

Consejo abierto

Revista del C.R. "La Mancha" nº 51, abril de 2006



El Vino y la Fiesta Nacional se dan la mano durante los II Encuentros Taurinos

"Bacchus": Un Programa para conseguir El Inventario y La Gestión de la superficie de Viñedo

Siguen las investigaciones para la elaboración de Vinagre de Vino con la etiqueta de La Mancha

Asumir una importante política de marcas, es una tarea de las bodegas para conquistar el mercado

LOPI
CANITO
06



AO Adhesivos Orcajada

Diseño y Fabricación de Etiquetas Adhesivas



Certificado ISO 9001 por



ESPMDD003490

Polígono Industrial La Serreta • C/. Arrecife y Jamaica, Zona 4.
Teléfono: 968 64 46 00 • Fax: 968 64 47 74 • Fax Dpto. Diseño: 968 61 21 23
www.adhesivos-orcajada.es • e-mail: orcajada@adhesivos-orcajada.es
30500 MOLINA DE SEGURA (Murcia)



Gruart La Mancha, S.A.



C/ Bota, 4 Pol. Ind. 13300 Valdepeñas (C. Real)
Telf. 926 32 49 50 · www.gruartlamancha.com
Fax 926 31 15 15 · gruartmancha@interbook.net



JOYAS PARA EL VINO

"ÚNICA EMPRESA EN CASTILLA LA MANCHA QUE,
SIENDO FABRICANTE DE SUS TAPONES DE CORCHO,
GARANTIZA LA TRAZABILIDAD DE LOS MISMOS,
DESDE EL CAMPO A LA BODEGA."

Noticias Breves	4
Colaboración UCLM Variabilidad vitivinícola mediante redes inalámbricas	8
Nuestros Vinos Novedades	12
Noticias de bodegas Políticas de marcas	14
Exposición Colección de pintura del Vino	18
Tierra de viñedos Las D.O. recibirán financiación	20
Premios Vinos Manchegos galardonados	21
Actividades	24

Foto portada:
Cartel II Encuentros Taurinos
D.O. La Mancha
Autor: López Canito



Consejo abierto Staff

Edita

C.R.D.O. La Mancha

Presidente

Gregorio Martín-Zarco
López Villanueva

Secretario

Alfonso Alonso Ramos

Redacción y Coordinación

Consejo Regulador

Administración

Avda. Criptana, 73
13600 Alcázar de San Juan
Tel.: 926 541 523
Fax: 926 588 040

E-mail: consejo@lamanchado.es.

Imprime

Lozano Artes Gráficas S.L.
E-mail: info@lozanoag.es

Depósito Legal

CU-224-1997

“Promociones de los Vinos”

El Consejo Regulador de la Denominación de Origen La Mancha continúa desarrollando el Plan de Promoción de sus Vinos, cuya estrategia fue definida hace ya cuatro años, con un proyecto que se elaboró a largo plazo, para asentar la imagen de los Vinos de La Mancha en el público en general. Recordamos que se trata de que los Vinos de La Mancha sea un producto reconocible por el público, que a la hora de recitar productos vitivinícolas, el Vino de La Mancha, sea el primero que a cualquiera le viene a la cabeza, tal y como ocurre con otras denominaciones de origen. Esto conlleva de un esfuerzo importante, económicamente hablando, pero sobre todo paciente porque es una labor de constante permanencia en los medios de comunicación.

El proceso que se ha llevado a cabo cumple este año su paso del ecuador. Hace ya cuatro años de la última composición del Consejo que tomó el acuerdo de realizar un cambio de imagen corporativa e iniciar esa campaña agresiva de Marketing y Promoción de Vinos, en la que nos encontramos. Primero con criterios genéricos, durante los cuatro primeros años para ir variando el proyecto y pasar a genérico-marquista los tres años siguientes, y exclusivamente marquista el octavo año. Estamos en la primera parte de un camino que consideramos necesario ya que entendemos que ese período de tiempo es el prudencial para nuestro objetivo: consolidar la imagen de marca de la Denominación de Origen La Mancha. Veamos como hemos ido desarrollando esta tarea y en qué punto nos encontramos:

- El primer año se realizó el cambio de Imagen Corporativa del Consejo con una Campaña de Publicidad en todos los medios de comunicación (prensa, radio y televisión) para indentificar nuestro producto.
- El segundo año realizamos una intensa Campaña de Publicidad siguiendo los criterios de los embotelladores, según la situación del vino en el mercado, por eso se distribuyó la campaña publicitaria en Andalucía, Comunidad Valenciana, Madrid y Castilla La Mancha, con unos presupuestos en torno a 900.0000 euros anuales de recursos propios en un 70%, y el resto proveniente de Convenios con Diputaciones Provinciales y Entidades Financieras.
- El tercer y cuarto año (en el que ya nos encontramos) se invirtieron presupuestos de características similares, según el siguiente reparto, que nos ha dado un reconocimiento importante a la Denominación de Origen, con un crecimiento constante en nuestro comercio, próximo al 10% por año.



La reflexión que debemos plantearnos hoy, es que en el momento de aprobar este Plan, al que más y al que menos se nos hacía eterno el camino. Hoy, justo a la mitad, estamos consiguiendo datos que no eran imaginables entonces. Todo parece señalar que a mitad del recorrido, los indicadores empiezan a dar resultados. Hoy podemos referirnos al Vino de La Mancha en cualquier mercado, en cualquier restaurante, sin necesidad definir o identificar nuestro producto, porque ya es algo conocido, son vinos que en el mundo de la Sumillería son tenidos en cuenta y, sobre todo, que estamos logrando que al cliente más exigente se le oferte una gama de vinos sin el complejo que hasta hace poco tiempo podía tener el profesional. Ofrecer el Vino de La Mancha hoy, es ofrecer un producto de calidad que no es desconocido. Hoy, ya sobran las explicaciones, pero la tarea debe continuar.

Las bodegas de La Mancha se interesan por los Nuevos Sistemas de Filtrado para el Vino

El Consejo Regulador ha organizado una importante jornada técnica sobre calidad



Representantes de medio centenar de bodegas acogidas a la Denominación de Origen La Mancha han asistido a la jornada técnica que ha organizado el Consejo en colaboración con el grupo SETA Vin, especializado en la filtración de vino.

La jornada ha estado dirigida a los directores técnicos y responsables del departamento de calidad de las distintas bodegas que recibieron un pormenorizado estudio sobre las nuevas tecnologías en filtración con membranas para los vinos. El

director técnico del grupo SETA Vin, Luis Castellanos, expuso las ventajas en la aplicación de estas nuevas técnicas de filtración, tanto para vinos como mostos y otros líquidos derivados de la uva.

La segunda conferencia ha estado dedicada a la exposición de nuevas normas de calidad que exige la Comunidad Europea en lo que se refiere a la seguridad alimentaria, área en la que las bodegas han demostrado su interés de cara a aplicar las modificaciones precisas en el proceso elaborador. El director de LIEC expuso todas las novedades legales que existen en esta materia, asesorando a los presentes sobre los medios para salvaguardarlas y la consecución de los certificados pertinentes de calidad.

La jornada ha finalizado con una cata comentada de vinos envejecidos en barricas de diferentes robles, como el americano, el europeo y el llamado francés, a cargo de Jorge Maldonado, que fue el encargado de dirigir esta cata, en la que los participantes comprobaron las diferencias que ofrecen los vinos según el tipo de roble en el que han envejecido.

Dos Medallas de Oro y seis de Plata para los Vinos de La Mancha en BACCHUS 2006

La Calidad por encima de todo

La calidad de los vinos de la Denominación de Origen La Mancha ha sido reconocida con dos premios Bacchus de Oro y seis premios Bacchus de Plata. Distintas bodegas y distintos vinos de esta denominación de origen de calidad han sido objeto este año del reconocimiento de este prestigioso certamen Bacchus 2006.

En la categoría de oro, las bodegas galardonadas han sido Bodegas Viñasoro SL, con el **Viñasoro Rosado Cabernet Sauvignon 2005**, y la Cooperativa Nuestra Señora del Rosario-Bodegas Campos Reales, con **Heredad de Loza Crianza** de 2002.

