

# Consejo abierto

Revista del C.R. "La Mancha" nº 64, Diciembre de 2008



**Nueva y exitosa presentación  
de los vinos jóvenes en Madrid.**

**Vendimia 2008: buena en  
calidad y cantidad.**

**Convenio de colaboración con  
Diputación de Ciudad Real.**





# AO Adhesivos Orcajada

Diseño y Fabricación de Etiquetas Adhesivas



Certificado ISO 9001 por



Poligono 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](http://www.adhesivos-orcajada.es) • e-mail: [orcajada@adhesivos-orcajada.es](mailto: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](http://www.gruartlamancha.com)  
 Fax 926 31 15 15 • [gruartmancha@interbook.net](mailto: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	5
Colaboración Bertol Gorospe	6
Vendimia 2008	8
Presentación Vinos Jóvenes	12
Coloquio sobre el vino	17
Convenio con la Diputación	19
Colaboración UCLM (1)	20
Campañas promocionales	24
Noticia bodegas	26
Ferías	28
Colaboración UCLM (2)	32
Indicaciones de Calidad	35
Noticias bodegas	20
Colaboración Joaquín Muñoz Coronel	41

Fotos portada: C.R.D.O. La Mancha



## 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

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

E-mail: [consejo@lamanchado.es](mailto:consejo@lamanchado.es)

### Imprime

Lozano Comunicación Gráfica S.L.  
E-mail: [info@lozanoag.es](mailto:info@lozanoag.es)

### Depósito Legal

CU-224-1997

# El consumo de Vino en España

**C**risis es probablemente la palabra más oída estos últimos meses y, por desgracia, probablemente lo siga siendo durante algún tiempo, pero en el caso del vino, más que la crisis económica, que también afecta a las ventas, es todavía más preocupante el dato de la caída del consumo en nuestro país, que, según los últimos datos del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, ha sido alarmante, situándose la tasa interanual de consumo de vino en España a junio de 2008 en 18,57 litros.

Si nos refiriésemos exclusivamente a los vinos con Denominación de Origen, la tendencia no sería tan negativa, es más, el crecimiento ha sido continuo en los últimos años para la D.O. La Mancha, pero en una región como Castilla-La Mancha, que es la principal productora de vino de nuestro país, no podemos estar nada contentos con estos datos, porque al final una caída de la comercialización en los vinos de mesa acaba afectando a la cuenta de resultados de la bodega, pese a que su volumen de vino con D.O. haya crecido. Y esto sin entrar a valorar la disminución progresiva de las ayudas a mostos y alcoholes, que desaparecerán con la actual OCM.

Está claro que la Cultura del Vino está calando cada vez más entre la gente joven y de mediana edad, exigiendo más calidad en los vinos, pero es realmente sorprendente y hasta triste que en nuestro país no se beba ni siquiera la mitad de vino de lo que hacen en Francia e Italia, siendo especialmente brusca la diferencia entre los jóvenes, pese a que España tiene mayores problemas de alcoholismo juvenil que esos otros países, por lo que para nada es justa la asociación vino-alcoholismo, que se ha pretendido dar en algunas campañas de prevención.

Es más, ya hasta habituales consumidores de cerveza, como Alemania, nos superan en ingesta de vino. Además, en otros países; como Estados Unidos, Reino Unido y Rusia, el consumo también crece y el vino es muy valorado. Incluso China y hasta la India empiezan a subir su consumo. En definitiva, el mundo entero bebe cada vez más vino, porque lo considera un producto con el que no sólo se disfruta, sino que tomado con moderación es incluso beneficioso para la salud.

Por todo ello, está claro que la estrategia comercial de una zona como la Denominación de Origen "La Mancha" debe apostar cada vez de forma más decidida por la exportación, pero ¿Qué pasa con España?

En nuestra opinión, sería necesaria una reflexión profunda y seria de todos los agentes implicados, empezando por los productores, pero sin olvidarnos de la Administración, de las superficies comerciales y de los restauradores.

Por parte de los productores, es obvio que algo no acabamos de hacer bien del todo, porque aparentemente es inexplicable que justo cuando mejores vinos se están elaborando en nuestro país el consumo baje. Además, si nos centramos en el caso concreto de las bodegas manchegas, que pueden ofrecer unas de las mejores relaciones calidad-precio del mundo, objetivamente hablando, la situación es todavía más grave. Pero esto último tal vez no se deba decir, porque en este mundo de hoy, tan inmerso en las estrategias de marketing y del mercantilismo, parece que sólo hay lugar para productos exclusivísimos dirigidos a un público esnobista, pese a que muchas veces la única exclusividad de la que pueden presumir algunos vinos es de la del precio.

Por desgracia, algunos entienden que hablar de buena relación precio-calidad sólo perjudica la imagen del producto, y en estos años, en los que han hecho su agosto los fraudes piramidales por todo el mundo, parece que sólo había lugar para potenciar lo más vanguardista y lo más caro. La imagen ha primado sobre el producto en sí, y el vino no ha sido una excepción, lo que ha propiciado que se acabe llegando a un nuevo tipo de consumidor, que está informadísimo sobre todas las novedades vitivinícolas del mundo, pero cuya ingesta dista mucho de la del modelo clásico de consumidor de vino, es decir, del que valora la calidad, pero que quiere un vino asequible para que esté presente habitualmente en su dieta y no sólo beberlo en ocasiones especiales o en los eventos sociales.

Y es que para que cale aún entre más gente la Cultura del Vino real, tal vez deberíamos volver a convertir al vino en algo cercano y no demasiado complicado. Nuestro objetivo debe ser que haya una botella encima de la mesa, porque el vino, como alimento que es, es en la mesa, en maridaje con otros alimentos, donde más y mejor se puede disfrutar.

Y es precisamente en la consideración y valoración del vino como alimento donde yo pienso que las diferentes administraciones, desde el Ministerio a las Consejerías de Agricultura de las diferentes comunidades autónomas, pueden hacer más, aunque tampoco se pueden perder de vista las consideraciones socioeconómicas y medioambientales que suponen la viña y el vino para nuestro país.

La viña no sólo es un pulmón verde muy necesario en regiones como Castilla-La Mancha, sino que los productos derivados de la uva son el eje de las exportaciones de nuestra región y uno de los productos que hacen que España equilibre cada año su eternamente deficitaria balanza comercial, lo que es especialmente importante en tiempos de crisis como los que ahora estamos viviendo.

Por último, aunque éste siempre es un tema muy delicado, no me quiero olvidar de mencionar el papel de los restauradores, que si bien ha sido vital en las recomendaciones de vinos a clientes inseguros, también es un poco culpable de matar la gallina de los huevos de oro que para el restaurante de prestigio ha sido, y en muchos casos sigue siendo, el vino, del cual muchos han obtenido márgenes desproporcionados, obteniendo incluso mayor beneficio en este producto que en el resto de la comida en su conjunto.

Este es un juego muy peligroso, porque si hacemos del vino algo demasiado exclusivo y caro, además de complicado, es muy probable que muchos consumidores no quieran entrar en este juego y acaben alejándose de un producto en que lo importante debería ser el placer que ofrece al que lo pide y eso, a buen seguro, el vino lo cumple sobradamente.

Por todo ello, y sin pretender quedar como pesimista, puesto que tengo plena confianza en la recuperación del consumo de vino en nuestro país, sobre todo por su gran calidad y porque las denominaciones de origen sí son valoradas, os animo a brindar con una copa de vino español (yo os recomiendo que sea de la D.O. La Mancha, pero eso no es lo más importante) porque el 2009 sea un año bueno para todos.



## El **CRDO La Mancha** firma sendos convenios de colaboración con **Viajes Halcón** y **Tourline Express**



El C.R.D.O. LA MANCHA firma sendos convenios de colaboración con Viajes Halcón y Tourline Express

En la mañana del día 28 de octubre se firmó, en la sede de la Interprofesión del C.R.D.O. "LA MANCHA", un convenio de colaboración entre esta entidad y Viajes Halcón, S.A., por un lado, y la Agencia Tourline Express, por otro.

Según este convenio la conocida agencia de viajes se compromete a poner a dispo-

sición del Consejo sus recursos técnicos y humanos, al objeto de ofrecer las mejores condiciones en viajes y hoteles que realice el Consejo Regulador y las bodegas inscritas en el mismo. Asimismo, Halcón Viajes se compromete a aplicar tarifas especiales y ventajosas en cada momento, en los servicios de viaje y de estancia en hotel a las bodegas que concierten sus servicios acogiéndose al presente acuerdo de colaboración. Por su parte, Tourline Express también dará un trato preferente a los en-  
víos que realice el Consejo Regulador.

