgir su sentido con más fuerza que antes. Los vinos manchegos actualmente están bien considerados y hacen sombra a vinos ribereños y riojanos en el mercado nacional. Además, variedades como la moscatel de grano menudo han encontrado un hueco de la mano de la catedrática de Tecnología de los Alimentos de la Facultad de Químicas de la Universidad de Castilla La Mancha, María Dolores Cabezudo.

Se diferencian dos tipos de clientes: primero, "los mayores de edad", que por su costumbre de salir a almorzar o cenar saben lo que les gusta y tienen sus conceptos sobre el vino que les tienta en cada momento, y sin perder las oportunidades que les brindan de elegir el vino. Segundo, "los menores de edad"; este tipo de consumidor tiene una clara ventaja,

puesto que no tiene "vicios", con lo cual está a favor del consejo y de la novedad para probar cualquier vino que llegue a su paladar. Luego podríamos encontrar otros tipos de clientes que se salen de estas dos líneas; "clásicos" que casi hacen como en el anuncio, "si no lo tienen nos vamos"; "híbridos" que, aunque son consumidores de largo, mantienen un gusanillo constante por la dinámica del vino y piden consejo sobre novedades del mercado, nuevas bodegas, el movimiento de determinados enólogos de reconocido prestigio, evolución de un determinado vino de guarda, etc.

Tan importante es la estima que un consumidor tiene sobre un buen consejo, que la valoración que realiza marca una pauta a seguir con sucesivos consumidores. En este marco se puede englobar actualmente a los vinos de La Mancha como vinos con una relación calidad-precio envidiable dentro de la restauración. Los restaurantes acogen (unos más que otros) los vinos de la Nueva Mancha con los brazos abiertos y a la vez con recelo, recelo por la dificultad que tiene vender luego los vinos al público. Es palpable el salto cualitativo que ha experimentado La Mancha en los últimos años, el consumidor de vino lo ha notado y sabe que cuando los sumilleres recomiendan vinos manchegos son conscientes de la calidad que éstos atesoran. Sin embargo, el reconocimiento de esa calidad a escala social es más difícil de alcanzar. "La relación calidad-precio de los vinos de La Mancha, se tiene que hacer notar y se not fuertemente en la evolución de sus exportaciones." *Historia de las Vides, Vinos y Quijotes de La Mancha*. René H. Montcé-Rieu. Ed. Antona S. A". La potenciación de la imagen que un Consejo Regulador dentro de una Denominación de Origen y el "role" de las bodegas es importantísimo para llegar a buen puerto. En este sentido, deben remar todos en la misma dirección. Ésta no es otra que la calidad del producto acompañada de precios competitivos. Creo que jornadas de puertas abiertas, jornadas gastronómicas, cursos de catas, presentaciones nacionales e internacionales de los productos, concursos son el punto clave desde el cual tienen que partir todas las fuerzas dirigidas a obtener una imagen de los vinos en el ámbito doméstico e internacional de la restauración.

¿Cómo conseguir que los vinos lleguen a la restauración de forma adecuada y directa? En este sentido no debemos preocuparnos por preciar el mercado exterior, un mercado que puede dar un efecto rebote, esto es, si se consiguen ventas en países que no son productores: Suecia, Noruega, Irlanda, Gran Bretaña, etc. se obtiene reconocimiento en el ámbito nacional, pero ésta es una tarea ardua y requiere de fuertes inversiones y de mucho tiempo para dar los frutos, tiempo que por desgracia no siempre se tiene

Daniel de Lamo Ramiro

Premio Director de Hotel
Joven 2002 de la
D.O. "LA MANCHA"

Qué tipo de vinos solicita el consumidor habitual?

La mayor parte de los clientes compran vinos que "les suenan", vinos cuya marca les parece que es buena. También algunas zonas genéricas que les parecen reconocidas como "un rioja" o "un ribera"... a los restauradores, cuando el cliente nos ofrece la oportunidad, nos gusta ir introduciendo y demostrando la bondad de otros caldos.

¿Qué diferencias hay entre el consumidor de toda la vida y los que se comienzan a adentrar en el mundo del vino?

Normalmente el consumidor de toda la vida es el que sólo toma Rioja porque según él es el único que tiene garantía de calidad. El que se empieza a adentrar en el mundo del vino se preocupa por leer la prensa especializada, dejarse aconsejar por los maitres o sumilleres. Se inclinan por nuevas zonas emergentes donde la relación calidad precio es muy buena. Cuando compran vino es sólo en tiendas especializadas que le asesoran en cuanto a las novedades.

Valoración de los vinos de la Nueva Mancha.

La Denominación de Origen La Mancha tiene la mayor extensión de producción de UVA con D.O. del mundo, y las especiales características de pluviométrica y de sol que dan un carácter muy adecuado en la producción de vinos. Probablemente sean los vinos con mejor relación calidad precio. Son vinos que cada vez más se van haciendo un sitio entre los mejores vinos de España y su reconocimiento ya es tanto Nacional como en el Extranjero. Así lo demuestra el interés que prestan nuestros clientes foráneos. Especialmente los vinos tintos y por supuesto los vinos blancos se están "codeando" con los grandes vinos de otras regiones españolas. En la D.O. se están haciendo unos caldos magníficos, ya que están utilizando los métodos más modernos en vinificación, junto con unas uvas de unas plantaciones de viñas cuidadas de forma impecable. Desgraciadamente, la zona todavía arrastra el peso de las cooperativas, que hasta ahora han primado producción por calidad.

Trato en la Restauración a los vinos manchegos.

Los vinos manchegos cada vez son más aceptados en las cartas de los restaurantes. Los Paradores de Turismo de todo el entorno de la Mancha recogen en sus cartas casi el 50% de



Daniel de Lamo es Director del Parador de Turismo de Chinchón

las referencias con vinos de la Nueva Mancha, con gran aceptación por parte del Público. Estos vinos además hacen que disfrutar de un buen caldo no signifique necesariamente un desequilibrio en el bolsillo.

Cada vez más los vinos de La Mancha están ocupando un lugar privilegiado dentro de las cartas de los restaurantes.

Fuera de la región y a nivel general en la restauración, son menos las referencias de la D.O., aunque aparecen algunas, como El Vinculo y otros más clásicos, como ESTOLA, en base a, como he dicho, la relación entre la calidad y el precio.

Opinión del consumidor con respecto a éstos y otros vinos

El consumidor necesita de un empuje para llegar a conocerlo, los consumidores que conocen el producto normalmente son consumidores habituales. En general, la opinión es buena en relación con los vinos manchegos, sin embargo, observo que el consumidor todavía opina que lo bueno tiene que ser caro, por lo que en determinadas situaciones, como anfiteón, se inclina por caldos provenientes de otras zonas quizás, con reconocido prestigio.

¿Qué puede hacerse desde la D.O y las bodegas para potenciar la imagen de los vinos en la Restauración?

Campañas de publicidad por parte de la D.O, y las bodegas tienen que intensificar su entrada en el mercado promoviendo sus vinos con campañas en restaurantes, haciendo presentaciones, catas, etc. Participar en ferias y concursos, con resultados notables, afianza la confianza del consumidor. Colaborar con asociaciones de sumilleres, etc. Ayudaría enormemente, ya que se llega al profesional, que al final va a ser quién lo defiende y transmite al cliente.

La D.O. "LA MANCHA" entrega sus *Premios a la Calidad de Vinos Nuevos 2002/2003*

E

l pasado día 27 de marzo tuvo lugar la entrega de premios del XVI Concurso a la Calidad de los

Vinos Nuevos 2002/2003 de la Denominación de Origen "LA MANCHA", un certamen que está reconocido por la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, el Ministerio de Agricultura y la Unión Europea, apareciendo publicado en sus respectivos boletines oficiales.