En la categoría de plata, los galardones han sido para Bodegas Leganza, con **Finca Los Trenzones**, de 2004; Cooperativa Nuestra Señora del Rosario-Bodegas Campos Reales, con **Canforrales Clásico** (tinto), de 2005, Cooperativa Nuestro

Padre Jesús del Perdón, con **Yuntero** (blanco); Sociedad Cooperativa Cristo de la Vega, con **El Yugo**, de 2003; Vidal del Saz Rodríguez, con **Vidal del Saz Rosado**, y Vinícola de Tomelloso, con **Torre de Gazate Crianza**, de 2002.

Bacchus es el concurso más importante de vinos de calidad que se celebra en España. Este año, en el que ha celebrado su séptima edición, de nuevo el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación ha confiado en la experiencia de la Unión Española de Catadores para la organización del concurso, que ha tenido lugar entre el 18 al 21 de marzo de 2006. Bacchus 2006 ha estado patrocinado, al igual que en anteriores ediciones, por la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV), la Unión Internacional de Enólogos (UIOE) y la Federación Mundial de Grandes Concursos Internacionales de Vinos y Espirituosos (VINOFED).



El Consejo Regulador de La Mancha empieza a formar a los Nuevos Catadores que darán el visto bueno a los Futuros Vinos

Aplicando la nueva normativa de calidad de los vinos

El Consejo ha iniciado ya los trabajos de formación para crear un grupo de catadores que conformen el nuevo panel de la interprofesión de La Mancha, dando así cumplimiento a lo establecido en la Ley de la Viña y el Vino de Castilla – La Mancha y la normativa europea de calidad Iso-17020.

El nuevo panel tendrá la acreditación correspondiente de la Consejería de Agricultura, por lo que será también uno de los que estén integrados en el Instituto de la Vid y el Vino de Castilla – La Mancha (IVICAM). El periodo de formación termina al final del verano, con lo que los treinta y dos nuevos catadores estarán listos para las catas correspondientes de la vendimia de 2006.

El Consejo ha querido formar un Panel que refleje la realidad de los agentes que intervienen en el mercado del vino, por lo que en él está representado el sector vitivinícola con productores, bodegueros y técnicos cualificados, consumidores, hostelería y medios de comunicación, de forma que la calificación de calidad de los vinos de La Mancha sea un fiel reflejo de los paladares que se van a encontrar en su destino final.

En la primera sesión de trabajo, en la sala de catas del Consejo se dio el diagnóstico de calidad a diversos vinos, después de intervenir el presidente del Consejo Regulador, Gregorio Martín



– Zarco, que saludó a los treinta y dos nuevos catadores y explicó las novedades que está experimentando el sector en lo que a normativa legal se refiere. Diversas variedades fueron objeto de esta primera cata que estuvo dirigida por el Portavoz de la Comisión de Control de Calidad, acompañado de los Técnicos del Consejo. A partir de ahora y hasta septiembre, los treinta y dos nuevos catadores se distribuirán en cuatro grupos de trabajo que continuarán llevando a cabo diversas catas, hasta la nueva campaña.

Continúan los trabajos de investigación de vinagre de vino con la etiqueta

Según se establece en un nuevo convenio con la Universidad



La Universidad de Castilla – La Mancha va a realizar un trabajo de investigación que establecerá los parámetros químicos y sensoriales que definan la calidad de los vinagres de vino producidos en la zona vitícola acogida a la Denominación de Origen La Mancha, de cara establecer la calidad mínima necesaria en la elaboración de este producto.

Así ha quedado establecido en el convenio que regula la colaboración entre la Universidad de Castilla – la Mancha y el CRDO La Mancha en el que se establece que el Departamento de Tecnología de los Alimentos, que dirige la profesora María Soledad Pérez Coello

analizará las muestras de vinagre de vino de La Mancha que le proporcione el CRDO de las distintas bodegas interesadas de manera que el próximo mes de junio se podrá contar con un informe parcial de los parámetros que deberán incluirse en la futura Denominación de Origen Mancha de vinagre.

Este convenio de colaboración entre los dos organismos viene a completar el trabajo encargado por el Consejo Regulador a la Universidad para conocer las características de los vinagres producidos en esta zona y saber si éstas son lo suficientemente singulares para abrir un mercado de calidad a un nuevo producto acogido a esta Denominación de Origen.

Investigación para la elaboración de una Denominación de Origen de calidad de La Mancha

Este primer trabajo de investigación dejó patente que las muestras de vinagres analizados cumplen sobradamente los parámetros de calidad exigidos por la legislación vigente y son enormemente competitivos en el ámbito comercial, según se desprende también en las catas realizadas por la Universidad.

El informe de este primer trabajo ha dejado patente que los vinagres manchegos son especialmente valorados por sus atributos aromáticos y gustativos en comparación con otros que ya están presentes en el mercado. Se trata por tanto de un producto que cuenta con la calidad necesaria que exige el consumidor y al tiempo una singularidad que le caracteriza, por lo que se hace necesario llevar a cabo un nuevo trabajo de investigación para establecer los parámetros en los que se debe mover el nuevo producto para ser amparado por esta Denominación de Origen, dado el interés demostrado por las bodegas de La Mancha en

que este producto alimentario que muchas de ellas producen cuente con el correspondiente etiquetado de calidad.

Este nuevo trabajo de investigación establecerá el escrupuloso control de calidad que debe cumplirse desde la vid a la botella como ya ocurre con los vinos, definiendo todos y cada uno de los pasos y estableciendo, incluso, la manera en la que el vinagre de La Mancha debe ser presentado al público, tanto en la capacidad del recipiente como las características del envase.

Hay que destacar que hasta el momento, en la Comunidad Europea solamente existían tres denominaciones de calidad para el vinagre de vino: la del vinagre balsámico de Módena, la del vinagre de Jerez y la del Condado de Huelva, por lo que La Mancha no puede quedar fuera.



Determinación de la variabilidad vitivinícola en parcela mediante redes inalámbricas de sensores y su aplicación en viticultura de precisión: el proyecto wisevine (2005-2007) (2)

Francisco J. Montero Riquelme, Antonio Brasa Ramos, Francisco Montero García

Escuela Técnica Superior de Ingenieros Agrónomos, Universidad de Castilla-La Mancha, Albacete

Luis Orozco Barbosa, Jesús García-Consuegra, Francisco Quiles Flor

Instituto de Investigación en Informática, Universidad de Castilla-La Mancha, Albacete

REDES INALÁMBRICAS DE SENSORES

El desarrollo de micro-sensores de bajo consumo, procesadores embebidos y sistemas de transmisión inalámbricos está permitiendo el desarrollo de sistemas distribuidos aplicados, entre otros muchos campos, a la agricultura de precisión.

Existen iniciativas, en la comunidad científica internacional, enfocadas al diseño de sensores y redes inalámbricas que puedan ser instaladas fácilmente en campos de cultivo, a fin de capturar y transmitir la lectura de un gran número de parámetros, tales como, la temperatura, el nivel de humedad, la radiación solar, etc.

Uno de los mejores ejemplos para aplicar las redes de sensores es en el campo de la producción vitivinícola, ya que es necesario controlar gran cantidad de parámetros (insolación, humedad y temperatura en los viñedos, humedad del suelo a diferentes niveles de profundidad) en zonas extensas en las que es difícil (y costoso)

realizar tendidos de cable que además interferirían con las labores agrícolas. Después de esta recolección de una gran cantidad de datos, es necesario su almacenamiento en un servidor, para poder tratarlos adecuadamente, con el fin de poder tomar las decisio-

nes oportunas en cada momento, que posibiliten una mejora en la calidad de las uvas.