A la firma del Convenio asistieron el presidente del Consejo Regulador "LA MANCHA", Gregorio Martín Zarco; el delegado comercial de zona de Tourline Express, José Manuel Delgado Ruiz; y el director zona sur de Ciudad Real de Halcón Viajes, Antonio José Vera, que estuvo acompañado por Wilfredo Camacho, delegado en Alcázar de San Juan.

Tras la firma, Gregorio Martín-Zarco agradeció la iniciativa de Tourline Express, que cuenta con más de 320 delegaciones y es una de las redes más importantes y fiables del mercado nacional, así como la de Halcón Viajes, que con este acuerdo había dejado constancia de su vinculación con el sector vitivinícola, ya que en la Denominación de Origen son casi 300 bodegas las que se pueden beneficiar de sus ventajas, que tal y como destacó Antonio José Vera, engloban importantes descuentos en los paquetes para ferias, los viajes programados de negocios, en billetes de avión, así como en las noches de hotel.

## El Colegio de Economistas de Toledo visita la sede del **Consejo Regulador "LA MANCHA"**

En la tarde del día 12 de diciembre, una representación del Colegio de Economistas de Toledo compuesta por 15 personas visitó la sede de la Interprofesión del Consejo Regulador "La Mancha" en Alcázar de San Juan, donde fueron recibidos por el responsable de Comunicación, Ángel Ortega.

En primer lugar, los economistas hicieron un recorrido por la sede del Consejo y el Museo del Vino que allí se encuentra, recibiendo detallada información sobre la Denominación de Origen "La Mancha", que incidió de forma especial en el riguroso sistema de control que se aplica a los vinos acogidos hasta que llegan al consumidor.

Posteriormente, el grupo también disfrutó de una cata comentada de los diferentes tipos de vino de la Denominación de Origen "LA MANCHA", que fue presentada por el responsable de la Empresa de Control e Inspección "La Mancha", José Luis Barco Lizano. Éste les informó sobre las peculiaridades más significativas de los vinos de



nuestra región, como las variedades acogidas a la Denominación de Origen, las diferentes técnicas de elaboración de los vinos, etc.

Por último, comentar el alto interés mostrado por los representantes del Colegio de Economistas de Toledo por el mundo del vino, en general, y por los vinos de la Denominación de Origen "La Mancha", en particular, por lo que tras la visita al Consejo Regulador se dirigieron a Bodegas Viñasoro, donde además de disfrutar de una cena en su impresionante restaurante, también pudieron degustar los vinos de esta bodega alcazareña.

# El vino, la crisis y el 2009



**Bertol Gorospe**  
Director Eurogap Madrid  
Profesor ESIC

**EUROGAP**

MARKETING ESTRATEGICO Y OPERATIVO

**E**n estos momentos de fin de año y comienzo del siguiente, tras la vuelta de vacaciones y los excesos cometidos, no queda más remedio que volver a ser conscientes del terreno que pisamos como consumidores, trabajadores, empresarios y/o accionistas. Y la verdad es que, de una u otra forma, la famosa “cri-

sis” se está haciendo presente, lo queramos o no.

Como toda crisis global, esta cuenta con una serie de factores objetivos y otros más subjetivos, o mejor dicho, “psicológicos”. Estos últimos no se sustentan tanto en datos de mercado o descenso de ventas/facturación sino más bien en los miedos y percepciones de la ciudadanía.

## FACTORES OBJETIVOS DE CRISIS

Podríamos citar muchos: tipos de interés, petróleo, materias primas, la bolsa, construcción... pero también podríamos citar sus consecuencias a pie de calle. Entre estas últimas podríamos hablar de las ventas de ropa y complementos, por los suelos en este último año, el descenso a nivel de turismo y hostelería, entrando en algunos casos en números alarmantes... O algo incluso más cercano ¿Cuántos de nosotros conocemos algún despedido en

los últimos 2 meses? ...si además trabajas en áreas de Marketing-Comercial y Comunicación ya ni hablamos...

## FACTORES PSICOLÓGICOS DE CRISIS

Frente a estos factores y fruto del miedo y la percepción de los acontecimientos por parte del ciudadano de a pie se produce además un engrandecimiento de la situación que deriva en conductas “hiperproteccionistas” que desde luego no favorecen ningún tipo de consumo. El mecanismo es simple: “hay miedo”, “hay incertidumbre”, por lo tanto “yo me estoy quieto y espero... sin consumir”.

## AGUJEROS... Y POSICIONAMIENTO

“En época de guerra cualquier agujero es trinchera”, este es el lema favorito de un buen amigo, y en épocas de crisis es más vigente que nunca para una empresa.





Pero, ¿qué es un agujero? Al final no es más que un hueco de mercado claramente definido que permita tener un Posicionamiento claro y diferencial de la competencia. Es además la única forma de generar atractividad por una marca y/o empresa. Si reflexionamos en cualquiera de las marcas que generan un mínimo de atractividad en cualquier sector o actividad veremos como rápidamente se nos vienen nombres a la cabeza.

- Teléfono móvil de última generación.
- Aparato de música de mp3 de moda.
- Champagne francés.
- Leche de alta calidad.
- Pilas de alta duración.

¿Por qué en el 90% de los casos nos vendrán a la cabeza los mismos nombres? Porque están bien posicionados.

Seguramente estas empresas sufrirán la crisis y sus ventas se verán reducidas, pero también es seguro que sufrirán menos que otras tantas empresas que se encuentran "desposicionadas" y al

final no se diferencian por nada en concreto de su competencia. Es decir, no son fuertes en sus respectivos mercados.

Desde luego que el factor precio será un factor que cobra más relevancia en esta situación, pero esto no quiere decir que solo las empresas de low-cost venderán. También se puede dar la situación de que el consumidor compre menos cosas, pero las pocas que compre lo haga desde su visión particular de calidad, marca, etc...

#### Y ESTO COMO BODEGUERO QUE SOY ...¿DE QUÉ ME SIRVE?

Es algo que se lleva diciendo desde hace mucho tiempo y con diferentes mensajes.

- "El mercado está saturado..."
- "Hay mucha competencia..."
- "Solo quedarán los buenos..."
- "No hay sitio para todos..."

Este tipo de situaciones de "crisis" lleva a esto. A una limpia,

concentración y adelgazamiento de los sectores. Y el nuestro, el del vino, no será una excepción.

En cualquier caso queda demostrado que aquellas empresas que trabajan su Posicionamiento e invierten en definirse a ellos mismos, decantarse a nivel de público consumidor, distinguirse a nivel de producto y gama, diferenciarse a nivel de distribución y desarrollar acciones de comunicación diferentes y personales, sufren menos.

Es obligación de los directivos de cualquier empresa y/o bodega asegurar ese futuro y definir el hueco/agujero donde la bodega puede ser más fuerte y más estable. Por sus accionistas y por sus trabajadores, pero sobre todo por el bienestar social y la estabilidad que aportan un entramado de empresas altamente competitivas en nuestra sociedad.

Como trabajadores, empresarios y accionistas tenemos que preguntarnos ¿Nosotros que agujero estamos cavando?

# Vendimia 2008 en *buena en cal*

El aumento de producción ha sido m

**A**diferencia del año 2007, en que las tormentas de la primavera fueron claves para que la cosecha del año pasado fuese mucho más baja en cantidad, en 2008 la cosecha ha sido buena, tanto desde el punto de vista cualitativo como cuantitativo, si bien hay importantes variaciones por comarcas y, sobre todo, por tipo de uva, ya que por ejemplo en las tintas ha habido una disminución de cosecha en términos generales con respecto a las previsiones de principios de verano, si bien la calidad ha sido excelente, superando la

graduación media los 13° Baumé y con una acidez adecuada.

En el caso de la uva blanca, habría que diferenciar entre las variedades más tempranas (Macabeo, Sauvignon Blanc, Chardonanay, Verdejo y Moscatel de grano menudo), cuyo comportamiento ha sido muy similar a los tintos en cuanto a graduación y a la calidad de la uva en general, de la Airén, la mayoritaria en La Mancha, cuyo grado medio ha sido ligeramente inferior a los 11° debido fundamentalmente a que este año la carga de uvas ha sido superior a la del año pasado. Pese a todo, el aumento

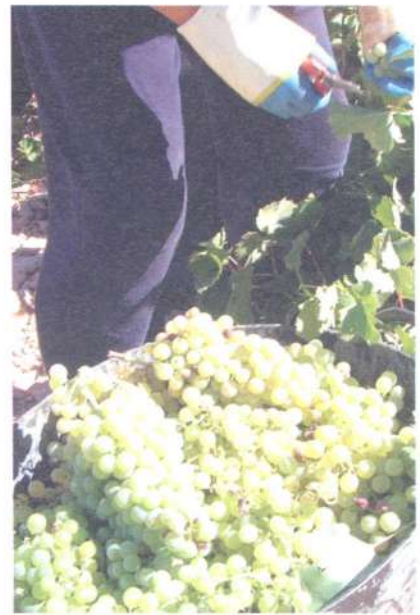
tampoco ha sido muy significativo porque las viñas de poblaciones muy afectadas en 2007 por las tormentas, como Villarrubia de los Ojos, Alcázar de San Juan o Campo de Criptana todavía no se han recuperado del todo.