Además del propio presidente del Consejo Regulador, José Fenollar Ávila, a dicho acto asistieron entre otros el director del Instituto de la Viña y el Vino de Castilla-La Mancha, Alipio Lara Olivares y el alcalde de Alcázar de San Juan, José Fernando Sánchez Bódalo. En su presentación, el presidente del Consejo, felicitó a los ganadores, valorando especialmente el gran trabajo realizado por todas las bodegas macheegas en los últimos años, lo que ha posibilitado la gran calidad que encontramos en los vinos de hoy día.

Por su parte, tanto el director del IVI-CAM como el alcalde alcazareño, mostraron su satisfacción por los pasos que están dando los vinos de la D.O. para posicionarse en el mercado global al que tienen que hacer frente. Además, Alipio Lara también aprovechó la ocasión para hablar sobre la nueva Ley del Vino regional, que dijo que impulsaría decididamente el sector del vino en nuestra región, que por sí sola agrupa más viñedo que la mayoría de los países productores de vino.

Destacar también que, antes de que comenzase la entrega de premios propiamente dicha, se ofrecieron dos interesantes conferencias a los asistentes, sobre todo para los representantes de bodegas acogidas.

En primer lugar, Luis Ibaceta Navarro, Director de Udapi & Asociados ofreció una charla sobre la "Nueva Ley de Protección de Marcas", mientras que el Director General de GESTRA y el Director del Departamento de Calidad de la misma empresa, Martín González

Bermejo y Francisco de Lucas González, hablaron sobre la "Aplicación de la Norma ISO 9000 en el Proceso de Elaboración de Vinos".

Volviendo a los premios, es importante comentar que la cata final de este certamen tuvo lugar el pasado 7 de marzo en la propia sede del Consejo, contando con la presencia de un Jurado Nacional, compuesto por hosteleros, restauradores y enólogos de prestigio. Asimismo, este acto también contó con la presencia de la notario de Alcázar, María Victoria Valiente de Rafael del Colegio de Albacete, quien dio fe de los resultados de esta cata final.

Hay que recordar que los vinos que alcanzaron la final se distribuyeron de la siguiente forma:

- 11 son vinos blancos. Variedades: Airén, Macabeo y Chardonnay.

- 12 rosados. Variedades: Cencibel o Tempranillo, Garnacha y Cabernet Sauvignon.



*Han tomado parte en el concurso
447 vinos (162 blancos, 40
rosados y 245 tintos)*



- 14 tintos. Variedades: Cencibel o Tempranillo, Cabernet Sauvignon, Merlot y Syrah),
También hay que tener en cuenta que todas las muestras que han tomado parte en el Concurso (447 vinos: 162 blancos, 40 rosados y 245 tintos), cuya

valoración se ha efectuado a través de cata ciega, que es el método más eficaz para asegurar la imparcialidad, también han tenido que pasar un análisis físico-químico, que ha sido realizado por la Estación de Viticultura de Alcázar de San Juan.

XVI Concurso a la Calidad de Vinos Nuevos Cosecha 2002/2003

VINOS BLANCOS

PRIMER CLASIFICADO:

"AGROCINEGÉTICA JOMA, S.L." (Bodegas Martínez Sáez) de Villarrobledo (Albacete).

Variedad: Macabeo o Viura.

SEGUNDO CLASIFICADO:

"VINÍCOLA DE CASTILLA, S.A." de Manzanares (Ciudad Real).

Variedad: Coupage.

TERCER CLASIFICADO:

"VINÍCOLA DE CASTILLA, S.A." de Manzanares (Ciudad Real).

Variedad: Airén.

VINOS ROSADOS

PRIMER CLASIFICADO:

"BODEGAS LEGANZA, S.A." de Quintanar de la Orden (Toledo).

Variedad: Cencibel o Tempranillo.

SEGUNDO CLASIFICADO:

"COOP. NTRA. SRA. DE LOS REMEDIOS" de Sonseca (Toledo).

Variedad: Cencibel o Tempranillo.

TERCER CLASIFICADO:

"COOP. SAN ISIDRO" de Villaigordo del Júcar (Cuenca).

Variedad: Cencibel o Tempranillo.

VINOS TINTOS

PRIMER CLASIFICADO:

"FINCA ANTIGUA, S.A." de Los Hinojosos (Cuenca).

Variedad: Cabernet Sauvignon.

SEGUNDO CLASIFICADO:

"FINCA ANTIGUA, S.A." de Los Hinojosos (Cuenca).

Variedad: Merlot.

TERCER CLASIFICADO:

"COOP. NTRA. SRA. DEL ROSARIO" de El Provencio (Cuenca).

Variedad: Cencibel o Tempranillo (barrica).

Nueva Marca

SEÑORÍO DE LOS SANTOS

Explotaciones Hnos.
Delgado, S.L.
Villarrobledo, 37
13630 Socuéllamos
(Ciudad Real)
Tel: 625 339 887
Fax: 926 532645
Correo electrónico:
info@bodegaehd.com
web: www.bodegaehd.com



Tinto Tempranillo-Garnacha 2002

Fase visual: de elegante color rojo cereza intenso, transparente, limpio y brillante.
Fase olfativa: de unos aromas florales intensos, con notas de frutos maduros.
Fase gustativa: fresco en boca, con una entrada agradable y un posgusto largo y grato.

Nueva Marca

LA HIJUELA

Coop. San Isidro
Dos de Mayo, 21
13620 Pedro Muñoz
(Ciudad Real).
Tel: 926 586 057
Fax: 926 568 380
Correo electrónico:
mail@viacotos.com
Página web:
www.viacotos.com



Tinto Tempranillo 2002

Fase visual: rojo cereza frambuesa.
Fase olfativa: aromas de frutos rojos.
Fase gustativa: suave, equilibrado, fresco y acidez adecuada. Paso frutoso y elegante.

Nueva Marca

VERDESOL ARESAN

Bodegas Hermanos Arenas
Sánchez, S.L.
Ctra. N-310. Km. 120
02600 Villarrobledo
(Albacete)
Tel: 967 140 630
Fax: 967 140 634



Chardonnay 2002

Fase visual: de color amarillo verdoso.
Fase olfativa: aromas finos y potentes, que recuerdan a su variedad.
Fase gustativa: paso de boca equilibrado y armonioso.

Nueva Marca

TORREORGAZ

Bodegas Peces-Barba
(Finca El Retamar, S.L.)
Camino Palacios, Km. 4
45450 Orgaz (Toledo).
Tel: 925 381038
Fax: 925380950
Correo electrónico:
aguadomail@nexo.es



Tempranillo - Cabernet Sauvignon - Melot 2001

Fase visual: color cereza con bordes violáceos
Fase olfativa: aromas de fruta roja madura.
Fase gustativa: en boca, seco, potente y carnoso.

Nueva Marca

HOJA VERDE

EXAVISABA (Bodegas
Salcedo Balmaseda)
Fray Luis de León, 1
13420 Malagón
(Ciudad Real).
Tel: 926 800 043
Fax: 926 800 409
Correo electrónico:
m-salcedo@recol.es



Blanco Joven

Fase visual: amarillo pajizo.
Fase olfativa: aroma maduro a fruta tropical.
Fase gustativa: sabroso, fresco y equilibrado.