En la actualidad, cada vez es más habitual la utilización de las redes inalámbricas, siendo frecuente encon-

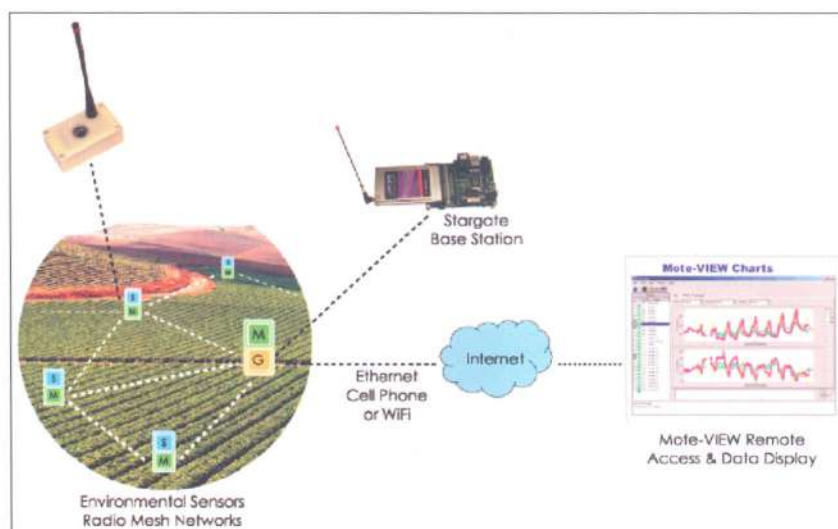


Figura 2: Esquema de configuración básica de una red inalámbrica de sensores para el seguimiento de parámetros de cultivo.

tramos numerosas aplicaciones en las que los cables han sido sustituidos por enlaces inalámbricos. Los sensores se alimentan de baterías propias y se interconectan mediante canal inalámbrico con otros sensores y estaciones base, con lo que es posible disponer de datos de alta precisión, referidos a áreas pequeñas y en tiempo real.

En este contexto, el Proyecto WISE-VINE persigue una doble finalidad. Por un lado, se pretende evaluar las ventajas de utilizar redes de sensores en el control de parámetros en un entorno agrícola (cultivo vitivinícola). Para lo cual, se evaluará su comportamiento en condiciones ambientales extremas, así como sus características de gestión de energía, reconfiguración automática bajo cambios de ubicación de sensores, fiabilidad del canal de comunicaciones, robustez de datos, confidencialidad de la información transmitida.

Por otro lado, la existencia de la red de sensores permitirá obtener datos muy precisos de la variabilidad dentro de la parcela de parámetros agronómicos que repercuten en el manejo del viñedo y, por consiguiente, en la producción final.

Las redes de sensores inalámbricas aplicadas a la viticultura de precisión permitirán integrar información procedente de fuentes diversas (agronomía, climatología edafología) a un sistema de información, accesible desde cualquier lugar a través de la red Internet. Es más, con ello, se facilitará la visualización de los datos capturados en tiempo real y con toda seguridad, a través de Internet.

Debido al gran número de factores implicados en estos estudios, el análisis y manejo de la información por medios manuales se hace prácticamente inviable. Los Sistemas de Información Geográfica (SIG) constituyen una herramienta de trabajo básica que permiten automatizar tareas relacionadas con el almacenamiento, manipulación, análisis y visualización de datos relativos a elementos que se diferencian entre sí en función de su



Figura 3: Vista aérea de la parcela experimental y disposición de los sensores.

distinta localización espacial y temporal. Los SIG existen desde hace más de 30 años, pero su expansión en nuestro campo en los últimos tiempos ha sido consecuencia del desarrollo de equipos informáticos asequibles y la tecnificación de las estructuras públicas y privadas del sector agrario. La capacidad de un SIG para integrar información, procedente de diversos orígenes y con diferentes formatos, lo hace particularmente atractivo para su utilización en la producción de vinos de alta calidad para un área concreta y totalmente monitorizada.

VARIABILIDAD EN LA PARCELA

El manejo de la cubierta vegetal del viñedo está íntimamente ligado a la influencia del microclima sobre procesos como la transpiración, la fotosíntesis y la respiración, que se llevan a cabo a través de los estomas de las hojas. La actividad estomática convierte de esta manera a la planta en un agente activo en la determinación de su propio microclima.⁷ En términos vitícolas, nos estamos refiriendo a un área concreta dentro de un viñedo, que presenta unas condiciones distintas para el desarrollo de la uva. Abarca desde la cubierta vegetal de un grupo limitado de cepas, hasta la de una sola cepa, o incluso la superficie de una sola hoja.⁸ Número-

sos trabajos científicos han estudiado la influencia del microclima en relación con la maduración de la uva.

Para realizar el mapa de la variabilidad existente en una parcela se recurre a mediciones de determinados parámetros físicos, en puntos representativos georreferenciados, mediante los sensores. A partir de dicha colección de puntos, se delimitan superficies de terreno que posibiliten la mejor interpretación de los datos y faciliten la consecución de las estrategias de manejo de cultivo adecuadas. Cabe esperar, hasta un límite, que la precisión del mapa de variabilidad esté directamente relacionada con lo tupido de la red de puntos.

Esto es importante por dos motivos. En primer lugar, teniendo en cuenta los objetivos de producción específicos (rendimiento, calidad del vino, tipo de vino, etc.), la Viticultura de Precisión correlaciona el manejo del viñedo con la capacidad productiva del terreno en donde se ubica y no individualmente a cada cepa que contiene. Como el terreno varía de forma continua y es en sí mismo una superficie, se considera más práctico una descripción de la productividad sobre esa superficie que sobre mediciones discretas en puntos aislados.⁹



Figura 4. Estación agroclimática en el interior de un viñedo de Castilla-La Mancha

En segundo lugar, prácticamente ninguna decisión relacionada con la gestión del viñedo se toma en base a cepas individuales, por lo que cualquier aproximación a la ayuda en la toma de decisiones es más efectiva a nivel de zonas que a nivel de cepa concreta.

OBJETIVOS DEL PROYECTO WISEVINE

Los objetivos de este proyecto tienen dos ejes de actuación. Desde el punto de vista agronómico, la caracterización y seguimiento de la variabilidad agronómica de una parcela de vid mediante la monitorización a través de redes inalámbricas de sensores, capaces de medir parámetros implicados en la producción de uva de calidad.

De otra parte, se pretende investigar aspectos de ingeniería informática necesarios para mejorar las prestaciones de operación de las redes de sensores inalámbricas y su integración, en un sistema de información distribuido.

LOCALIZACIÓN

Para la realización del proyecto, se dispone inicialmente de una parcela de ensayo aportada por empresa *Bodegas y Viñedos Sánchez-Muliterno*, en El Bonillo, Albacete, en la que ya hay instaladas dos estaciones meteorológicas de la Universidad de Castilla-La Mancha, por lo que se dispone de datos históricos, que posibilitarán una evaluación fiable de los datos obtenidos.

La segunda parcela experimental se encuentra en la plantación de viñedos ubicada en los términos municipales de Manzanares y Daimiel (V.R.D.O. "La Mancha") con objeto de evaluar y validar el comportamiento de la red en distintos entornos geográficos, sometidos a distintas condiciones ambientales y radioeléctricas.

También participa en este proyecto la empresa de ingeniería INGEALTEC. Esta empresa de reciente creación, cuenta ya con un certificado de calidad concedida en base a su recono-

cida experiencia en proyectos innovadores en el sector agrícola y medio ambiente.

DISEÑO EXPERIMENTAL

A nivel de viñedo, la producción depende fundamentalmente de dos factores: localización de las viñas y gestión agronómica. De entre los primeros, el clima es probablemente el elemento que más condiciona en relación con la situación geográfica de la parcela, ya que, la mayoría de los condicionantes climáticos (temperatura, período libre de heladas, humedad y radiación incidente) resultan altamente costosos de controlar, con la excepción de las bajas precipitaciones, que se compensan mediante el riego. La sensibilidad de la calidad vitivinícola a acontecimientos climáticos adversos varía con la etapa fenológica del cultivo.