En conjunto, con los primeros datos obtenidos, aunque todavía estando por cerrar la declaración definitiva de cosecha, se podría afirmar que la producción ha aumentado alrededor de un 10 % con respecto al año anterior, siendo este porcentaje incluso superior al 15 % en la uva Airén, mientras que en las tintas la cosecha de



# la D.O. La Mancha: *dad y cantidad*

s destacable en la uva blanca que en la tinta



uva ha sido muy similar a la del año anterior o algo inferior a la de 2007, estando por debajo de lo que sería un año normal.

La diferencia de producción entre el blanco, básicamente Airén, y los tintos parece deberse fundamentalmente a que finales de primavera y principios del verano, durante la cuaja de las uvas tintas, la temperatura fue algo baja.

También ha sido destacable esta vendimia el retraso en la maduración de las uvas, que no obstante se ha producido sin ninguna incidencia reseñable y con una ausencia casi total de enfermedades criptogámicas. De hecho, aunque algunas variedades tintas y blancas tempranas comenzaron



a vendimiarse a finales de agosto, no fue hasta la primera o segunda semana de agosto cuando se generalizó la recolección, mientras que en la Airén no se comenzó hasta pasado el 20 de septiembre.

De hecho, aunque para mediados de octubre la mayoría de las bodegas y cooperativas afirmaban que la vendimia estaba prácticamente finalizada, no ha sido extraño ver cuadrillas vendimiando hasta la última semana de ese mes, lo cual no era nada habitual en los años más recientes, aunque sí en otras épocas, sobre todo porque el número de variedades tempranas en La Mancha era menor.

En términos generales, el balance de la cosecha 2008 ha sido muy positivo, lo que se constata sobre todo por la gran calidad de los vinos obtenidos, que destacan por su gran riqueza aromática y buena intensidad de color. Ade-



más, hay que tener en cuenta que para la elaboración de los vinos con Denominación de Origen "La Mancha" las bodegas seleccionan sus mejores uvas de entre el gran volumen existente en la Zona de

Producción, puesto que la calidad de estos vinos es posteriormente certificada por el Instituto de la Viña y el Vino, tras someterlos a duros análisis de laboratorio y a una cata organoléptica.

## VENDIMIA NOCTURNA

Por otro lado, señalar que cada vez son más las bodegas manchegas que practican la vendimia nocturna, como es el caso de Bodegas Ayuso de Villarrobledo o Bodegas Lahoz de Socuéllamos, que de esta forma consiguen que la uva entre en bodega con una temperatura baja, lo que permite que guarde todas sus características organolépticas, además de conseguir un importante ahorro en frigorías.

Más llamativo incluso es el caso de Bodegas Vihucas, una pequeña empresa familiar que ha hecho de la vendimia nocturna todo un acontecimiento, por lo que este año organizó incluso un concierto de jazz en plena viña, que además estuvo acompañado por un recital de poesía y tangos, para finalizar con el inicio de la recogida de la uva a las 24 horas del día 5 de septiembre.

la mecanización  
facilita la  
vendimia nocturna





**José Luis Martínez Guijarro**  
Consejero de Agricultura de  
Castilla-La Mancha

**L**a Estación de Atocha, puerta habitual de entrada para muchísimos castellanomanchegos a la capital, volvió a ser el punto elegido para la presentación de los vinos de la Denominación de Origen "La Mancha" en Madrid, una cita que ya se lleva celebrando 10 años y que en esta edición ha vuelto a congregarse a miles de personas en la conocida estación madrileña, que han quedado encantadas con la calidad y diversidad de los vinos manchegos de la cosecha 2008.

Pese a que la vendimia de este año se ha retrasado, lo cual ha provocado que los vinos tintos hayan podido estar listos para este acto por muy poco, el público asistente ha quedado muy satisfecho con los vinos de Syrah, Merlot o Cabernet Sauvignon, que acompañaron

# Nuevo éxito de la presentación de

a la autóctona y mayoritaria Tempranillo, y que sin duda mejorarán todavía más tras su permanencia en botella los próximos meses.

Similar acogida, o incluso mejor, tuvieron los blancos, encabezados por la variedad más represen-

tativa de La Mancha, la Airén, de la que hoy por hoy se obtienen vinos aromáticos y muy frescos. En cuanto al resto de variedades, pese a los pocos años que algunas de ellas llevan cultivándose en la región, como la Chardonnay, la Sauvignon Blanc o la más reciente



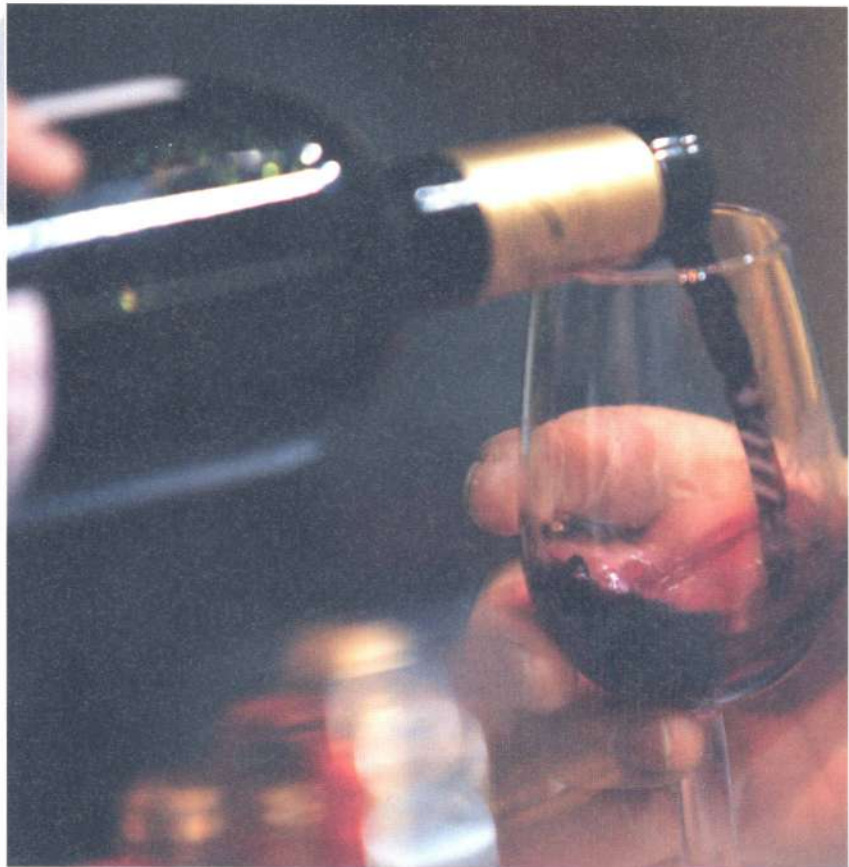
# D. O. La Mancha en la sus VINOS JÓVENES

Miles de personas  
degustaron  
los nuevos vinos  
manchegos

aun Verdejo, su evolución ha sido espectacular y hoy por hoy se consiguen vinos extremadamente aromáticos, muy frescos y con un paso de boca muy agradable.

Lo que está claro es que la calidad de los vinos de la Denominación de Origen "La Mancha" y, particularmente, de los vinos jóvenes es, no sólo indudable, sino difícilmente superable, como pudieron constatar las cerca de 5.000 personas que han acudido entre los días 2 y 3 de diciembre a la Estación de Atocha de Madrid, y que junto con los vinos también pudieron degustar otros productos típicos de la región, como la Berenjena de Almagro, el Queso Manchego de La Casota (La Solana - Ciudad Real), el Pan de Cruz de Ciudad Real, las semiconservas de pescado de Kiele (Socuéllamos - Ciudad Real), el mazapán de Peces (Consuegra-Toledo) y la el jamón proporcionado por la Fundación del Jamón Serrano.

La oferta de vinos  
de esta  
Denominación de  
Origen es  
cada vez mayor



## presentación

Además, pese a que la D.O. La Mancha consiguió sobradamente su principal objetivo de la presentación, que era el de congregar a un alto número de aficionados al vino en un punto de fácil acceso como lo es la Estación de Atocha para que pudieran conocer de primera mano la calidad de los vinos manchegos, también es importante reseñar que entre los asistentes no sólo había consumidores finales, sino múltiples representantes de restaurantes de la capital y lugares aledaños, ya que no en vano desde el Consejo Regulador se había remitido más de 3.000 invitaciones para el acto, de las cuales más de 1.500 se dirigieron a restauradores y hosteleros.