Nueva Marca

LAS LLANEZAS

Finca LaBlanca, S.L.
Princesa, 84
45840 Puebla de Almoradiel
(Toledo).
Tel: 925 178 437
Fax: 925 178 432
Correo electrónico:
fincalablanca@ole.com
Página web: www.capel-vinos.es



Blanco 2002

Fase visual: amarillo pajizo con irisaciones amarillas.
Fase olfativa: aromas frutales y franco en su conjunto.
Fase gustativa: agradable en boca y bien conjuntada su acidez.

Nueva Presentación

ALTOVELA

Coop. Ntra. Sra. de la Paz.
Desviación, 19
45880 Corral de Almaguer (Toledo)
Tel: 925 190 269
Fax: 925 190 268
Correo electrónico:
cooplapaz@hotmail.com



Macabeo 2002

Fase visual: color pálido acerado, muy limpio y brillante.
Fase olfativa: destacan los aromas florales propios de su variedad.
Fase gustativa: en boca es fresco, ligero y con un amplio posgusto.

Nueva Presentación

HACEDOR

Coop. Ángel del Alcázar
Ctra. de Lillo, s/n.
45860 Villacañas (Toledo).
Tel: 925 160 548
Fax: 925 160 548
Correo electrónico:
coangel.3081@cajarural.com



Macabeo 2002

Fase visual: de color amarillo paja.
Fase olfativa: aromas frutales (plátano, manzana, etc.).
Fase gustativa: fresco, equilibrado y persistente.

Nueva Presentación

PIRUBÍ

Coop. Ntra. Sra. del Egido
Sendilla, 1
45840 Puebla de Almoradiel
Tel: 925 178 052
Fax: 925 178 052



Correo electrónico:
coopegido.3081@cajarural.com

Macabeo 2002

Fase visual: amarillo pajizo con reflejos verdosos.
Fase olfativa: aromas limpios y florales.
Fase gustativa: en boca es redondo, bien estructurado y largo.

Nueva Crianza

GRAN CONDADO

Alcasor, S.A.L.
Pol. Indus- Avda. Podadores, s/n.
45350 Noblejas
Tel: 925 140220
Fax: 925 140 651



Crianza 1999

Fase visual: cereza granate brillante.
Fase olfativa: aroma con finos toques tostados y fruta madura.
Fase gustativa: redondo en boca y recuerdos a tabaco y vainilla en retronasal.

Nueva Reserva

REAL BODEGA

Vinos y Bodegas, S.A.
Ctra. de Las Mesas, Km. 1
13630 Socuéllamos (Ciudad Real)
Tel: 926 531 067
Fax: 926 532 249
Correo electrónico:
export@vinosybodegas.com
Página web: www.vinosybodegas.com



Reserva Tempranillo 1997

Fase visual: rojo cereza cubierto con ribetes teja.
Fase olfativa: aromas de vainilla y canela.
Fase gustativa: suave, agradable de sabor y ligeramente especiado.

Nueva Reserva

CASTILLO DE CALATRAVA

Vinícola de Castilla, S.A.
Polígono Industrial. Calle 1
13200 Manzanares
Tel: 926 647800
Fax: 926 610 466
Correo electrónico:
nacional@vinicoladecastilla.com
Página web: www.vinicoladecastilla.com



Reserva Tempranillo 1997

Fase visual: rojo picota de capa media alta.
Fase olfativa: aromas intensos con notas de madera.
Fase gustativa: suave en boca, ligero y sabores a vainilla.

Destacada presencia de los vinos de la D.O. "LA MANCHA" en Fenavin

M

iles de visitantes se acercaron por el stand del Consejo Regulador

"LA MANCHA", situado en el pabellón principal del recinto ferial de Ciudad Real, donde tuvo lugar la Feria Nacional del Vino (FENAVIN) del 8 al 11 de mayo pasados.

Además, también debemos tener en cuenta que la Denominación de Origen "LA MANCHA" es la que contó con mayor representación de bodegas dentro de la feria, ya que cerca de 100 empresas de esta D.O. estuvieron presentes a través de expositores individuales o junto con otras instituciones, como el propio Consejo Regulador. De hecho, en éste hubo 13 bodegas que contaron con un espacio individual para poder atender a sus clientes y una zona común habilitada con mesas, adecuada para conversaciones más distendidas, ya que, en total, el stand



del Consejo disponía de casi 100 metros cuadrados.

Por otro lado, el Consejo Regulador de la Denominación de Origen "LA MANCHA" también presentó en FENAVIN, tal y como había hecho anteriormente en Madrid, su nueva imagen corporativa.

Entre los asistentes a la presentación hay que resaltar la presencia del Director General de Alimentación y Coope-

rativas de la Consejería de Agricultura, Francisco Mombiela; el Director del Instituto de la Viña y el Vino de Castilla-La Mancha (IVICAM), Alipio Lara Olivares; el Presidente de la Diputación Provincial de Ciudad Real, Nemesio de Lara; y el propio Presidente del Consejo Regulador de la Denominación de Origen "LA MANCHA", Gregorio Martín-Zarco.





Además, el acto también contó con la asistencia de numerosos medios de comunicación regionales, nacionales e internacionales presentes en la Feria Nacional del Vino, así como bodegueros de las diferentes bodegas acogidas a la Denominación de Origen, que aprovecharon para conocer de primera mano los cambios en el logotipo y el diseño de la nueva campaña de publicidad, en la que se incluye un spot televisivo.

El encargado de abrir el acto fue el presidente de la Diputación de Ciudad Real, Nemesio de Lara, que elogió el cambio realizado por la D.O. y se comprometió públicamente a ayudar al Consejo Regulador en el desarrollo de su nueva campaña publicitaria.

13 bodegas contaron con un espacio individual en el propio stand del Consejo Regulador

Por su parte, el nuevo Presidente de la Denominación de Origen afirmó que "los productores de la D.O. somos cada día más conscientes de la necesidad de cambios que necesitan nuestros vinos, sobre todo en lo que a su imagen se refiere, puesto que las

grandes inversiones realizadas por nuestras bodegas y la reestructuración varietal han posibilitado un aumento exponencial de la calidad en muy pocos años".

Martín-Zarco agradeció especialmente la presencia de los medios de comunicación, puesto que en éstos recae gran parte de la responsabilidad del cambio de imagen que están teniendo los vinos de La Mancha, así como el aumento del prestigio de los mismos.

LISTADO DE BODEGAS DE LA D.O. "LA MANCHA" QUE ASISTIERON A FENAVIN EN EL STAND DEL CONSEJO

ALBACETE

1. **Vinícola de Villarrobledo, S.C.L.** de Villarrobledo.
2. **Bodegas Martínez Sáez** de Villarrobledo.

CIUDAD REAL

3. **Bodegas Viñasoro, S.L.** de Alcázar de San Juan.
4. **Coop. Ntra. Sra. de Criptana** de Campo de Criptana.
5. **Trinidad Fuentes García** de Castellar de Santiago.

CUENCA

6. **Bodegas Campos Reales** (Coop. Ntra. Sra. del Rosario) de El Provencio.
7. **S.A.T. Santa Rita** de Mota del Cuervo.
8. **Coop. Ntra. Sra. de Manjavacas** de Mota del Cuervo.

TOLEDO

9. **Bodegas J. Santos, S.L.** de Villa de Don Fadrique.
10. **Coop. Castillo de Consuegra.**
11. **Cosecheros Embotelladores, S.A.** de Noblejas.
12. **Bodegas Entremontes** (Coop. Ntra. Sra. de la Piedad) de Quintanar de la Orden.
13. **Bodegas M.A. Verdúñez** de Villanueva de Alcardete.

Posteriormente, al igual que sucedió en la presentación de Madrid, el director creativo de CP Claim, Luis Conde, explicó pormenorizadamente los detalles de la Campaña y la Imagen Corporativa.