La temperatura, particularmente en el mes previo a la maduración, juega un papel importante en el tipo de producción de vino. Generalmente,

cuanto menor es la fluctuación de temperaturas alrededor de la media, mejores características en cuanto a sabor, aroma y pigmentación para un determinado nivel de maduración. Sin embargo, la utilización de temperaturas por sí solas para discriminar cómo afecta climas locales al desarrollo de la vid puede conducir a conclusiones desacertadas.

La radiación solar en las zonas vitícolas de Castilla-La Mancha no es un factor limitante del cultivo. En términos generales, a mayores niveles de radiación, tanto en intensidad como en duración, mayor rendimiento, acidez y/o contenido en azúcares, y menor cantidad de área foliar requerida para el cultivo. Sin embargo, frecuentemente los altos niveles de radiación vienen acompañados de variabilidad térmica y niveles bajos de humedad relativa, por lo que es conveniente un manejo apropiado de la cubierta para evitar la exposición excesiva o deficiente a la radiación solar.

La humedad relativa del aire influye en la calidad de la uva, de manera que niveles muy altos o muy bajos afectan negativamente al desarrollo del fruto. Una humedad relativa baja origina un cierre estomático incluso aunque la humedad del suelo sea suficiente, un aumento en la concentración de potasio

en las uvas y, como consecuencia, una disminución de la acidez, y por tanto de la calidad del mosto.¹⁰

El diseño experimental consiste en 22 puntos de muestreo dispuestos en distintas zonas de la parcela, con el objetivo de intentar representar al máximo la variabilidad de los parámetros citados. En cada uno se colocan sensores a tres niveles de altura: en la superficie del suelo, junto a la cepa; por debajo de la cubierta vegetal, próximo a los racimos; y, en la parte superior de la cubierta vegetal.

La Universidad de Castilla-La Mancha cuenta con una red de estaciones agroclimáticas que está siendo utilizada con carácter científico e incluso divulgativo en actividades de investigación agronómica, servicio de asesoramiento de riegos y numerosos proyectos de I+D+i. Estas estaciones están dotadas de instrumentos de medida de parámetros agroclimáticos y de suelo, de las unidades de adquisición y tratamiento de datos y del equipo de transmisión de datos. Para la validación y comparación de las mediciones de los sensores de la red inalámbrica experimental, se pretende aprovechar la información suministrada desde 1994 por las estaciones más próximas a las parcelas de muestreo, las localizadas en El Bonillo, Albacete, y en

Tomelloso, Ciudad Real.

RESULTADOS ESPERADOS

Aunque el desarrollo de la viticultura de precisión es reciente, ya existen numerosas evidencias de que se trata de una herramienta valiosa de ayuda a ciertas prácticas agrícolas (vendimia sectorizada, fertilización y riego). Algunos investigadores reconocen que es difícil establecer aún si la viticultura de precisión se limita sencillamente a determinar cuantitativamente lo que cualitativamente ya se conocía bajo el esquema tradicional del terroir, o realmente pone de manifiesto relaciones que no se habían descubierto con anterioridad. Lo cierto es que estas nuevas tecnologías, que podrían revolucionar la moderna viticultura, van a permitir al viticultor acumular información muy detallada sobre las complejas relaciones entre las propiedades del suelo, las relacionadas con el vigor de la cepa, el microclima de la cubierta vegetal y la calidad del vino.

Como valor añadido, las posibilidades de extender estas redes inalámbricas de sensores a camiones y remolques utilizados en el transporte, bodegas o lugares de almacenamiento de la cosecha, abren la posibilidad de capturar y seguir las condiciones ambientales durante todo el proceso de producción.

¹ Forrester, P. 2000. The Global Encyclopaedia of Wine. Raincoast Books, Vancouver, 31-38.

² Arlandini, A., Faustini, R. 1984. Relationship: quality-origin in the regulations of the denomination of wine in different EEC countries. Bulletin de l'O.I.V. 57: 408-419

³ Bramley, R.G.V., Williams, S.K. 2001. A protocol for the construction of yield maps from data collected using commercially available grape yield monitors. Cooperative Research Centre for Viticulture, Adelaide, Australia.

⁴ Goode, J. 2004. Precision viticulture. Wine International, <http://www.wineint.com>.

⁵ Bramley, R.G.V. 2001. Progress in the development of precision viticulture: Variation in yield, quality and soil properties in contrasting Australian vineyards. Precision Tools for Improving Land Management (Eds. L.D Curry y P. Loganathan). Occasional Report No. 14. Fertilizer and Lime Research Centre, Massey University Palmerstone North, 25-43.

⁶ Cook, S.E., Bramley, R.G.V. 1998. Precision agriculture: Opportunities, benefits and pitfalls. Australian Journal of Experimental Agriculture, 38: 753-763.

⁷ Brasa, A.; Montero, F. J.; de Juan, J. A. 2001. El papel de la cubierta vegetal. Desertificación y Agricultura. Ediciones Mundi-Prensa, Madrid, 163-176.

⁸ Smart, R.E., 1985. Principles of grapevine canopy microclimate manipulation with implications for yield and quality. A review. Am. J. Enol. Vitic. 36: 230-239.

⁹ Lamb, D.W., Bramley, R.G.V. 2001. Managing and monitoring spatial variability in vineyard variability. Natural Resource Management 4, 25-30.

¹⁰ Taylor, J.A. 2004. Digital Terroirs and Precision Viticulture: Investigations into the application of information technology in Australian vineyards. PhD Thesis, Australian Centre for Precision Agriculture, Faculty of Agriculture, Food and Natural Resources, The University of Sydney, New South Wales, Australia.

¹¹ Senchuk, I.V. 2003. Elucidation of Terroir using Chemical and Sensory Descriptive Analyses of Ontario Riesling, Undergraduate Thesis, Cool Climate Oenology and Viticulture Institute, Department of Biological Sciences, Brock University, St. Catharines, Ontario, Canada.

Nueva Marca

TIERRAS DE CAZAR

Corza de la Sierra Soc. Coop. de CLM
Maestro Lara, 65
13345 Cózar, Ciudad Real
Tel.: 926 36 51 25
Fax: 926 36 52 87
cozar@ucaman.es



Cencibel Roble

Fase visual: color rojo con notas violáceas.

Fase olfativa: fondo frutal y armónico de la variedad, dando paso a las notas características de la corta crianza.

Fase gustativa: amplio y estructurado con un buen final.



Nueva Presentación

VIÑA SANTA ELENA

Domecq Wines España, S.A.
Ntra. Sra. de las Nieves, 2
13720 Cinco Casas, Ciudad Real
Tel.: 926 52 90 10
Fax: 926 52 60 34
info@domeqwbodegas.com
www.domeqwbodegas.com



Tinto 2005

Fase visual: color rojo granate con tonos violáceos.

Fase olfativa: agradables notas frutales.

Fase gustativa: carnosos y elegante en boca.



Nueva Crianza

AL SUR

Vinícola de Tomelloso S.C.L.
Ctra. Toledo-Albacete km 130,8
13700 Tomelloso, Ciudad Real
Tel.: 926 51 30 04
Fax: 926 53 80 01
ventas@vinicolatomelloso.com
www.vinicolatomelloso.com



Cencibel-Cabernet Sauvignon Crianza 2002

Fase visual: color rojo intenso.

Fase olfativa: junto con los aromas de las variedades que lo conforman, se aprecian notas de madera de roble.

Fase gustativa: paso de boca goloso y persistente, manteniendo un retrogusto suave y vivo, resultado de su cuidada crianza.

Nueva Presentación

DELMIO

Bodegas Juan Ramón Lozano, S.A.
Avda. Reyes Católicos, 156
02600 Villarrobledo, Albacete
Tel.: 967 14 19 07
Fax: 967 14 58 43
www.bodegas-lozano.com
c.nacional@bodegas-lozano.com



Garnacha 2005

Fase visual: intenso color rojo-ciruela, con ribete rubí.

Fase olfativa: frutal con aromas a bayas negras.

Fase gustativa: suave, intenso dulces taninos y varietal.