Por otro lado, comentar que la noche del día 3, coincidiendo con la

### La frescura de los vinos blancos y la exquisita boca de los tintos sorprendió a los visitantes

presentación de los vinos, también se celebró la V Edición de los Premios Joven de la D.O. La Mancha, con los que esta denominación de origen reconoce el esfuerzo y la dedicación de un "Joven Director de Hotel", "Joven Maître" y "Joven Sumiller", teniendo en cuenta para ello la presencia de vinos con D.O. LA MANCHA en los establecimientos en los que desarrollan sus funciones.

En esta ocasión, los ganadores han sido: Sebastián López Robledo, director de sala del hotel Room-Mate Óscar de Madrid; Raúl Miguel Revilla, sumiller del restaurante Zalacaín de Madrid; y la subdirectora de RafaelHoteles Atocha.

Además, como ya se hiciera en las tres últimas ediciones, también



# premios

Representantes del Balonmano Ciudad Real y el Consejero de Agricultura



Javier Pereira y el presidente de la Denominación de Origen



Pignoise y el vicepresidente de la Diputación de Ciudad Real



Joven Maitre, Sumiller y Directora de Hotel



se ha concedido el Premio Joven Solidario a personajes más populares, todos ellos muy jóvenes, pero sobradamente cualificados en sus respectivos campos, y en este caso del mundo de las artes escénicas, la música y el deporte.

Los ganadores han sido el actor Javier Pereira, que actualmente participa en la serie Cuestión de Sexo de Cuatro; el grupo musical Pignoise; y el Club Balonmano Ciudad Real, que el año pasado se hizo con la Copa de Europa.

Indicar que estos últimos premios "Joven Solidario" estuvieron dotados con 3.000 euros cada uno de ellos, que los ganadores han destinado a una institución benéfica u ONG de su libre elección: Yeredemé África por parte de Javier Pereira, la Asociación de Enfermos de Neurofibromatosis en el caso de Pignoise y la Asociación de Cooperación por la Paz, elegida por el Balonmano Ciudad Real).

Comentar también que al citado acto de entrega de premios asistieron, entre otros, el consejero de Agricultura de Castilla-La Mancha, José Luis Martínez Guijarro; el vicepresidente de la Diputación de Ciudad Real, Ángel Parreño; los directores generales de Desarrollo Rural y Producción Agropecuaria, Ana Isabel Parras Ramírez y Francisco Martínez Arroyo, respectivamente, así como el director del IVICAM, Alipio Lara Olivares y el asesor de la Ministra de Medio Ambiente, Rural y Marino, Pablo Pindado.

Por último, destacar que la presentación de los Vinos Jóvenes de la Denominación de Origen "La Mancha" en Madrid y la entrega de premios están patrocinados por la DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE CIUDAD REAL, una institución que ha demostrado sobradamente su apoyo total al mundo del vino, ya que no en vano Ciudad Real es la provincia con mayor producción de toda España.

## LISTADO DE BODEGAS PARTICIPANTES:

### ALBACETE

1. **COOP. DEL CAMPO LA UNIÓN AB**  
de Tarazona de La Mancha  
**MARCAS: CASA ANTONETE y NÉGORA**
2. **BODEGAS AYUSO, S.L.**  
de Villarrobledo  
**MARCAS: ARMIÑO y CASTILLO DE BENIZAR**
3. **BODEGAS JUAN RAMÓN LOZANO, S.A.**  
de Villarrobledo  
**MARCAS: AÑORANZA y ABANICO**
4. **VINÍCOLA DE VILLARROBLEDO, S.C.L.**  
de Villarrobledo  
**MARCAS: DON OCTAVIO**

### CIUDAD REAL

5. **BODEGAS YUNTERO**  
(COOP. N. PADRE JESÚS DEL PERDÓN) de Manzanares  
**MARCAS: YUNTERO, CASA LA TEJA y MUNDO DE YUNTERO.**
6. **BODEGAS CRISVE** (COOP. CRISTO DE LA VEGA)  
de Socuéllamos  
**MARCAS: YUGO**
7. **COOP. SANTA CATALINA**  
de La Solana  
**MARCAS: LOS GALANES**
8. **BODEGAS CENTRO ESPAÑOLAS, S.A.**  
de Tomelloso  
**MARCAS: ALLOZO, FUENTE DEL RITMO, FINCA TEMPORAL y LADERO**
9. **BODEGAS VIRGEN DE LAS VIÑAS, SCV.**  
de Tomelloso  
**MARCAS: LORENZETE, ROCÍO LÓPEZ LÓPEZ y TOMILLAR**
10. **S.A.T. 3.756 SAN JOSÉ**  
de Tomelloso  
**MARCAS: LA VEREDILLA**
11. **VINÍCOLA DE TOMELLOSO, S.C.L.**  
de Tomelloso  
**MARCAS: AÑIL, TORRE DE GAZATE, MANTOLÁN y GAZATE**
12. **COOP. EL PROGRESO**  
de Villarrubia de los Ojos  
**MARCA: OJOS DEL GUADIANA**

### CUENCA

13. **ZAGARRÓN VINOS Y VIÑEDOS**  
(COOP.NTRA.SRA. DE MANJAVACAS) de Mota del Cuervo  
**MARCAS: ZAGARRÓN y VERDINAL**
14. **SAN ISIDRO LABRADOR S. COOP. CLM.**  
de Las Pedroñeras  
**MARCAS: VIÑA RECREO y VIÑA RECREO MILENIUM**
15. **COOP. NTRA. SRA. DE RUS**  
de San Clemente  
**MARCAS: PUENTE DE RUS**

### TOLEDO

16. **VIÑEDOS Y BODEGAS MUÑOZ, S.L.**  
de Noblejas  
**MARCAS: ARTERO y BLAS MUÑOZ**
17. **FINCA LA BLANCA, S.L.**  
de Puebla de Almoradiel  
**MARCAS: MONTE DON LUCIO y RIBERA DE LOS MOLINOS**
18. **BODEGAS HNOS. RUBIO, S.L.**  
de Villasequilla  
**MARCAS: RIBERA DE ALGODOR, RIBERA DE CEDRÓN y VIÑA ALAMBRADA**

# Coloquio Regional sobre el vino

**E**l presidente del C.R.D.O. La Mancha, Gregorio Martín-Zarco, participó el pasado día 10 de diciembre en el I Coloquio Regional sobre el Vino, organizado por Albacete Televisión (ABTeVe) en el Salón de Actos de Caja Castilla-La Mancha en la capital albaceteña y que versó fundamentalmente sobre la OCM del Vino.

Dicho encuentro reunió a numerosos representantes del sector, entre ellos presidentes de cooperativas, responsables de bodegas y viticultores; además de representantes de varios Consejos Reguladores de la región.

En la mesa presidencial estuvieron el director general de Producción Agropecuaria, Francisco Martínez Arroyo; el presidente



de la Asociación de Enólogos de Castilla-La Mancha, Luis Jiménez García; el vicepresidente regional de ASAJA, José Pérez Cuenca, y el propio Martín Zarco.

Por otro lado, destacar también

que esta televisión realiza un programa semanal sobre la Cultura del Vino en el cual ha estado colaborando el Consejo Regulador La Mancha, cuyo presidente ya ha participado en algún programa.





# PARCITANK, S.A.

CONSTRUCCIONES DE DEPOSITOS EN ACERO INOX.



Vinificadores Automáticos



Vinificadores Rotativos



Depósitos para Aceite

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

Tlf: 902 141 533 Fax: 967 145 875

E-mail: [comercial.parcitank@polalsa.com](mailto:comercial.parcitank@polalsa.com)

Web: [www.polalsa.com](http://www.polalsa.com)

[www.lozanoartesgraficas.es](http://www.lozanoartesgraficas.es)

**LOZANO**  
COMUNICACIÓN GRÁFICA



- Polígono Industrial Larache
- Calle Tomelloso, 18
- 13005 CIUDAD REAL
- Tel: + 34 926 213 877
- e-mail: [contacto@lozanoag.es](mailto:contacto@lozanoag.es)

CATÁLOGOS

ESTUDIO FOTOGRAFICO

LIBROS

REVISTAS

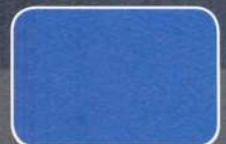
ROTATIVA COMERCIAL

ROTATIVA PRENSA

FOLLETOS

IMPRESIÓN DIGITAL

PAPELERÍA



# La Diputación sigue apostando fuerte por la promoción de los vinos de la D.O. La Mancha

La mañana del día 9 de septiembre tuvo lugar la firma del Convenio de Colaboración entre la Diputación de Ciudad Real y la Interprofesión del Consejo Regulador de la Denominación de Origen "LA MANCHA".