De cerrar el acto se ocupó el Director General de Alimentación y Cooperativas, Francisco Mombiela, quien valoró positivamente el esfuerzo promocional desarrollado por la D.O. "LA MANCHA" y dijo que esta Denominación de Origen parte con una gran ventaja competitiva en los mercados exteriores, ya que el Quijote es un libro leído en todo el mundo y embajador excelente para los vinos de nuestra tierra. Mombiela tampoco se olvidó de mencionar la puesta en marcha de la Nueva Ley del Vino de Castilla-La Mancha, aprobada hace poco más de un mes y que supondrá un revulsivo para el todo el vino de la región.

Las CUATRO CARAS del vino

Se ha especulado mucho últimamente sobre los efectos beneficiosos del vino en el organismo. La historia relata situaciones y momentos en los que el vino ha sido considerado como beneficioso para la salud, tal es su protección contra el cólera y otras plagas, su poder desinfectante y bactericida, su efecto digestivo, etc. El médico de LUIS XVI comentaba *"el vino vivifica el corazón, elimina la tristeza, calienta el estómago, concilia el sueño y elimina los líquidos corporales..."*. El prestigioso científico francés Pasteur lo consideraba *"La más sana e higiénica de las bebidas"*. Sin embargo, el impulso tan grande que se le ha dado al vino como beneficioso para la salud ha sido a raíz del trabajo del científico francés Renaud, en 1992, en el que se observó que la población francesa tiene una menor incidencia de enfermedades coronarias, pese al elevado consumo de grasas saturadas. Ello se debe al elevado consumo de vino por parte de sus habitantes, dando lugar así a lo que se conoce como la "paradoja francesa". A partir de este momento muchos investigadores se han dedicado a dilucidar los mecanismos responsables de esta faceta saludable del vino.

Actualmente se puede considerar que el vino tiene "cuatro caras": nutriente, protector, tóxico y fármaco. Las preguntas en este punto serían: ¿qué posee el vino que le confiere estas propiedades? y ¿a qué se debe el que nos muestre una cara u otra?

El poder del vino como nutriente se debe a que posee azúcares, aminoácidos, proteínas, sales minerales, vitaminas, etc., amén de su elevado contenido en agua (90%), lo que lo haría ser



Autora:
Mairena Martín López
Profesora/Catedrática de Bioquímica de la Universidad de Castilla-La Mancha

además un buen diurético. Se sabe que el vino protege al organismo de determinadas patologías. Tiene un potente efecto cardioprotector porque tiene poder antiateromatoso, antitrombótico, antiisquémico y protege del infarto. Posee efecto anticanceroso porque es un antimutagénico, que inhibe la formación, promoción y progresión de los tumores y posee efecto neuroprotector porque inhibe la degeneración y muerte neuronal características de enfermedades neurodegenerativas, como la Enfermedad de Alzheimer. Evidentemente, los múltiples efectos del vino se

deben a sus componentes. El principal componente del vino es el alcohol etílico o etanol que, en cantidades moderadas, posee efectos beneficiosos para la salud puesto que es un importante agente antiateromatoso y antitrombótico. Sin embargo, los efectos beneficiosos del vino no se deben precisamente a su componente mayoritario, sino fundamentalmente a otros que, aún encontrándose en cantidades ínfimas, poseen una elevada actividad biológica. Me estoy refiriendo a los polifenoles tales como el resveratrol, la quercitina y la catequina. De ellos, el más activo y mejor estudiado es el resveratrol, presente fundamentalmente en el vino tinto. Esta sustancia es una fitohormona que se encuentra en el hollejo de la uva tinta y que es producido por la uva en defensa de las infecciones fúngicas. Por ello, el contenido en resveratrol y otros polifenoles varía en función del tipo y procedencia de la uva, el tipo de vino y su maduración, disminuyendo con la edad del vino. Los vinos más jóvenes son más abundantes en estas moléculas que los más viejos, debido a la degradación que se produce de estas moléculas con el tiempo. Irónicamente, una botella de vino de tres años podría ser más saludable que una de treinta, aunque el sabor no tenga nada que ver. Estas moléculas, por su peculiar estructura química, son importantes agentes antioxidantes, que

Actualmente se puede considerar que el vino tiene "cuatro caras": nutriente, protector, tóxico y fármaco

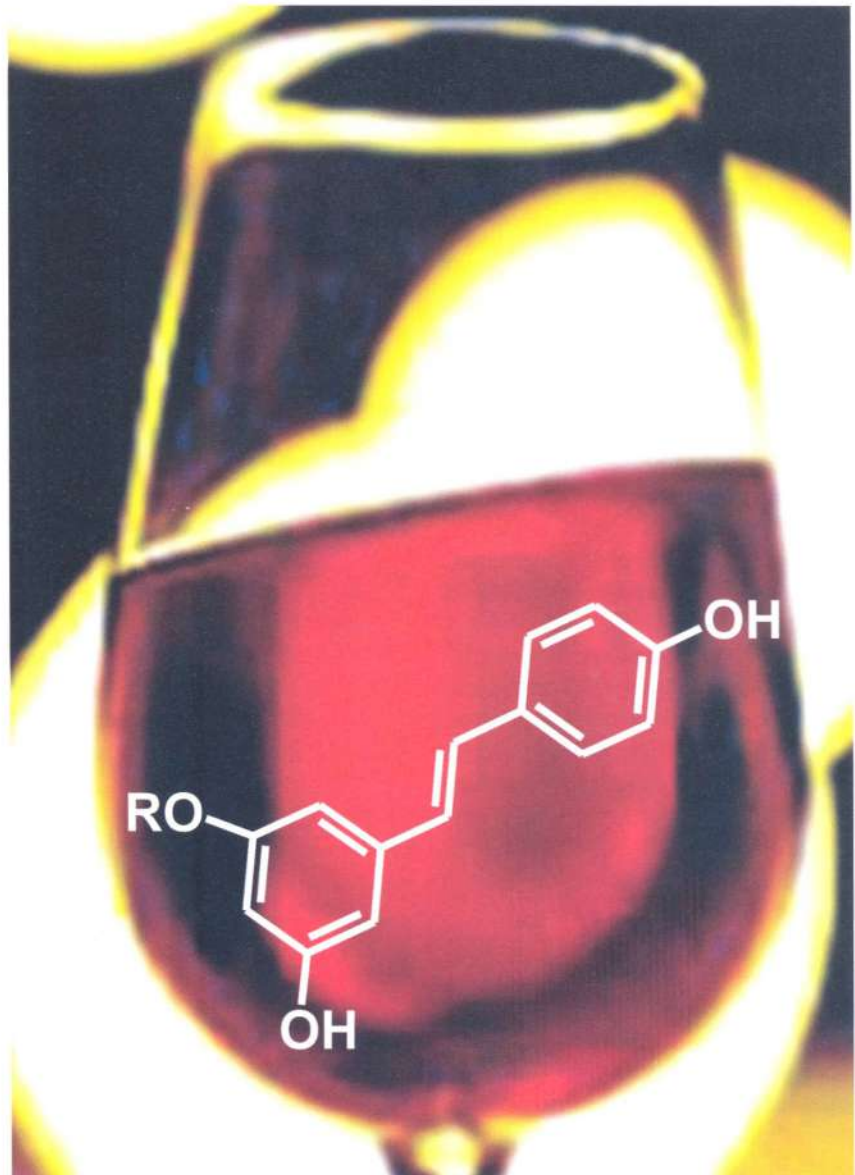
inhiben el efecto nocivo de los radicales libres, especies oxigenadas altamente reactivas que destruyen las células del organismo. El efecto antioxidante de una copa de vino tinto es equivalente al de 10 copas de vino blanco o al de un litro de zumo de naranja o tomate recién exprimido.