Nueva Presentación

TIERRAS DEL QUIJOTE

Hnos. Alberca Martínez, S.L.
Paloma, 60
13610 Campo de Criptana
Ciudad Real
Tel.: 926 56 53 30
Fax: 926 56 30 73



Airén

Fase visual: color pálido amarillento.

Fase olfativa: aromas frutales y afrutados.

Fase gustativa: ligero, fresco y equilibrado.

Nueva Presentación

DON ANTONIO DEL AGUILA

Bodega Antonio del Águila Goicochea
Noblejas, 5
45311 Dosbarrios, Toledo
Tel.: 925 13 70 67
Fax: 925 13 70 20



Crianza 2002

Fase visual: limpio y brillante, de color rojo cereza intenso.

Fase olfativa: notas a frutas maduras, con tostados bien integrados.

Fase gustativa: sabroso, muy estructurado con amplio postgusto.

Nueva Añada

VEGAGIL

Bodega Trinidad Fuentes, S.L.
La Torre, 53
13750 Castellar de Santiago
Ciudad Real
Tel.: 926 34 03 60
Fax: 926 34 03 60
bodegasfuentes@vodafone.es

Airén 2005

Fase visual: amarillo pajizo con borde dorado, limpio y brillante.
Fase olfativa: aromas agradables y delicados a frutas propias de la variedad Airén.
Fase gustativa: fresco, sabroso y frutal.



Nueva Varietal

TOMILLAR

Coop. Virgen de las Viñas
Ctra. Argamasilla, s/n
13700 Tomelloso, Ciudad Real
Tel.: 926 51 08 65
Fax: 926 51 21 30
www.vinostomillar.com
atencion.cliente@vinostomillar.com

Macabeo 2005

Fase visual: color pajizo verdoso.
Fase olfativa: aromas finos que recuerdan a fruta fresca, notas florales y tropicales.
Fase gustativa: carnosos y largo en el retrogusto.



Nueva Añada

VIÑAS DE RIBOCHE

Coop. El Remedio
Ctra. Cabezamesada, s/n
45370 Santa Cruz de la Zarza
Toledo
Tel.: 925 14 32 33
Fax: 925 14 32 33
elremedio@ucaman.es

Tempranillo 2005

Fase visual: intensidad media alta con tonos grosellas y frutos rojos.
Fase olfativa: limpio con aromas a frutos rojos de resultado goloso.
Fase gustativa: sensación gustativa dulce y ligeros taninos agresivos, dando un retrogusto frutoso con acidez equilibrada.



Nueva Crianza

YUGO

Bodegas Crisve (Coop. Cristo de la Vega)
Gral. Goded, 6
13630 Socuéllamos, Ciudad Real
Telf.: 926 53 03 88 / 926 53 05 46
Fax: 926 53 00 24
www.bodegascrisve.es
crisve.vega@interbook.net

Crianza Tempranillo 2003

Fase visual: color rojo rubí con reflejos de cereza.
Fase olfativa: intenso aroma de frutas rojas con los aromas aportados por la barrica.
Fase gustativa: estructurado, retrogusto suave y vivo, resultado de su cuidada crianza.



Nueva Varietal

DON OCTAVIO

Vinícola de Villarrobledo, S.C.L.
Ctra. de Munera, km. 0'5
02600 Villarrobledo, Albacete
Tel.: 967 14 01 93 / 967 14 02 76
Fax: 967 14 66 57
www.vinicolavillarrobledo.com
info@vinicolavillarrobledo.com

Syrah 2005

Fase visual: limpio y brillante con color rojo granate con alegres reflejos violáceos.
Fase olfativa: franco, destaca la fruta del bosque muy bien integrada con delicadas notas a regaliz.
Fase gustativa: sabroso, bien estructurado y con un postgusto que enriquece el paladar en expresivos matices.



Nueva Reserva

GUADIANEJA

Vinícola de Castilla, S.A.
Polígono Industrial, Calle 1
13200 Manzanares, Ciudad Real
Tel.: 926 64 78 00
Fax: 926 61 04 66
nacional@vinicoladecastilla.com
www.vinicoladecastilla.com

Reserva Especial 1999 Tempranillo

Fase visual: rojo picota bien cubierto.
Fase olfativa: aromas de frutas del bosque en sazón con nota envolventes especiadas.
Fase gustativa: estructurado, voluminoso y con tanino maduro que aporta un paso aterciopelado y elegante.



Política de Marcas

EUROGAP

MARKETING ESTRATEGICO Y OPERATIVO

Bertol Gorospe
Director Eurogap Madrid



Pretender que el consumidor llegue a “entender” tan bien los vinos como las propias Bodegas que los elaboran es una tarea imposible. Sólo los productores conocen con detalle las propiedades, los procesos y las diferencias técnicas entre sus vinos y otros del mercado. Ese conocimiento parcial o incompleto por parte de los consumidores hace que, en muchos casos, a la hora de la compra, se guíen por algún atributo específico que les de seguridad y respaldo a la decisión de compra tomada. Entre lo atributos principa-

les podemos destacar el precio, la Denominación de Origen del vino en cuestión y como no, su MARCA.

El precio puede ser una variante decisiva en el proceso de compra y sin duda puede serlo como distintivo de calidad. Un coche de 50.000€ podrá ser el que sea, pero seguro que es bueno. Por lo tanto un precio alto puede servir para diferenciarnos del resto y asociarnos a conceptos como el lujo, la exclusividad... Eso sí, hay que ganarse el respecto del mercado si queremos hacernos un hueco en él con precios altos y una rentabilidad adecuada para la bodega. Vamos, que no es tan fácil.

La Denominación de Origen, es la que es. Puede ser un Rioja, un Valdepeñas o un vino de La Mancha, por lo tanto no es una variable que se pueda trabajar directamente por la bodega. Aunque en el fondo, el trabajo de todas las bodegas ayuda a la mejora de la imagen del Consejo Regulador en el mercado.

Y con esto llegamos a la MARCA. Estaremos de acuerdo en que en una cata a ciegas, la marca no cobra sentido y el valor reside 100% en la calidad del producto en su consumo. Pero esta no es la realidad que nos encontramos en el mercado. Nos guste o no.

¿Se puede trabajar la marca?. Rotundamente SI. La realidad de los mercados viene a demostrar hoy en día que las empresas valen lo que valen sus marcas. Los mayores activos de las empresas no son sus edificios, inmovilizados, carteras de clientes...sino sus marcas. Y por supuesto no todas las marcas valen lo mismo. Y esto viene determinado en cier-



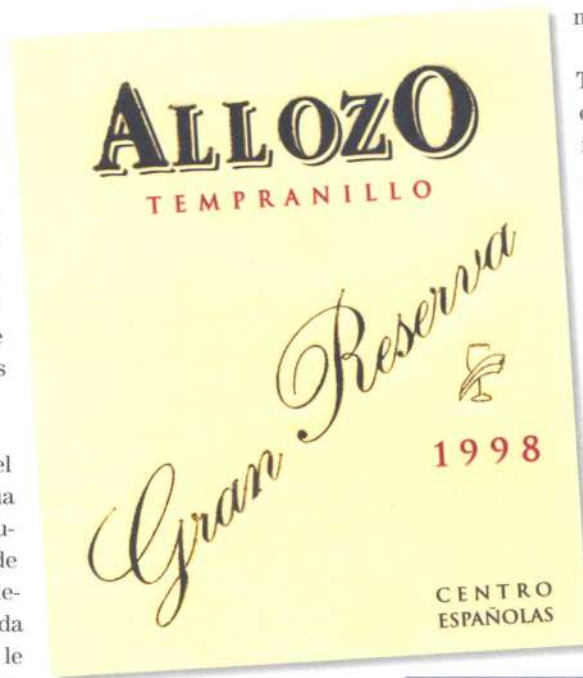
ta forma por la imagen de marca.

Es labor de todos crear marcas fuertes, reconocidas, con personalidad, que ayuden a proyectarse a sí mismas y a conseguir la rentabilidad adecuada para las bodegas. Y sobre esto tenemos mucho que aprender de otros países como Australia o Chile.