En dicho acto, la Diputación se comprometió a aportar 50.000 euros para el apoyo y organización de presentaciones y, particularmente, a la ya clásica presentación de los vinos Jóvenes de la D.O. La Mancha en Madrid.

El Convenio, que se ratificó en la Diputación, fue firmado por el presidente de la Interprofesión del Consejo Regulador de la Denominación de Origen "LA MANCHA", Gregorio Martín Zarco, y el presidente de la Diputación Provincial de Ciudad Real, Nemesio de Lara, si bien, por parte del Consejo asistió su gerente, Alfonso Alonso, y por parte de la Diputación también estuvieron presentes su vicepresidente responsable de la gestión del área económica, Ángel Amador, y el director de FENAVIN, Manuel Juliá.

Martín Zarco agradeció a la Diputación el apoyo prestado a la Denominación de Origen "LA MANCHA" y aseguró que todo este tipo de ayudas se está aprovechando al máximo en los distintos actos que el Consejo Regulador organiza para promocionar los vinos de calidad de LA MANCHA, desta-



cando la presentación de los vinos Jóvenes en Madrid, a la que hace alusión directa el convenio, y que en estos cuatro últimos años ya ha sido directamente patrocinada por la Diputación de Ciudad Real, siempre con enorme éxito de público y gran presencia de medios.

Por su parte, el presidente de la Diputación de Ciudad Real puso de manifiesto el compromiso de esta institución con el sector del vino, que tan importante es para la provincia y para toda la región castellanomanchega, tal y como demuestra la consolidación de FENAVIN, que en palabras de su director, Manuel Juliá, es una feria nacional con una vocación plenamente comercial y que ha alcanzado enorme éxito en las ediciones anteriores, lo que ahora le permite presumir de ser una de las más importantes de todas las que se celebran en Europa.

Además, la presencia de la D.O. La Mancha en la FENAVIN, tanto a través del espacio que el Consejo Regulador, como de las múltiples bodegas acogidas que acuden a con stand propio, es muy destacada y lo pretende seguir siendo en el futuro.

Precisamente en relación con este asunto, y tras la firma del Convenio, la delegación del Consejo Regulador se reunió con Juliá para tratar de aumentar el espacio para la D.O. La Mancha en la Feria Nacional del Vino, lo cual no es nada fácil teniendo en cuenta la gran demanda existente en la actualidad. Además, también se trataron otros aspectos, como la posibilidad de desarrollar acciones paralelas a la Feria de forma conjunta entre FENAVIN y el C.R.D.O. La Mancha; por ejemplo, maridajes entre vino y gastronomía y otros actos de potenciación de la Cultura del Vino.

# La aplicación de la nueva OCM y la D.O. MANCHA



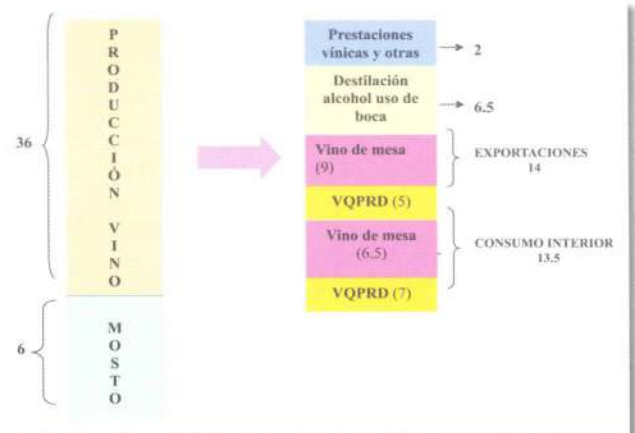
**Juan Sebastián Castillo Valero**  
 Doctor Europeo en Economía.- UCLM  
 Consultor para el Parlamento Europeo  
 en la reforma de la OCM del vino

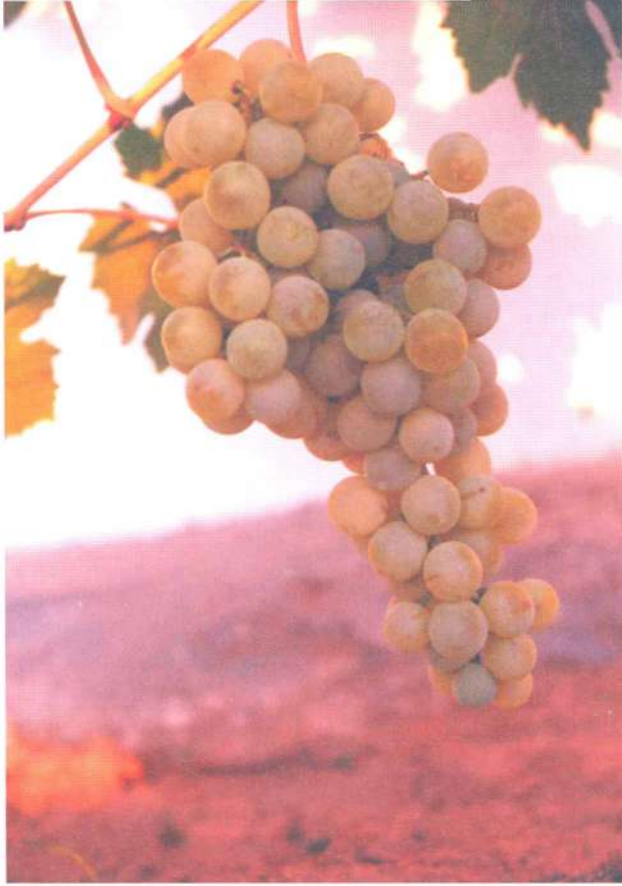
Los comienzos en la aplicación de la nueva OCM están siendo de lo más atribulados e imprecisos, la incertidumbre es la nota más destacada, las declaraciones de intenciones y la lentitud en plasmar el Programa Nacional están dotando de una gran dosis de errática e imprevisión, en definitiva, una situación verdaderamente preocupante. Con la puesta en marcha de la nueva campaña vitivinícola y la necesidad de acompañarla al desarrollo del Reglamento Comunitario que aprobó la nueva OCM del sector, han surgido tensiones territoriales, presiones sindicales agrarias y, sobre todo, dudas y una incertidumbre generalizada entre los agentes, productores y elaboradores, y entre las Denominaciones de Origen, en la parte que se ven directamente afectadas. En principio, la filosofía de la reforma ha sido verdaderamente favorable a los intereses regionales de Castilla-La Mancha, la plasmación práctica sin embargo, está siendo mucho más controvertida.

Recordemos que la formulación de la nueva OCM se ha estructurado sobre dos ejes: uno de aplicación comunitaria (arranque) y otro potestativo de los estados miembros (el 'sobre' o programa nacional) que incluye en el caso de España, la reestructuración, medidas de promoción y apoyo a inversiones, destilación de subproductos, un periodo transitorio para destilación de alcohol de uso de boca y la implementación del sector en el régimen de pago único (RPU), como compensación por al desaparición de las medidas de mercado precedentes, en 2010 como desemboque de las ayudas al mosto y en 2011, como consecuencia de la eliminación definitiva de la destilación de alcohol de uso de boca.

En principio, la clave fundamental ha sido introducir la ayuda directa en el sector, lo que propicia que nuestra región, que ha acaparado casi las  $\frac{3}{4}$  partes del presupuesto de la OCM destinado a España desde el año 2000 (con la OCM anterior de 1999) sea a la que le corresponda la gran parte de la 'tarta' del presupuesto a repartir territorialmente, lo que cuadra con la lógica de la intervención, puesto que también será esta región la que más 'sufra' los embates de la sobreproducción derivada de la desaparición de la destilación, que en dos años más ya no se podrá aplicar. En el gráfico puede observarse, si tomamos una campaña media de los últimos años, que mientras los vinos de mesa siguen teniendo su salida, vía graneles, a países emergentes como Rusia a un reducido precio medio, las destilaciones siguen siendo una vía en volumen transcendental y, además, concentrada en nuestra tierra. La desaparición de la posibilidad de dedicar 6,5 millones a alcohol de uso de boca, es un anuncio que se traslada inmediatamente a depauperar el estado de negocio del mercado y a aminorar los volúmenes intercambiados, con el natural efecto depresivo sobre precios, y con la necesidad perentoria de establecer una medida de garantía de rentas que facilite la salida al exterior en remesas de graneles a precios muy ajustados.