El potencial farmacológico del vino está justificado por el efecto de sus componentes biológicamente activos. Este efecto ha llevado a determinados autores a hablar de "enoterapia". De esta forma el vino puede ser, no sólo un protector, sino que puede tener un efecto farmacológico por sí mismo o potenciando los efectos de otras moléculas. El mismo resveratrol ya está comercializado por determinadas compañías farmacéuticas para el tratamiento de alteraciones cardiovasculares.

Si el efecto beneficioso del vino se debe a los polifenoles, su efecto tóxico se debe fundamentalmente a su contenido en alcohol y se produce solamente cuando se consume en exceso. A dosis elevadas el alcohol destruye las células, los tejidos y los órganos, sobre todo aquellos más susceptibles, como es el hígado, produciendo en sus últimas consecuencias necrosis tisular, como cirrosis.

¿Qué sabemos del mecanismo por el cual estas sustancias contenidas en el vino, y por ende, el mismo vino, son beneficiosas?

El efecto del resveratrol y otros polifenoles en el sistema cardiovascular se relaciona con su capacidad de inhibición de la oxidación de las lipoproteínas de baja densidad (LDL o colesterol "malo"), lo que impide la formación de la placa ateromatosa. Además, el resveratrol produce liberación de moléculas neuroprotectoras y cardioprotectoras, una de las cuales es la adenosina, que actúa protegiendo a las neuronas de la excitotoxicidad y al corazón de la isquemia. Por último, su potencial efecto anticancerígeno se relaciona con la inhibición de determinadas enzimas que participan en la promoción y progresión de tumores. También se conoce el mecanismo por el cual el alcohol etílico posee efectos beneficiosos. Se debe a su capacidad de regulación de los niveles de coles-



terol en el organismo puesto que aumenta las lipoproteínas de alta densidad o colesterol "bueno" y disminuye las lipoproteínas de baja densidad o colesterol "malo". Adicionalmente, el etanol regula la coagulación de la sangre al ser un agente inhibidor de la agregación plaquetaria y activador del sistema fibrinolítico.

¿Dónde está, pues, el secreto del vino como bebida saludable, con sus efectos protectores y farmacológicos?

Ni más ni menos que en la dosis. Una o dos copas de buen vino, preferentemente durante las comidas, protege a las células del organismo de los daños debidos a la oxidación producida por los radicales libres. Sin embargo, este efecto se torna perjudicial cuando el consumo es excesivo y durante tiempo

prolongado. Si asumimos la consideración de algunos autores del vino como fármaco para el tratamiento de determinadas enfermedades, el secreto estaría pues en la posología. Tal vez las futuras investigaciones en este campo puedan abrirnos la posibilidad de que en un futuro la recomendación de un médico de familia ante un paciente que acude a su consulta sea: "tome dos copas de buen vino y vuelva mañana". Sea como fuere, no cabe duda que el vino constituye un precioso complemento de una alimentación sana y equilibrada que nos alegra la vida, alegría sin la cual no existe buena salud física ni mental. En cualquier caso, como dijo el Dr. Fleming: "*La penicilina cura a los humanos, pero es el vino el que los hace felices*". Salud.

Lluvia de premios para las bodegas manchegas

Las bodegas de la D.O. triunfan en el Mundial de Vinos de Bruselas

Los vinos de la Denominación de Origen "LA MANCHA" han conseguido un excelente resultado en la décima edición del "Concours Mondial de Bruxelles", uno de los concursos más importantes de los que se celebran en el mundo en el que participan alrededor de 4.000 muestras de vino de diferentes países del mundo.

Entre los vinos españoles, 14 vinos manchegos, pertenecientes a 8 bodegas diferentes, han sobresalido por su calidad, resultando premiados. De entre éstos, hay que destacar especialmente los dos Grandes Oros conseguidos por vinos de la S.A.T. Santa Rita, ya que sólo se han

LISTADO DE LOS VINOS Y BODEGAS MANCHEGAS PREMIADOS

Gran Medalla de Oro
Varones Tempranillo Reserva 1995 (S.A.T. Santa Rita de Mota del Cuervo - Cuenca)
Varones Tempranillo Crianza 1997 (S.A.T. Santa Rita de Mota del Cuervo - Cuenca)

Medalla de Oro
Campo Mazorral Crianza 1999 (Bodegas Mazorral - Murimpex, S.A. - de La Roda - Albacete)
Estola Gran Reserva 1994 (Bodegas Ayuso, S.L. de Villarrobledo. - Albacete).
Veronés Tempranillo 2002 (S.A.T. Santa Rita de Mota del Cuervo - Cuenca)

Medalla de Plata
Allozo Reserva 1998 (Bodegas Centro Españolas, S.A. de Tomelloso. - Ciudad Real)
Campos Reales Tempranillo 2002 (Coop. Ntra. Sra. del Rosario de El Provencio. - Cuenca)
Canforrales Tempranillo 2002 (Coop. Ntra. Sra. del Rosario de El Provencio. - Cuenca)
Heredad de Loza 2002 (Coop. Ntra. Sra. del Rosario de El Provencio. - Cuenca)
Condesa de Leganza Reserva 1995 (Bodegas Leganza, S.A. de Quintanar de la Orden. - Toledo)
Don Luciano Crianza 2000 (García Carrión La Mancha, S.A. de Daimiel. - Ciudad Real)
Guadianeja Reserva Especial - Viñas 50 Años 1997 - (Vinícola de Castilla, S.A. de Manzanares. - Ciudad Real)
Varones Tempranillo Crianza 1998 (S.A.T. Santa Rita de Mota del Cuervo - Cuenca)
Varones Tempranillo Reserva 1997 (S.A.T. Santa Rita de Mota del Cuervo - Cuenca)

otorgado cinco a los vinos de nuestro país, que ha sido uno de los más galardonados en esta categoría. De hecho, sólo ha habido 24 Grandes Oros repartidos entre los 32 países visitantes.

Ejemplos significativos los constituyen Francia e Italia, que han conseguido 6 y 2 grandes oros respectivamente, pese a que el país gallo participa con el triple de muestras que España.

Los vinos de la Denominación de Origen "LA MANCHA" consiguen 23 medallas en los Premios Zarcillo 2003

Los vinos de la D.O. "LA MANCHA" han dado una prueba más de su calidad, al conseguir 23 medallas en los prestigiosos Premios Internacionales Zarcillo 2003 (1 oro, 9 platas y 13 bronce), lo que la convierte en una de las denominaciones más galardonadas.

En total, 17 bodegas de la Denominación de Origen han obtenido

algún premio, lo que nos da una idea del extraordinario nivel de los vinos acogidos, ya que no se trata de casos aislados, sino que cada vez son más las bodegas que pueden presentar vinos con suficientes garantías como para competir en calidad con cualquier otro, por muy prestigioso que éste sea.