Desde la perspectiva del comprador, la marca actúa como una póliza de seguros: tiene la seguridad de que la marca comprada tiene una calidad determinada, le reportará un placer, le otorgará determinada imagen o un status social,...

La marca se convierte entonces en una de las herramientas más potentes para conseguir la venta, representando un conjunto de valores intangibles, que debidamente arraigados en la mente del consumidor, establecen una serie de vínculos comprador-marca difíciles de romper y perdurables en el tiempo.

A menudo se achaca a las bodegas españolas sus elevadas inversiones en tangibles (infraestructuras, inmovilizados, maquinaria...) y sus bajas inversiones en intangibles (marcas, marketing, comunicación...) un aspecto que bodegas francesas, por ejemplo, dominan a la perfección. Pero en



muchos casos esto es una realidad.

Tengamos en cuenta que estamos hablando de un mercado de más de 60 Denominaciones de Origen y más de 15.000 marcas. Y nos deberíamos preguntar ¿Son marcas fuertes? ¿Son necesarias todas estas marcas?

Desde la perspectiva del vendedor, la marca permite educar al comprador potencial, puede reducir ostensiblemente la importancia de la variable precio y/o ayuda a aumentar "la manga ancha" del consumidor con la Bodega.

Hoy en día se venden marcas más que productos. Éstos últimos están sometidos a modas, tendencias, evoluciones,... tienen ciclos de vida cada vez más cor-



tos, nacen y mueren con mayor rapidez, pero la marca perdura.

Si asumimos su vital importancia, no debemos tratar su definición como un tema anecdótico o banal.

Ahora las 2 preguntas claves son ¿Cómo crear marcas de éxito? y ¿Qué acciones hacer para que ésta añada valor de una forma continua a mi Bodega?.

Para definir y crear la marca de nuestra Bodega, es recomendable seguir el siguiente proceso:

- 1) **¿Es una marca simple?**. Por norma general debe ser un nombre corto, fácil, sencillo de recordar y de leer. Los consumidores no deben hacer ningún esfuerzo para identificarla.
- 2) **¿Es única?**. Hablamos de tener una marca distinta, diferente del resto.
- 3) **¿Refleja los valores de la Bodega?**. Si queremos ser el referente de tradición vinícola, modernidad, vinos de autor, ... nuestra marca (nombre, estilo, colores, fotografías,...) ha de reflejar estos aspectos. Por tanto, como paso previo, es necesario definir de forma explícita qué valores tiene, quiere o puede tener nuestra Bodega. La marca no sólo debe reflejarlos sino que además debe promoverlos y promocionarlos.
- 4) **¿Encaja con nuestro público objetivo?**. No muy moderna para público conservador. No muy tradicional para público moderno. La creación y consolidación de una marca requiere tiempo e inversión. Por tanto es importante contar con el público objetivo pero siempre teniendo en cuenta que ésta debe ser flexible (permitir la entrada de nuevos productos) y sostenible en el tiempo (que no se vuelva obsoleta pronto). Es muy caro cambiar la marca.

La simplicidad, diferenciación, su encaje con el producto y público objetivo y su consistencia, son factores claves para tener una marca sólida sobre la que establecer las políticas de producto, comunicación, etc.

La importancia de estas 4 fases es vital. Hay que evitar caer en una mala imagen de marca ya que darle la vuelta se vuelve una tarea casi imposible. Pero ¿Se puede saber que imagen tiene mi marca en el mercado? Pues sí. A través de un estudio cualitativo entre los diferentes públicos objetivos y prescriptores de mercado podemos conocer la



imagen que estamos proyectando. Es por esto que no debemos permitir que nuestra marca coja una mala imagen ya que de ser así, suele ser más recomendable comenzar de cero, con una nueva marca, antes que darle la vuelta.

En cuanto a las acciones a desarrollar para crear una buena imagen de marca, son las habituales acciones comerciales y de comunicación: lanzamientos de productos, presentaciones de bodega, asistencias a ferias, relaciones públicas... pero todas ellas teniendo en cuenta:

- La personalidad de la marca.
- Su público objetivo.

Las siguientes preguntas que nos deberíamos formular son: ¿Cómo desarrollo mi política de marca/as en los diferentes canales en los que me encuentro? ¿Utilizamos la misma marca para la bodega que para los productos? ¿Tenemos diferentes marcas para categorías de productos, canales de comercialización?

Existen diferentes posibilidades en el desarrollo de la Política de Marcas para una bodega, pero dos son las más utilizadas.

A) Una **única Marca** tanto para la Bodega como para los productos que comercializa. Es lo que se denomina "Marca Paraguas".

Tiene la ventaja de requerir un menor esfuerzo económico para su lanzamiento y mantenimiento, pero el inconveniente de aumento del riesgo ante un fallo de producto y/o gama, ya que afectaría a todo el conjunto: vinos y Bodega.

B) La otra Política consiste en el uso, por lo general, de la **Marca de la Bodega** para alguna gama de producto, suele ser la de mayor prestigio, y **otras Marcas** para el resto de gamas.

En este caso, es muy importante la división de las gamas de productos siguiendo criterios reales como: diferentes calidades de producto, canales de comercialización, zonas de comercialización, tipo de cultivo, etc...

Una vez realizada esta segmentación de productos de las gamas definidas, la asignación de marcas diferentes puede ayudar a profundizar en esa diferenciación buscada si bien también puede llevar a la saturación.

En este sentido el equilibrio es la mejor opción, sin llegar a tener un número elevado de Marcas que te impiden su



construcción y fortalecimiento, lo más adecuado es optar por una gama diferenciada pero reducida, que te permita invertir en ellas de forma ordenada creando marcas fuertes y de futuro. Más vale 2 marcas y fuertes que 6 y débiles.

Ésta es una política mucho más costosa, puesto que hay que multiplicar los esfuerzos para la promoción de las marcas, pero a su vez permite diversificar el riesgo y suele ser muy útil a la hora de evitar enfrentamientos ante los agentes de los distintos canales (Hostelería y Alimentación) de comercialización.



La colección de pintura del vi el Museo Municipal d



Hasta el próximo 26 de mayo permanecerá abierta en el Museo Municipal de Alcázar de San Juan la colección de pintura del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Vino de La Mancha, una muestra que estuvo expuesta en Aranjuez, con la colaboración de Caja Madrid, y que ahora hace lo propio el Patronato Mu-

nicipal de Cultura de este municipio manchego.

Durante el pasado mes de febrero, Caja Madrid presentó esta importante colección de pintura en su sala Espacio para el Arte, que dispone en la ciudad de Aranjuez y ahora, el Patronato Municipal de Cultura de Alcázar de San Juan ha querido colgar en su museo los 35 cuadros que conforman esta colección y que

muestran diferentes motivos relacionados con el mundo de la viña y el vino manchegos plasmados desde diferentes estilos, propios de cada uno de los artistas que en su día se hicieron acreedores de los premios de pintura instaurados por el Consejo Regulador de la Denominación de Origen La Mancha.

Dentro del epígrafe "Vino y Cultura", el Consejo Regulador de

no de La Mancha expuesta en Alcázar de San Juan

la Denominación de Origen La Mancha creó en 1994 sus premios de pintura, fotografía y literatura, hermanando así el vino con la cultura, algo que se ha ido consolidando a lo largo de todo este tiempo dando lugar a una de las pinacotecas más importantes de España en lo que a la temática vitivinícola se refiere.

Se da la circunstancia de que desde sus inicios, el Patronato Municipal de Cultura de Alcázar de San Juan, donde el Consejo Regulador tiene su sede, viene colaborando en la organización de estos certámenes de "Vino y Cultura", siendo precisamente las salas del Museo Municipal de Alcázar, el escenario en el que cada año se cuelgan los trabajos presentados en cada edición, que ya ronda el centenar de cuadros. De esta forma, los premiados anualmente son conocidos por medio de la exposición de pintura y fotografía que se abre en este centro cultural. Sin embargo, es la primera vez que el Museo de Alcázar de San Juan acoge exclusivamente los cuadros que han sido galardonados en la historia de este importante certamen artístico, que no cabe duda que está despertando el lógico o interés dentro del mundo artístico de dentro y fuera de las fronteras manchegas.