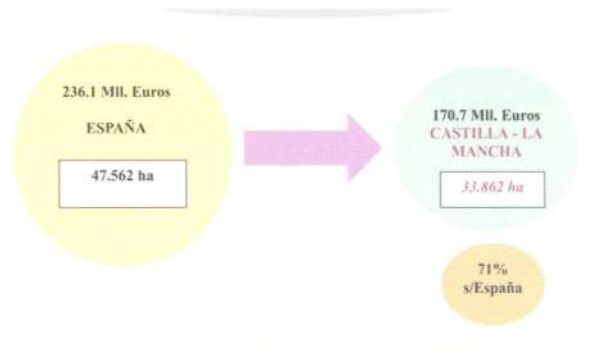
## BALANCE MERCADO VINO ESPAÑA (Campaña media 42 Mill.hl)





Si de la medida 'centralizada', el arranque, que se acaba de introducir, podemos observar como del primer reparto por Bruselas (que ha concedido menos del 50% de las peticiones iniciales), la principal región perceptora es Castilla-La Mancha con más del 70%, no puede sorprendernos que nuestra región se sitúe, para lo bueno y para lo malo, en primer plano de actuación de las medidas reglamentarias así como para la percepción de los fondos procedentes de la OCM, en el Programa Nacional, que próximamente se regulará mediante un Decreto de Aplicación.

#### REPARTO MEDIDA ARRANQUE VIÑEDO



Pero cuando se ha tratado de poner en marcha la maquinaria, los resortes han saltado, los enfrentamientos territoriales se han producido de forma drástica, tensiones absurdas, declaraciones extemporáneas, etc., han hecho caldo de cultivo, en la pusilánime actitud del Ministerio en los momentos iniciales de partida, y de concreción de medidas aplicativas. La

explicación, que ya habíamos, anticipado en su día, se centra en tres cuestiones básicas, que se corresponden con los tres grandes déficits de la nueva reglamentación comunitaria: por un lado, la dificultad de establecer un 'pool' de medidas coherentes en el sobre nacional que satisfagan a los distintos intereses regionales en España, en segundo lugar, el absurdo período transitorio de medidas de mercado, como la destilación de alcohol de uso de boca, que sólo retarda el problema, pero inhabilita establecer de forma coherente y rápida la inclusión del sector vitivinícola en el régimen de pago único; y, finalmente, la tercera, el nuevo rol que deben tener las Denominaciones y con ellas sus vinos en la normativa europea una vez que han perdido sentido las medidas de intervención en los mercados.

En lo que se refiere al primer asunto, el Ministerio está teniendo grandes problemas para conformar las posturas enfrentadas, entre zonas como Rioja o Ribera del Duero, con la gran masa de viticultores de Castilla-La Mancha y de Extremadura, mientras los primeros, exigen poner énfasis en las medidas del sobre vinculadas a la promoción y fomento de la calidad, los manchegos apuestan por la necesidad de darle prioridad el Pago Único, como medida de compensación de rentas, vinculada a la desaparición de las medidas de mercado (destilaciones y ayuda al mosto) que desde el año 2000 han venido acaparando, puesto que la mayor parte de la intervención ha sido realizada con de mesa de las bodegas y cooperativas castellanomanchegas. Detrás de ello, está el modelo vitivinícola español, que como sus regiones, es heterogéneo y rico en matices, y por ello, muy complejo. Los intereses vinculados a la estrategia del norte peninsular, buscan sostener y consolidar sus nichos de comercialización y para ello, se plantean primar la diferenciación de origen, la promoción y el marketing en segmentos altos de mercado y con una producción 'minimalista' en términos relativos, con la necesaria restricción de plantaciones nuevas. Por su parte, los manchegos, optamos, en términos generales, por una estrategia que garantice rentas a sus productores, el pago único, y eso les permita la salida competitiva de gran parte de su inmensa producción en los segmentos de gama baja y media, pues pueden sostenerse la ventaja competitiva, vía bajos precios, y que tiene su gran oportunidad en grandes volúmenes derivados a los mercados exteriores.

El problema reside en que la ficha financiera que se dispone para este sector, está dotada de unos recursos muy limitados (siempre ha tenido menos peso el presupuesto de la OCM del vino, en la UE, que el peso de la PFA vinícola en la agricultura europea), y cualquier sesgo hacia una de las posiciones, desbarbala totalmente la iniciativa y potencialidad de las otras.

DISTRIBUCIÓN REGIONAL DE LA INTEGRACIÓN DEL SECTOR VITIVINÍCOLA en el RPU (2010-2013) (Ayuda histórica vinculada a MOSTO en miles de litros y en porcentaje, media 2005-06/2006-07)		
<b>CASTILLA LA MANCHA</b>	<b>68.937</b>	<b>86,6</b>
VALENCIA	3.641	4,6
EXTREMADURA	3.114	3,9
CATALUÑA	2.332	2,9
RESTO CC. AA.	1.596	2,0
TOTAL	79.620	100,0

↳ 147 €/Ha

En lo que se refiere al segundo problema, el error es de partida, puesto que la presión que hizo España para mantener algunos pequeños periodos transitorios, antes de la desaparición de la destilación de alcohol de uso de boca, se ha convertido en un verdadero 'galimatías' para los responsables del desarrollo en la aplicación de la OCM, puesto que la incorporación del sector al RPU se está haciendo en fases y parcheada: se acaba de hacer (ver cuadro anterior), en el RD 1612/08 la vinculada a la desaparición del antiguo apoyo a mosto (puesto que esta medida no se ha prorrogado en la nueva OCM) y se deja pendiente a partir de 2010 la referente a compensar la desaparición de la quema para alcohol de uso de boca. Esta destilación, además, está vinculada territorialmente

al centro peninsular y necesita con el nuevo sistema de la ayuda directa al viticultor, a fecha de cierre se confirma la cifra de 700 euros por Ha., que lógicamente debe ser la base de la posterior subrogación al Pago Único. Esto está suponiendo, en la Bodegas y Cooperativas, justo durante la recién pasada vendimia y en estos días posteriores, una total desorientación e incertidumbre, puesto que no se conoce ni la ayuda de la parte que se destine a destilación ni la subsiguiente implicación para consolidar derechos de PU, o cuando se fija (de forma 'verbal') la ayuda de 700 Euros, no se conozca las has implicadas. Y se llegan a situaciones 'esperpénticas', como que haya antes un acuerdo en Castilla-La Mancha, entre la industria destiladora, OPAS y Cooperativas para la ayuda por hectárea y que el Ministerio, a remolque, tenga que asumirlo, con las consecuencias derivadas de no tener una concepción integral ni integrada de lo que deben ser las medidas de actuación en el sector, a través del sobre nacional, ni el presupuesto razonable y coherente para cada una de ellas. La previsión de Cuadro Financiero, que puede observarse en el cuadro, se puede calificar de cualquier manera, menos de conformar un sistema articulado y consistente de medidas de actuación en una planificación estratégica (además de comprobarse, viendo el gráfico final, cómo las medidas de mercado anteriores no se han compensado en su totalidad por la incorporación al RPU).





**PONDERACION MEDIDAS CUADRO FINANCIERO ESPAÑA A VELOCIDAD DE CRUCERO (2012)**

<b>PAGO ÚNICO</b>	<b>39.87 %</b>
<b>PROMOCIÓN</b>	<b>11.17 %</b>
<b>REESTRUCTURACIÓN</b>	<b>24.43 %</b>
<b>INVERSIONES</b>	<b>15.64 %</b>
<b>DESTILACIÓN SUBPRODUCTOS</b>	<b>8.88 %</b>

Fuente: PNA 2009-13

A todo ello, se añade, el tercer problema, que debería haberse tratado específicamente por su trascendencia, y que 'coge de lleno' a la DO Mancha: el asunto de cómo deben ser tratadas las DO's en la nueva Reglamentación, con un sentido diferenciado respecto a los vinos tradicionalmente afectados, los de mesa. Esto es particularmente importante para esta DO 'gigante' que padece de problemas inveterados con las osmosis que se produce entre sus zonas productoras en cuanto a la calificación de vinos. Aunque su problema no es tanto la liberalización de plantaciones planteada, como pueda pasar en DO's como La Rioja o Ribera del Duero, no se puede soslayar, el tremendo impacto desequilibrador que puede tener el RPU, incluso 'deslocalizador' en territorios donde conviven clasificación y desclasificación en esa débil y delicada armonía precedente, como es el caso de la DO Mancha. Por ello, se necesita de una Planificación Estratégica del Ministerio y de su forma de interpretar y trabajar sobre el nuevo papel de las DO's en la adaptación de la normativa comunitaria a nuestro Plan Nacional y en ese rol de interprofesión, que tiene mucha mayor consistencia y vigor que la mera que la diferenciación territorial vía origen, que en casos de las DO's grandes como es el caso de La Mancha debería segregarse y delimitarse en subzonas más reducidas, para ser efectivas.