MARCAS DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN "LA MANCHA" GALARDONADAS CON LOS ZARCILLO:

Zarcillo de Oro

Heredad de Loza Tempranillo 2002,
 Coop. Ntra. Sra. del Rosario de El Provencio (Cuenca)

Zarcillos de Plata

Varones Crianza Tempranillo 1997, S.A.T. Santa Rita de Mota del Cuervo (Cuenca)
Varones Reserva Tempranillo 1997, S.A.T. Santa Rita de Mota del Cuervo (Cuenca)
Canforrales Tempranillo 2002, Coop. Ntra. Sra. del Rosario de El Provencio (Cuenca)
Vega Zacatena Tempranillo 2002, Jacinto Jaramillo e Hijos, S.L. de Torralba de Calatrava (Ciudad Real)
Señorío de Zocodover Crianza 1999, Bodegas Hermanos Rubio, S.L. de Villasequilla (Toledo)
Campo Mazorral Reserva 1999, Bod. Mazorral

(Murimpex,S.A.) de La Roda (Albacete)
Campo Mazorral Crianza 1999, Bod. Mazorral (Murimpex,S.A.) de La Roda (Albacete)
Casco Antiguo Tempranillo 2002, Enomar, S.L. de Mota del Cuervo (Cuenca)
Benengeli Crianza 2000, Enomar, S.L. de Mota del Cuervo (Cuenca)

Zarcillos de Bronce

Don Luciano Crianza 2000, J. García Carrión La Mancha, S.A. de Daimiel (Ciudad Real)
Vega Moragona Alta Selección 2000, Coop. La Magdalena de Casas de Haro (Cuenca)
Condesa de Leganza Reserva 1995, Bodegas Leganza, S.A. de Quintanar de la Orden (Toledo)
Yuntero Reserva 1999, Coop. Ntra. Padre Jesús del Perdón de Manzanares (Ciudad Real)
Vihucas Crianza Tempranillo 2000, Vihucas

Distribuciones y Servicios, S.L. (Bodegas Labrador) de Villacañas (Toledo)
Señorío de Zocodover Reserva 1996, Bodegas Hermanos Rubio, S.L. de Villasequilla (Toledo)
Castillo de Mora 1999, Bodegas Casa Grande, S.L. de Villamuelas (Toledo)
Viñasoro Cabernet Sauvignon 2001, Bodegas Viñasoro, S.L. de Alcázar de San Juan (Ciudad Real)
Viñasoro Merlot 2001, Bodegas Viñasoro, S.L. de Alcázar de San Juan (Ciudad Real)
Campo Amable Crianza 1998, Coop. Ntra. Sra. de la Paz de Corral de Almaguer (Toledo).
Ojos del Guadiana, Coop. El Progreso de Villarrubia de los Ojos (Ciudad Real)
Señorío de Guadianeja Gran Reserva Tempranillo 1989, Vinícola de Castilla, S.A. de Manzanares (Ciudad Real)

Por otro lado, los vinos *Viñasoro Tinto 2001* y *Torre de Gazate Sauvignon Blauo 2002*, de Bodegas Viñasoro, S.L. y Vinícola de Tomelloso, S.C.L. respectivamente, ha ganado sendas medallas de plata en los Premios "La Selezione del Sindaco" (2º Concurso Enológico Internazionale) celebrado en Conegliano los pasados días 9, 10 y 11 de mayo en Italia.

Finalmente, también hay que destacar que el vino "Balada" (Tinto), la marca que utiliza de Vinícola de Castilla, S.A. de Manzanares (Ciudad Real) para embotellar los vinos procedentes de uvas de cultivo ecológico, también resultó premiado recientemente con un *Ecorracimo de Oro* en la Feria del Producto Ecológico organizada por la Diputación de Córdoba.

Fuerte aumento de inversiones en bodegas acogidas a la D.O. "LA MANCHA"

Finca Antigua, s.a. inaugura sus instalaciones y Bodegas Hermanos Rubio mejora sustancialmente sus infraestructuras

En los últimos años estamos viendo, no sólo como numerosas bodegas se están estableciendo dentro de la Zona de Producción "LA MANCHA", sino como muchas de las que ya estaban instaladas y acogidas a la D.O. están mejorando considerablemente sus instalaciones, lo que, sumado a la contratación de cualificados profesionales del vino, posibilita una clara mejora en la calidad del producto obtenido, algo en lo que hemos insistido mucho desde este Consejo Regulador.

Un buen ejemplo de esto lo hemos podido ver a finales del pasado de marzo, con la inauguración oficial de la bodega **Finca Antigua, S.A.**, una sociedad creada hace poco más de dos años, en la que se ha invertido una cifra que ronda los 18 millones de euros.

En dicho acto, que contó con la presencia del presidente de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, José Bono, además de disfrutar con las magníficas instalaciones de las que dispone la bodega, también se pudieron degustar los primeros vinos que ha lanzado al mercado la bodega, todos ellos con la marca Finca Antigua. Se trata de una crianza (coupage de las variedades Cabernet Sauvignon, Tempranillo y Merlot) del año 2000 y un Tempranillo del Año 2002.

Esta nueva sociedad, perteneciente al Grupo de Bodegas Martínez Bujanda, está construida sobre la base de la antigua finca y bodega de Cueva del Granero, próxima a Los Hinojosos (Cuenca). En conjunto, la nueva bodega cuenta con 300 hectáreas de viñedo de diferentes variedades acogidas a la D.O. LA MANCHA (Tempranillo o Cencibel, Cabernet Sauvignon, Merlot y Syrah).

Esta bodega dispone de una nave de crianza con unas 3.000 barricas, aunque con posibilidad de ampliación hasta las 6.000 unidades. Su planta de embotellado está totalmente automatizada y tiene una capacidad de 6.000 botellas/hora.



Según destacó el presidente del Grupo al que pertenece la bodega, Jesús Martínez Bujanda, desde Finca Antigua se "ha apostado por un vino de calidad", que se pretende introducir en el mercado aprovechando la red de distribución de la que ya disponen, por lo que entre sus objetivos está el de ser capaces de embotellar entre 250.000 y 300.000 cajas de vino. También es importante reseñar que dos vinos de esta bodega que aún no se encuentran en el mercado, concretamente uno de la variedad Cabernet Sauvignon y otro Merlot, obtuvieron el primer y el segundo premio, respectivamente, del Concurso a la Calidad de Vinos Nuevos de la D.O. LA MANCHA, que tuvo lugar poco tiempo atrás.

Por otro lado, destacar también la inauguración de las nuevas instalaciones de **Bodegas Hermanos Rubio, S.L.**, una empresa de Villa-sequilla (Toledo), que se ha posicionado entre los primeros comercializadores de vinos con D.O. LA MANCHA. (fotografía superior)

En dicho acto, celebrado el pasado día 28 de marzo, estuvieron presentes, entre otros, el Consejero de Agricultura, Alejandro Alonso Núñez, el Director del Instituto de la Vid y el Vino de Castilla-La Mancha, Alipio Lara Olivares, y el Secretario del Consejo Regulador "LA MANCHA", Alfonso Alonso Ramos.

Entre las mejoras realizadas por Bodegas Hermanos Rubio destaca su nueva nave de crianza, que actualmente dispone de 500 barricas de roble, aunque su capacidad es mucho mayor, por lo que se irá completando a medida que el mercado lo vaya demandando. Entre las mejoras, también hay que destacar una sala para atender a las visitas y mostrar sus vinos, una tienda con toda su gama de productos, un nuevo laboratorio y una pequeña sala de catas.

Además, no debemos olvidar que esta bodega está equipada con la última tecnología en lo que a elaboración de vinos se refiere, incluyendo una línea de embotellado para distintos formatos con capacidad de 6.000 botellas/hora.

Entre las principales marcas de esta bodega, que comercializa vinos jóvenes, de crianza y reserva, destacan Señorío de Zocodover, Viña Alambrada, Ribera del Algodor y Vega Cedrón.