Las Denominaciones de Origen de los vinos de la región recibirán financiación para la promoción de sus productos

Los Consejos Reguladores participarán del presupuesto de la Fundación Castilla-La Mancha Tierra de Viñedos

La Fundación Castilla – La Mancha Tierra de Viñedos destinará unos quinientos mil euros de su presupuesto para la promoción de los vinos de Castilla – La Mancha, desde los propios Consejos Reguladores de calidad.

Así se acordaba en la reunión que el presidente de la Fundación Castilla – La Mancha Tierra de Viñedos, Rafael Torres, ha mantenido en la sede del Consejo Regulador de vinos La Mancha en Alcázar de San Juan con los presidentes de las distintas Denominaciones de Origen de la comunidad autónoma.

Estas acciones se enmarcan en el Plan de Desarrollo y Promoción que lleva a cabo la Fundación y en el que van a participar, además de los Consejos Reguladores de las Denominaciones de Origen, bodegas y cooperativas castellano - manchegas, que también recibirán un porcentaje del presupuesto para la promoción de sus vinos.

De esta forma se distribuye el esfuerzo necesario para la promoción de los vinos de la región, que es el objetivo fundamental de la Fundación Castilla

– La Mancha Tierra de Viñedos, una institución que nace con esta finalidad inversora para abrir el mayor número de mercados posible.

La imagen de los vinos de Castilla – La Mancha está llegando a través de la Fundación a regiones y zonas en las que no se ha oído hablar de ellos, y cuyos vinos son extraños en cualquier tipo de restaurante o punto comercial. Utilizando campañas publicitarias en distintos medios de comunicación de ámbito nacional, se pretende acabar con este silencio y llegar a todo el público.

Según informó el presidente de la Fundación, Rafael Torres, después de esta campaña nacional se llevará a cabo otra fuera de España, pero en esta ocasión bajo la marca genérica de Castilla – La Mancha Tierra de Viñedos, que estará presente en las ferias vitivinícolas más importantes del mundo.

Para el presidente de la Fundación, la promoción es el camino fundamental para abrir mercados a nuestros productos con el objetivo de conseguir mantener este importante sector económico.



PARCITANK, S.A.

CONSTRUCCIONES DE DEPOSITOS EN ACERO INOX.



Vinificadores Automáticos



Vinificadores Rotativos



Depósitos para Aceite

Crta. Tomelloso, Km. 1,8 - 02600 VILLARROBLEDO (Albacete)

Tif: 902 141 533 Fax: 967 145 875

E-mail: comercial.parcitank@polalsa.com

Web: www.polalsa.com

9.131 gracias

Una por cada día que llevamos en activo gracias a ti.



C/ Tomelloso, 18 - P.I. Larache · 13005 Ciudad Real · Teléfono 926 213 877 · Fax 926 210 934 · info@lozanoag.es

Los Vinos Manchegos consiguen tres Premios Joven Airén 2005

La Denominación de Origen La Mancha demuestra su calidad



La calidad de los vinos de la Denominación de Origen La Mancha ha sido reconocida con los tres Premios Joven Airén 2005. Distintas bodegas y vinos de esta Denominación de Origen de calidad han sido objeto este año del reconocimiento de este certamen, un concurso organizado por el gobierno regional para reconocer los mejores vinos blancos elaborados en Castilla-La Mancha a partir de esta variedad de uva de la vendimia de 2005.

El presidente de Castilla-La Mancha, José María Barreda entregaba en Torrijos (Toledo) los Premios "Joven Airén 2005". El primer premio ha sido para "Viña Recreo", de la Cooperativa San Isidro Labrador de Las Pedroñeras (Cuenca); el segundo galardón ha recaído en el vino "Lorenzete", de la Cooperativa Virgen de las Viñas de Tomelloso (Ciudad Real); y el tercer premio ha sido para "Don Octavio Airén", de Vinícola de Villarrobledo Sociedad Cooperativa Limitada de Villarrobledo (Albacete), todos ellos de la Denominación de Origen La Mancha. Además hay que destacar que de las diez marcas de calidad, previamente seleccionadas en los comités de cata, siete han sido de esta Denominación de Origen, con lo cual, los otros cuatro vinos destacados han sido "Clavelito", de Cooperativa Nuestra Señora de La Piedad de Quintanar de la Orden (Toledo); "Rezuelo", de Cooperativa Nuestra Señora del Espino de Membrilla (Ciudad Real); "Vega Córcoles", de Explotaciones y Desarrollo El Bernardo S.L. de Tomelloso (Ciudad Real), y "Yugo", de la Cooperativa Cristo de La Vega de Socuéllamos (Ciudad Real).

los tres galardones de los Airén 2005



75 cl.
11,5% Vol.



Elaborado y embotellado por:
Cooperativa San Isidro Labrador
LAS PEDROÑERAS (CUENCA)
R.E. CLM N.º 406/CU

Los vinos premiados recibirán el apoyo de la Consejería de Agricultura para su promoción comercial y podrán exhibir este reconocimiento en su publicidad propia y en su etiquetado.

Un jurado formado por somelieres, técnicos especializados, enólogos y representantes de medios de comunicación y seleccionado por el Instituto de la Vid y del Vino de Castilla-La Mancha (IVICAM) entre los mayores expertos de España ha sido el encargado de decidir los galardones de este octavo certamen que reconoce la calidad de los vinos elaborados a partir de esta variedad airén en la vendimia de 2005.

La variedad airén es la más cultivada en Castilla-La Mancha con unas 300.000 hectáreas de viñedo, lo que significa prácticamente la mitad de la superficie de producción de esta comunidad autónoma, estando recogida en las Denominaciones de Origen "La Mancha", "Valdepeñas", "Almansa", "Jumilla" y en otras de fuera de la región. Este año han sido 35 las empresas que han presentados sus vinos a este certamen.

Vino genuino, procedente exclusivamente de mosto de uva de la variedad AIREN.

Con un perfecto control de maduración de la uva en su recolección y conjugando la tradición con la tecnología más avanzada.

Genuine wine, coming exclusively from must of grape of the AIREN variety, with a perfect control of maturation of the grape at its harvest and conjugating the tradition with the most advanced technology.

Contiene sulfitos www.vinostomillar.com



El Vino y la fiesta de los Alcázar d

Importantes actividades culturales en los II Encuentros



Durante los primeros días de mayo, la sede de la Denominación de Origen del Vino de La Mancha, es el escenario de importantes actividades culturales que han conformado este año el programa de los II Encuentros Taurinos, que celebra esta Denominación después de la importante acogida que tuvo lugar el pasado año.

Exposiciones, conferencias, mesas redondas, música y teatro son algunas de las actividades que este

año han sido elegidas para la celebración de estos Encuentros Taurinos, que organiza el Consejo Regulador de la Denominación de Origen del Vino de La Mancha, de la mano de los especialistas en la fiesta nacional Enrique Garrido y el periodista Juan Miguel Núñez, dos colaboradores sin los que esta celebración no tendría la categoría que ha alcanzado.

Con un apunte taurino del artista López Canito, el cartel anunciador presenta este apretado programa que cuenta con la exposición del museo taurino "Los

Toros se dan la mano en San Juan

Taurinos de la Denominación de Origen La Mancha



Fotos: J. Arroyo

toros hace un siglo, dos siglos...”, propiedad de Juan Barco, que presenta en el patio del Consejo Regulador auténticas joyas de la historia de la tauromaquia. Este museo está arropado por la exposición de pintura taurina de López Canito, las esculturas del artista Gabriel de la Casa y las fotografías de Javier Arroyo.

La música no está ausente de este programa con la actuación de la Asociación Musical Santa Cecilia, de Tomelloso, bajo la dirección del profesor Luis Osuna Migallón. “Toreros con Denominación de Origen La Mancha” forman parte de estos Encuentros Taurinos para hablar de la situación Fiesta Nacional en esta tierra, con Manuel Amador (Albacete), José Ruiz Calatraveño (Bolaños de Calatrava), Gabriel de la Casa (Talavera de la Reina) y Curro Fuentes (Cuenca), han sido los artistas de la tauromaquia convocados a este acontecimiento, presentado por José Luis Carabias.