En definitiva, en España, nos encontramos ante la más imprevisible aplicación de las regulaciones co-

munitarias, la OCM más caótica, y la que crea más incertidumbre en el sector de cuantas se han puesto en marcha, en otros sectores, desde 2003 y que, desgraciadamente nos tememos, pillaré a pie cambiado, el Chequeo Médico que se aprobará, previsiblemente a lo largo del mes de Noviembre, si el cambio de sistema de PU pasa de ser histórico a ser regionalizado. Por ello, resulta ineludible dar carta de garantía al PNA y cerrar definitivamente el sobre nacional, las medidas que lo integran con su dotación presupuestaria normalizada, y el horizonte de actuaciones hasta 2013, para restablecer la confianza, dar consistencia a los efectos positivos de las medidas, establecer un sistema de interprofesiones territoriales y regionales y una política de acuerdos y rentas en el nivel territorial y el 'cese' de las batallas espurias en las estrategias de futuro. Por último, en el caso de las DO's debe establecerse un horizonte programado con objetivos y medidas a implementar para que las DO's tengan su lugar preferente en estratos de calidad y rigor elaborador, en el futuro del sector vitivinícola español, pues, sin duda, pueden ser las grandes perjudicadas de una medida positiva para el resto del sector como es la implementación del RPU, así como no debe demorarse la reflexión y análisis, dentro de cada DO, sobre su lugar y perspectivas en este nuevo marco y horizonte.

**LA OCM Y EL SECTOR VITIVINÍCOLA EN ESPAÑA**



# Las bodegas manchegas promoción en el exterior

ESTADOS UNIDOS, RUSIA, ALEMANIA, GRAN BRETAÑA  
Y HOLANDA SERÁN LOS OBJETIVOS PRIORITARIOS

**E**l día 16 de octubre se celebró una reunión en la sede de la Interprofesión del Consejo Regulador "LA MANCHA" con el propósito de conocer la opinión de las bodegas de la Denominación de Origen en lo que atañe a los planes promocionales que se realizarán para potenciar la comercialización nacional e internacional en lo que restaba de 2008 y durante los próximos dos años, un acto al que asistieron gerentes, directores comerciales y de exportación de unas 40 bodegas acogidas.



En dicha reunión, el presidente del C.R.D.O. La Mancha, Gregorio Martín Zarco, junto con el vicepresidente y miembro de la Comisión de Marketing, Miguel Ángel Valentín, y los representantes de las empresas designadas para realizar las campañas promocionales en 2008, Eurogap y Adiviti, solicitaron a las bodegas que se impliquen de forma directa en los ambiciosos planes que la Interprofesión tiene, tanto en el continente europeo como en Estados Unidos y Rusia.

La apuesta de los próximos años se decantará claramente por la promoción en el extranjero, puesto que es donde mayor crecimiento están experimentando los vinos de calidad manchegos. De hecho, en 2007 el 65 % (43.741.996 litros = 58.322.662 bot. de 75 cc.) de la cifra total de vino comercializado

(89.698.640 bot. de 75 cc.) como D.O. La Mancha se exportó, mientras que las ventas en España supusieron un 35 % (31.375.978 bot. de 75 cc.).

Por un lado, Eurogap, designada para llevar a cabo la campaña promocional en Estados Unidos y Rusia, avanzó que pretende organizar tres degustaciones anuales dirigidas a prensa especializada y a profesionales del sector en diferentes ciudades norteamericanas, empezando probablemente por Miami (Florida), y contando para ello con la participación del mayor número posible de bodegas acogidas a la D.O. La Mancha. También pretenden realizar misiones inversas y pondrán en marcha una página web específica para Estados Unidos con el dominio [www.winesfromlamancha.com](http://www.winesfromlamancha.com).

Hay que tener en cuenta que las ventas de vino con D.O. La Mancha a Estados Unidos en 2007 alcanzaron los 1.157.016 botellas, siendo una de las referencias importantes para esta Denominación de Origen, ya que es el cuarto país en importancia en el ranking de importadores, pero el primero si excluimos los no pertenecientes a la UE.

Se trata de un país en el que el consumo de vino ha crecido en los últimos años y se prevé que lo siga haciendo en el futuro. De hecho, se estima que en muy breve plazo se convierta en el primer consumidor del mundo en volumen.

Además, el perfil del consumidor medio es de una persona con alto poder adquisitivo, por lo que se trata de un mercado menos sensible al precio que otros países europeos

# apuestan por la durante el 2009 y 2010

(por ejemplo, Alemania o Rusia) y sí a la calidad, por lo que una vez introducidos, presumiblemente la fidelidad puede ser mayor.

Por otro lado, su consumo está muy orientado a los vinos blancos y, concretamente, al Chardonnay, lo que en teoría podría abrir posibilidades a nuestra gran producción de vino Airén joven.

A todo lo anterior hay que sumarle la fuerte influencia del mundo hispano, sobre todo en estados como Florida (objetivo número uno de la promoción), lo que puede influir positivamente en la receptividad del consumidor hacia nuestro producto (español y abanderado por el Quijote).

En cuanto a Rusia, comentar que las ventas de vino con D.O. La Mancha en 2007 ascendieron a 672.288 botellas, lo que supone un crecimiento del 30 % con respecto a 2006. Es también el quinto país en el ranking de importadores de vinos de esta D.O.

Por otro lado, el vino español está bien posicionado en Rusia y, aunque en el caso de La Mancha las expor-

taciones se han centrado sobre todo en vinos de mesa, también parece que se va abriendo un hueco cada vez mayor para los vinos de mayor calidad (denominación de origen).

En definitiva, se trata de un país en el que, pese a que la renta per cápita es baja, han surgido una multitud de nuevos ricos con demanda por vinos de alta calidad. De hecho, la importancia de la hostelería crece de forma muy destacable, sobre todo en las grandes ciudades, como Moscú y San Petersburgo, que serán los objetivos prioritarios.

Además, los rusos están muy habituados al consumo de bebidas con muy alto contenido de alcohol (vodka), por lo que el paso al vino, al margen de aportar un toque de snobismo occidental, puede ser visto como un producto más saludable entre la población.

Tras la propuesta de Eurogap, Activiti Nueva Comunicación, empresa encargada de la promoción en el mercado comunitario, comentó que está previsto que, en los primeros meses del próximo año, la Interprofesión del Consejo Regu-

lador de la Denominación de Origen "La Mancha", junto con varias bodegas acogidas, presente sus vinos a la hostelería, restauración y distribución de tres importantes ciudades europeas, que en principio serían Dusseldorf, Londres y Ámsterdam.

Estas presentaciones se insertarían dentro de una ambiciosa campaña promocional, que pretende reforzar la imagen de los vinos acogidos a la D.O. La Mancha en sus principales mercados, Gran Bretaña, Alemania y Holanda, donde afortunadamente estos vinos disfrutaban ya de un enorme prestigio ganado, sobre todo, gracias al esfuerzo de las bodegas acogidas, plenamente convencidas de tener vinos de enorme calidad y muy competitivos para cubrir las necesidades de estos exigentes mercados, lo que ha permitido que desde hace ya más de 10 años no hayan dejado de incrementarse las exportaciones de vinos manchegos.

Utilizando el slogan "Sangre de Gigantes", la agencia Activiti Nueva Comunicación pretende que los vinos manchegos capten la atención de la prensa especializada y la distribución, utilizando como reclamo al mejor embajador de La Mancha, Don Quijote, un hombre capaz de enfrentarse a los gigantes con tal de defender sus ideales. Y, siguiendo el planteamiento de la agencia, fue precisamente la sangre de esos gigantes, derramada en pos del honor y la verdad, la que regó los campos en los que hoy crecen las cepas de La Mancha, con cuyo fruto se elaboran unos vinos honestos y nobles.



Nueva Presentación

**TORRE DE GAZATE**

Vinícola de Tomelloso, S.C.L.  
Ctra. de Albacete, Km. 130  
13700 Tomelloso  
Teléfono: 926 513 004  
Fax: 926 538 001  
Correo electrónico: [ventas@vinicolatomelloso.com](mailto:ventas@vinicolatomelloso.com)  
[www.vinicolatomelloso.com](http://www.vinicolatomelloso.com)



**Tinto Roble 2007**

**Fase visual:** vino de color rojo cereza intenso.  
**Fase olfativa:** aromas frutales muy intensos, acompañados por un ligero toque de madera elegante.  
**Fase gustativa:** en boca es complejo y el retrogusto es suave, largo y con viveza.