Vinícola de Tomelloso sigue su línea de crecimiento

Por un lado, el vino Añil de Vinícola de Tomelloso, S.C.L. se ha convertido en el quinto vino blanco más vendido en El Corte Inglés, lo que ha sido posible gracias a una dura singladura en busca de la calidad llevada a cabo por esta bodega, cuyo vino estrella ha sido el Añil, precedente de la variedad macabeo y que ha obtenido multitud de premios de ámbito regional y nacional, se ha posicionado muy bien en la zona centro de España. Además, el Sauvignon Blanc de esta bodega también ha obteni-



do una medalla de plata en "La Selezione del Sindaco" (2º Concurso Enológico Internacional).

Por otro lado también hay que destacar que la gama de vinos "Torre de Gazate", de la misma bodega, se presentó hace unos meses en la localidad salmantina de Guijuelo, con motivo de las Jornadas Gastronómicas del Jamón Ibérico, que congregaron en la localidad salmantina a numerosas personalidades del mundo gastronómico de nuestro país.

Estudio sobre la *Enfermedad de Petri* en viña

VICTOR FRÍAS LUNA

Ingeniero Agrónomo Gerente de AGROMÉTODOS S.A.

Propuesta de una posible solución

E Introducción
n los últimos años el decaimiento de plantas jóvenes de viña ha surgido como un importante problema en el esta-

blecimiento del viñedo, siendo responsable de importantes pérdidas en nuevas plantaciones. El problema afecta a las plantas durante los primeros diez años y no es específico de ninguna combinación patrón/variedad. Una característica general de esta enfermedad, también conocida como *yesca joven*, *black goo* (gomosis negra), *young vine decline*, etc., es el derrumbe de la planta afectada cuando va a entrar en producción. Los expertos aseguran que los patógenos responsables de la misma han estado presentes durante muchos años en el viñedo, pero los daños que provocaban siempre se han achacado a otras causas (stress, carencias nutritivas, etc.) y han pasado prácticamente desapercibidos. Las recientes plantaciones y replantaciones de importantes superficies han incrementado el reconocimiento del problema y los estudios realizados al respecto han puesto de manifiesto que estamos ante la presencia de una importante enfermedad, que además abre el camino a otras producidas por hongos que comen madera muerta, como es el caso de "yesca" tan temida por nuestros viticultores.

El problema existe a nivel mundial y dada su enorme importancia, un elevado número de científicos e investigadores de diversos países se han constituido en Grupo, dedicado prácticamente en exclusiva, al estudio de las



enfermedades de tronco. El grupo se reúne en Congreso cada dos años para exponer e intercambiar información sobre los trabajos de investigación realizados al respecto en cada país. En el celebrado en Lisboa en septiembre de 2.001 sobre "Yesca y decaimientos de viña", los investigadores decidieron por unanimidad denominar la enfermedad como *enfermedad de Petri*.

AGROMÉTODOS participó activamente en esta reunión, así como en la celebrada el pasado mes de enero en Nueva Zelanda, presentando tres trabajos de investigación realizados durante los últimos siete años, en los que se aportan datos sobre la biología de los agentes patógenos y sobre el desarrollo de un nuevo método de control efectivo de este tipo de enfermedades vasculares del viñedo, basado en el incremento de los mecanismos de autodefensa de la propia planta.

Causas de la enfermedad

La enfermedad es producida por la invasión de *diferentes hongos vasculares*, llamados así porque se desarrollan en los *vasos del xilema*, por donde fluye la savia bruta (agua y minerales) desde las raíces hacia las hojas y brotes de la planta provocando una falta de nutrición de la misma y por lo tanto su decaimiento. Estas enfermedades vasculares suelen ir acompañadas, por tanto, de determinadas carencias como potasio (muy frecuente), hierro, zinc, etc...y de un vigor muy pobre, debido a la falta de alimentos y de agua.

Aunque actualmente existe un cierto desconocimiento del modo de acción de estos patógenos dentro de la planta, sí ha quedado establecido de que son *varios los hongos que forman el complejo causante de la enfermedad*. Los más importantes son: *Phaeomoniella chlamydospora*, *Phaeoacremonium inflatipes* y *Phaeoacremonium aleophilum*.

En investigaciones realizadas por la Universidad de Davis en California con estos tres patógenos, han quedado claras algunas conclusiones sobre el modo de propagación de la enfermedad, que consideramos del máximo interés reseñar aquí:

- Las esporas de *Pa.chlamydospora* y *Pm.inflatipes* son transportadas por el aire (airborne) y tienen la capacidad de actuar como inóculo. Se sospecha que las de *Pm.Aleophilum* pueden serlo por insectos vectores.
- Las bayas que muestran síntomas durante la maduración suelen estar contaminadas con conidias de *Pm.inflatipes* y *Pm.aleophilum*.
- Ninguno de los porta-injertos ensayados ha sido completamente resistente a los hongos mostrando un amplio rango de susceptibilidad, lo que puede significar que el grado de susceptibilidad no es un factor importante en la expresión de la enfermedad bajo condiciones naturales.
- Los tres patógenos son capaces de infectar las heridas de poda y provocar un crecimiento reducido en los brotes que salen de los pulgares enfermos.
- Las heridas de poda se vuelven menos susceptibles con el tiempo y alcanzan su menor índice de susceptibilidad en torno a los cuatro meses después de la poda.
- El tejido de planta de vid es susceptible desde dormancia hasta tejido verde en crecimiento activo.

La enfermedad es producida por la invasión de diferentes hongos vasculares

- *Pm.inflatipes* es capaz de producir estructuras tipo microesclerocios sobre madera de viña así como sobre medio artificial y es un buen patógeno de raíz, por lo tanto este hongo es un hongo soilborne (que se transporta por el suelo) como el *Verticillium ssp.*

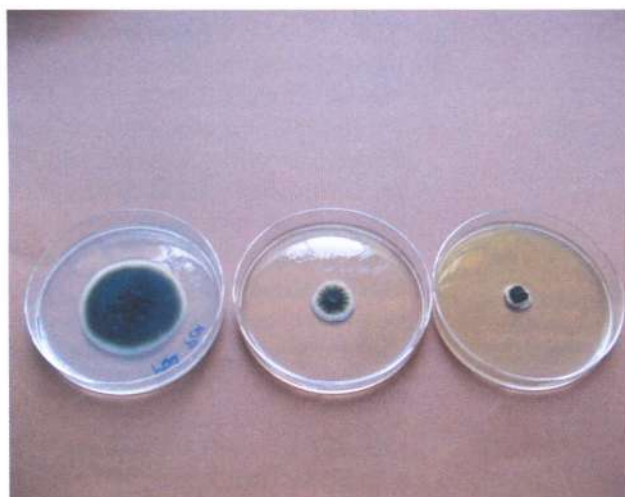
Síntomas y dificultades de diagnóstico

El decaimiento general que produce la enfermedad de Petri va acompañado con frecuencia por unos síntomas que se manifiestan con desigual intensidad y cuya presencia no son concluyentes para un diagnóstico certero. Por ejemplo, uno de los métodos más utilizado por muchos viticultores para comprobar si una planta está sana o enferma, consiste en cortar transversalmente los troncos o las raíces y ver si aparecen unas pequeñas gotas negras de una sustancia alquitranosa (*black goo*). Pues bien, la ausencia de estos puntos negros en el corte del tallo tampoco es indicativo de planta sana, como hemos podido demostrar observando la presencia de hongos en el xilema y en la médula del patrón, en plantas "aparentemente" sanas de Richter y Paulsen, utilizando técnicas de microscopía electrónica de barrido. Estas investigaciones han sido realizadas para nuestra empresa por el

equipo de investigadores de la Universidad de Murcia que a través de contratos colabora con Agrométodos desde 1991. Otros síntomas frecuentes y de fácil observación son:

- el diámetro del tronco del porta injerto suele ser reducido y generalmente más estrecho que el de la variedad injertada.
- el callo puede quebrarse fácilmente.
- los troncos suelen ser aplanados y al final en los de los porta injertos se desarrolla una fisura característica, hasta el punto que esta enfermedad ha sido conocida en Francia desde hace mucho tiempo como "enfermedad de la fisura".
- en las secciones longitudinales de tallo y raíz aparecen con frecuencia unas características vetas oscuras en la madera.