Pero tampoco pueden faltar en estos Encuentros Taurinos la presencia del “toro, símbolo y esencia de la Fiesta” que hace merecedor de los triunfos al maestro que se viste de luces. Para hablar de raza, encaste,





bravura o trapío, se ha organizado otra mesa redonda en la que la tertulia tiene garantizado su interés por la presencia de Cebada Gago, Dolores Aguirre, Adolfo Martín y Fernando Cuadri, con la actuación de Juan Miguel Núñez como moderador.

Este año, el nombramiento de Caballero Andante del Toreo ha recaído en la persona de Rafael Soto Moreno, conocido por todos con el nombre que le ha dado tantos triunfos: Rafael de Paula, por su plástica, hondura y sentimiento, no sólo en la plaza sino también en la calle. Rafael de Paula recibe este homenaje después del reconocimiento mundial del que ha sido

II ENCUENTROS TAURINOS DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN LA MANCHA en Alcázar de San Juan Del 2 al 6 de Mayo, 2006

MUSEO EXPOSICIONES
CONCIERTO TEATRO
MESAS REDONDAS
NOMBRAMIENTO DE CABALLERO ANDANTE DEL TOREO

Todos los días, a las **8'30** de la tarde

<p>MARTES. 2 Inauguración del MUSEO "Los Toros hace un siglo, dos siglos...", propiedad de D. Juan Barco y Exposiciones de: Pintura: López Canito Escultura: Gabriel de la Casa Fotografía: Javier Arroyo</p> <p>A continuación Concerto a cargo de la Asociación Musical Santa Cecilia, de Tomelloso Director: Luis Osuna Migallón</p>	<p>MIÉRCOLES. 3 "TOREROS CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN LA MANCHA" con Manuel Amador (Albacete) José Ruiz "Calatraveño" (Bolaños de Calatrava, Ciudad Real) Gabriel de la Casa (Talavera de la Reina, Toledo) Curro Fuentes (Cuenca)</p> <p>Presenta: José Luis Carabias</p>	<p>JUEVES. 4 "EL TORO, SÍMBOLO Y ESENCIA DE LA FIESTA" con Cebada Gago Dolores Aguirre Adolfo Martín Fernando Cuadri</p> <p>Presenta: Juan Miguel Núñez</p>	<p>VIERNES. 5 NOMBRAMIENTO DE CABALLERO ANDANTE DEL TOREO a RAFAEL DE PAULA Por la plástica, hondura y sentimiento de su personalidad, en la calle y en la plaza</p> <p>SÁBADO. 6 REPRESENTACIÓN TEATRAL DE "LA CORRIDA" Origen y evolución del espectáculo taurino, a cargo de Mary Paz Pondal</p>
--	---	--	--

El MUSEO y las EXPOSICIONES quedarán instaladas en la Sede del Consejo Regulador de la Denominación de Origen La Mancha (Avda. Criptana, 73), donde se celebrarán también el CONCIERTO y los demás actos culturales

ORGANIZA: LA MANCHA DENOMINACIÓN DE ORIGEN PATROCINAN: COLABORAN: grupo mtl

Coordinan: Enrique Garrido Melada y Juan Miguel Núñez Batles

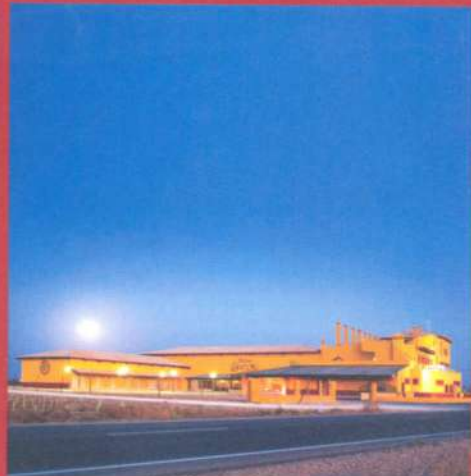
objeto en la Plaza de las Ventas.

Y el teatro no ha faltado en este apretado programa con una representación que corre a cargo de la actriz Mary Paz Pondal, con un montaje que bajo el título de "La Corrida" hace un repaso por el origen y la evolución del espectáculo taurino.

Un apretado programa de actividades que hacen que estos II Encuentros Taurinos de la Denominación de Origen La Mancha realcen el maridaje que siempre ha existido y debe continuar entre la Fiesta Nacional y el vino.

<p>MARTES. 2 Inauguración del MUSEO "Los Toros hace un siglo, dos siglos...", propiedad de D. Juan Barco y Exposiciones de: Pintura: López Canito Escultura: Gabriel de la Casa Fotografía: Javier Arroyo Etiquetas Vino-Toros AECEV</p> <p>A continuación Concerto a cargo de la Asociación Musical Santa Cecilia, de Tomelloso Director: Luis Osuna Migallón</p>	<p>MIÉRCOLES. 3 "TOREROS CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN LA MANCHA" con Manuel Amador (Albacete) José Ruiz "Calatraveño" (Bolaños de Calatrava, Ciudad Real) Gabriel de la Casa (Talavera de la Reina, Toledo) Curro Fuentes (Cuenca)</p> <p>Presenta: José Luis Carabias</p>
---	---

<p>JUEVES. 4 "EL TORO, SÍMBOLO Y ESENCIA DE LA FIESTA" con Cebada Gago Dolores Aguirre Adolfo Martín Fernando Cuadri</p> <p>Presenta: Juan Miguel Núñez</p>	<p>VIERNES. 5 NOMBRAMIENTO DE CABALLERO ANDANTE DEL TOREO a RAFAEL DE PAULA Por la plástica, hondura y sentimiento de su personalidad, en la calle y en la plaza</p> <p>SÁBADO. 6 REPRESENTACIÓN TEATRAL DE "LA CORRIDA" Origen y evolución del espectáculo taurino, a cargo de Mary Paz Pondal</p>
--	--

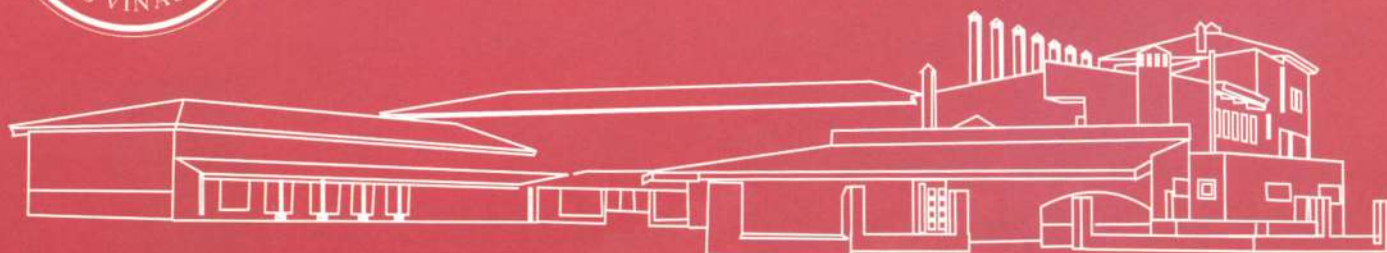


Descubrir, compartir, desconectar, aprender, degustar, sentir...



Bodegas
VIÑASORO S.L.

Un lugar único, especial, multisensorial y
lleno de encanto para el ocio del vino.



Bodegas Viñasoro S.L. Ctra. de Alcázar de San Juan a Manzanares, KM 7,2 Alcázar de San Juan, Ciudad Real Tel.: 926 550 509 www.bodegas-vinasoro.com

P A C 2 0 0 6

RÉGIMEN DE PAGO ÚNICO



Vivimos el campo contigo



CONFÍANOS TU PAC
Y LLÉVATE UN MAGNÍFICO REGALO*

* Hasta agotar existencias



CAJA RURAL