El diagnóstico es muy difícil y en la mayoría de los casos hay que recurrir a complejas técnicas de laboratorio basadas en la determinación del ADN de los patógenos para poderlos identificar. Por otra parte, la presencia de los mismos va generalmente acompañada de una serie de alteraciones fisiológicas que agravan los efectos de la enfermedad. Entre estas alteraciones debemos destacar la formación de tilosas (estructuras globosas de bloqueo) y





agregados en el xilema que dificultan o impiden el flujo normal de agua a la parte aérea de las plantas produciendo su desecación y la paralización del crecimiento. La formación de tilosas se produce por una invaginación de las paredes de los vasos del xilema, invadiendo el espacio interior de los mismos con parte de las células que los rodean.

Los estudios realizados en este sentido por Agrométodos y el Departamento de Fisiología Vegetal de la Universidad de Murcia, han puesto de manifiesto que la presencia de hongos vasculares en el interior de la planta es la posible causa de estas alteraciones. La planta reacciona a la presencia del hongo vascular formando tilosas y agregados para impedir su avance, pero al mismo tiempo este

la imposibilidad de luchar contra esta enfermedad mediante tratamientos fungicidas, incapaces de acceder al interior de la planta.

De acuerdo con los estudios realizados por la Universidad de Davis y presentado en el último congreso de enfermedades de tronco en viña, celebrado en Nueva Zelanda en Febrero de 2.003, tampoco han resultado efectivos los **tratamientos con agua caliente (51°C) de la madera en dormición** para la erradicación de los patógenos fúngicos responsables del decaimiento de la viña joven

Los tratamientos de **lucha biológica** con el hongo *Trichoderma harzianum* tampoco aportan solución al problema, como ha quedado demostrado

contra las enfermedades vasculares en este cultivo: los tratamientos con el producto *Brotomax* para incrementar las **autodefensas naturales de las plantas**, es decir, sus mecanismos de resistencia a patógenos, por modulación metabólica de sus polifenoles.

El concepto es muy sencillo de explicar: la planta tiene sus propias sustancias de autodefensa (los polifenoles) que son verdaderamente activas frente a estos, y otros, hongos vasculares. La aplicación de *Brotomax* estimula la biosíntesis de estos compuestos en las plantas tratadas y por tanto **aumenta la capacidad antifúngica y/o fungistática** de las mismas (inducción de autodefensas).

Los polifenoles también intervienen el mecanismo de lignificación de la planta, por lo que la aplicación del producto mejora la formación de madera, lo que es de suma importancia para este tipo de enfermedades. Cuando plantas del porta injerto SO4 afectadas por la enfermedad de Petri fueron tratadas con *Brotomax* (tres tratamientos al 0,3% durante un año) se observó claramente una reactivación en el desarrollo vegetativo y radicular de dichas plantas con respecto a las plantas control, con la particularidad que las nuevas raíces y los tallos **no mostraban obstrucción del xilema**, es decir no se habían formado tilosas.

Por otra parte el análisis por microscopía electrónica no reveló la presencia de hongos en el interior del xilema y por el contrario las nuevas raíces formadas en las plantas control presentaron la sintomatología característica de la enfermedad de Petri.

Se recomiendan los tratamientos con el producto "Brotomax" para incrementar las autodefensas naturales de las plantas

mecanismo provoca la interrupción del flujo de savia bruta en el xilema.

Métodos de lucha contra la enfermedad

En estos estudios también se han puesto de manifiesto la presencia de formas de resistencia de los hongos en el interior de la médula, que explican

en los últimos estudios realizados por diferentes especialistas.

En el congreso de Lisboa de septiembre de 2001, AGROMETODOS, en base a las investigaciones realizadas desde hace más de 10 años en diferentes cultivos y más recientemente en viña, presentó una comunicación que abría un nuevo camino para luchar

Vinoteca Al_Qatar de Madrid

VINOTECA AL_QATAR (C/Isabel Tintero, 1) es un establecimiento dedicado exclusivamente a la comercialización de vinos españoles, siendo una de nuestras mayores prioridades acercar al consumidor final este inmenso mundo cultural en sus facetas más significativas: histórica, social, gastronómica, sanitaria,... Para conseguir estos objetivos rotamos mensualmente distintos grupos de Denominaciones de Origen, de los que facilitamos a nuestros clientes degustaciones gratuitas de seis vinos elegidos por su excelente relación calidad/precio. Al mismo tiempo, insertamos esta información en nuestra página web (www.alqatar.com), con las fotografías de las botellas, notas de cata y precio. Impartimos seminarios de iniciación a la cata en cinco días, hora y media diaria, en los que se realizan monográficos diarios de cada tipo de vino (blancos, rosados, tintos, generosos y cavas), con una parte teórica dedicada a la elaboración, historia, servicio... y otra práctica, en la que se catan cuatro vinos españoles con comentarios sobre su maridaje más adecuado.

Exclusivamente para alumnos, organizamos presentaciones de bodegas en nuestro local, en las que, además de escuchar las explicaciones del enólogo sobre la historia de la bodega y métodos de elaboración, se realizan las valoraciones de sus vinos más significativos, tanto por los asistentes, como por los cuatro socios de la Vinoteca, ya que es norma estricta de la Empresa no comercializar vinos que no hayan sido catados previamente.

Como entendemos que el maridaje es un arte, o ciencia, en franca evolución y que va cobrando día a día la impor-

tancia que merece, organizamos semanalmente, en colaboración con el Restaurante La Raclete de Madrid, cenas en las que se combinan lo más perfectamente posible los cuatro platos elegidos por el cocinero con los cuatro vinos propuestos por nosotros. Antes de cada plato explicamos a los comensales las características organolépticas del vino y el porqué de su elección.

Con todas estas propuestas, hemos conseguido que nuestros clientes no vengan a nuestra Vinoteca solamente a comprar vino. De hecho, en Vinoteca Al_Qatar se habla de vino, se comentan las novedades del mercado, se "discute" sobre qué vino le va mejor a un plato,...En resumen, hemos conseguido crear un espacio donde el cliente/alumno viene relajado a moverse y respirar entre vinos.

En cuanto a nuestra implicación con los productos de la D.O. LA MANCHA, creemos sinceramente que



tenemos una relación muy especial: el mes de febrero se dedica a potenciar el conocimiento de sus vinos en nuestras distintas vertientes: degustaciones gratuitas, seminarios de cata, presentaciones de bodegas y cenas de maridaje. También, nuestro escaparate refleja motivos decorativos, información y mapas de su región.

AGRADECIMIENTO

No queremos dejar una vez más de agradecer a su Consejo Regulador que nos distinguiera con el accésit a la segunda mejor tienda especializada en potenciar los vinos de su D.O.

AO

VINOTECA AL_QATAR

Isabel Tintero, 1 - 28005 Madrid
Tel.: 913540191 - Fax: 913540192

Nuestras catas del mes



Planes de Pensiones

Mejore su futuro en todos los sentidos



Música para sus oídos
y todo un regalo para sus ojos

**Contrate un Plan de Pensiones
antes del 30 junio y conseguirá gratis un
home cinema con DVD o un radio despertador**

Bases de la promoción en el interior de la oficina.