Nueva Marca

**LATÚE**

Bodegas Latúe (Coop. San Isidro)  
Camino de la Esperilla, s/n  
45810 Villanueva de Alcardete (Toledo)  
Tel: 925 167 429-166 350  
Fax: 925 166 673  
Correo electrónico: [majasverdes@telefonica.net](mailto:majasverdes@telefonica.net)  
[www.granducwinery.com](http://www.granducwinery.com)



**Cabernet - Syrah**

**Fase visual:** color guinda intenso, bien cubierto de capa, limpio y brillante.  
**Fase olfativa:** elegante, afrutado e intenso.  
**Fase gustativa:** equilibrado y rico en matices, con retronasal agradable.

Nueva Presentación

**LAGAR ALTO**

Bodegas Noblejas  
Polígono Industrial La Carbonera, 6  
45350 Noblejas (Toledo)  
Tel: 925 140 910  
Fax: 925 141 336  
Correo electrónico: [jcalderon@hispanobodegas.com](mailto:jcalderon@hispanobodegas.com)



**Tempranillo 2007**

**Fase visual:** rojo picota brillante y muy limpio.  
**Fase olfativa:** afrutado, franco y muy limpio.  
**Fase gustativa:** equilibrado y elegante en boca.

Nueva Reserva

**SIGLO XX**

Coop. Cristo de la Vega  
General Goded, 6  
13630 Socuéllamos (Ciudad Real)  
Tel: 926 530388  
Fax: 926 530024  
Correo electrónico: [direccion@bodegascrisve.es](mailto:direccion@bodegascrisve.es)  
Página web: [www.bodegascrisve.es](http://www.bodegascrisve.es)



**Reserva 2003**

**Fase visual:** color rojo cereza-picota madura de capa alta, con tonos morados y cárdenos.  
**Fase olfativa:** aromas a frutas rojas con aporte de vainilla, torrefactos y notas de regaliz, es decir, intenso y complejo.  
**Fase gustativa:** estructurado y redondo en boca, con taninos dulces de madera.

Nueva Presentación

**ALTOVELA**

Coop. Ntra. Sra. de la Paz  
Desviación, 19  
45880 Corral de Almaguer (Toledo)  
Tel: 925 190 269  
Fax: 969 190 268  
Correo electrónico: [enologo@bodegasaltovela.com](mailto:enologo@bodegasaltovela.com)  
Página web: [www.bodegasaltovela.com](http://www.bodegasaltovela.com)

Denominación de Origen La Mancha

**ALTOVELA**



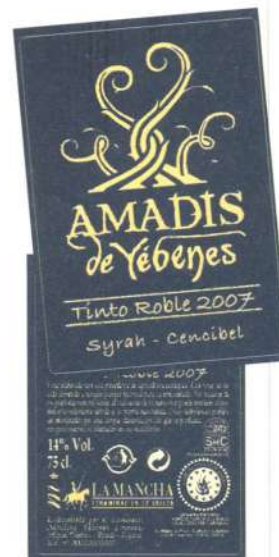
**Cabernet Sauvignon 2007**

**Fase visual:** bello color carmín oscuro.  
**Fase olfativa:** amplio aroma, afrutado con gran variedad de matices y aromas primarios.  
**Fase gustativa:** sabor aterciopelado con taninos redondos y persistentes.

Nueva Marca

**AMADÍS DE YÉBENES**

Aquilino Yébenes Jiménez  
Jardín, 58  
45830 Miguel Esteban (Toledo)  
Tel: 925 172 730  
Fax: 969 172 730  
Correo electrónico: [angelaqui@telefonica.net](mailto:angelaqui@telefonica.net)



**Tinto Roble Syrah Cencibel 2007**

**Fase visual:** color granate picota de gran intensidad.  
**Fase olfativa:** serio en nariz, con buena intensidad a frutas negras y un toque balsámico.  
**Fase gustativa:** equilibrado y armónico, con un final elegante.

Nueva Varietal

**BRO VALERO**

Bro Valero, C.B.  
Ctra. Las Mesas, Km.11  
02600 Villarrobledo  
Tel: 967 145 226  
Fax: 967 145 226  
Correo electrónico: sbro@vitis2000.com



**Syrah**

**Fase visual:** de color rojo violáceo.  
**Fase olfativa:** aromas de frutas rojas y cerezas.  
**Fase gustativa:** intenso, sabroso y muy agradable, con gran expresividad.

Nueva Marca

**ESTIRAPELLEJO**

Coop. San Isidro  
Cruces, 4  
13360 Las Labores (Ciudad Real)  
Tel: 661 994 483 / 659 617 605  
Fax: 926 210 949  
Correo electrónico:  
isilabrador.3062@cajarural.com



**Cencibel 2007**

**Fase visual:** de color rojo picota violáceo.  
**Fase olfativa:** aromas de fresas y moras.  
**Fase gustativa:** fresco, carnoso y con cuerpo.



Nueva Marca

**FINCA LABAJOS BRUT NATURE**

Bodega Finca Labajos, S.L.  
Marqués de Piquirroti, 12  
16600 San Clemente (Cuenca)  
Tel: 969 300 979  
Fax: 969 300 979  
Correo electrónico: info@fincalabajos.com  
www.fincalabajos.com



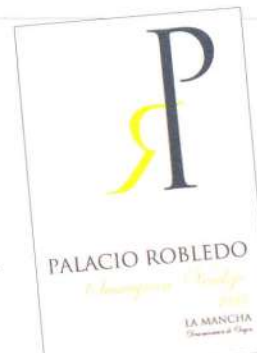
**Espumoso Brut Nature**

**Fase visual:** amarillo paja, muy limpio y transparente, con burbujas finas y rectas.  
**Fase olfativa:** limpio y aromático.  
**Fase gustativa:** seco, agradable y largo de expresión.

Nueva Marca

**PALACIO ROBLEDO**

Bodegas Juan Ramón Lozano, S.A.  
Avda. Reyes Católicos, 156  
02600 Villarrobledo (Albacete).  
Tel: 967 141 907  
Fax: 967 138 087  
Correo electrónico: administracion@bodegas-lozano.com  
www.bodegas-lozano.com



**Sauvignon Blanc Verdejo**

**Fase visual:** limpio y de color amarillo pálido brillante.  
**Fase olfativa:** intensos aromas herbáceos.  
**Fase gustativa:** sabores afrutados con limón y un largo final seco.



Nueva Presentación

**VILLA DEL JÚCAR**

Coop. San Isidro  
Tarazona, 58  
02636 Villalgordo del Júcar (Albacete)  
Tel: 967 455 282  
Fax: 967 455 282  
Correo electrónico: sanisidro@amialbacete.com



**Macabeo robe**

**Fase visual:** amarillo pálido con tonalidades verdosas, brillante y expresivo.  
**Fase olfativa:** intensa, afrutada y larga.  
**Fase gustativa:** ligero, suave, aromático y permanente.



Nueva Marca

**CAMPECHANO**

Coop. Santa Catalina  
C / Cooperativa, 2  
13240 La Solana (Ciudad Real)  
Tel: 926 632 194  
Fax: 926 631 085  
Correo electrónico:  
compras@santacatalina.es  
www.santacatalina.es



**Cencibel 2008**

**Fase visual:** rojo granate con tonalidades moradas. De capa media alta.  
**Fase olfativa:** muy limpio y afrutado en nariz, donde sobresalen los frutos rojos.  
**Fase gustativa:** fresco, muy equilibrado y con un posgusto en el que nos vuelve a recordar los frutos rojos.

# Miami Beach acoge con entusiasmo los vinos de calidad manchegos



Estados Unidos es un objetivo prioritario para los próximos años

**E**l empuje de los vinos manchegos se puso de manifiesto en la Feria Internacional del Vino de Miami ("Miami International Wine Fair"), celebrada entre los días 25 y 27 de octubre en el Centro de Convenciones de Miami Beach y que contó con la participación del salón español Iberwine, lo que permitió que la presencia española rondara el 40% del espacio.

A la Feria acudieron unos 4.500 profesionales (importadores/distribuidores, restaurantes y hoteles, minoristas de vino, consultores/formadores y compañías de cruceros/aerolíneas) de todo el mundo, lo que fue enormemente valorado por las bodegas manchegas presentes, que aprovecharon esta excelente oportunidad para que el público norteamericano conociese mejor los vinos de esta Denominación de Origen.



## El convenio con Caja Castilla La Mancha posibilitó a las bodegas manchegas acudir a la feria más importante de Florida

El stand del Consejo Regulador, financiado gracias al convenio de colaboración establecido entre esta institución y Caja Castilla La Mancha (CCM), que fue firmado en la sede del C.R.D.O. La Mancha el pasado día 21 por el presidente de la Interprofesión, Gregorio Martín Zarco, y el director territorial de Caja Castilla La Mancha, Antonio Muñoz, si bien, también estuvieron presentes por parte de la CCM el director de zona, Antonio González Roncero; y el responsable de marketing, Basilio Mateos; mientras que por parte de la Interprofesión asistieron su vicepresidente primero, Miguel Ángel Valentín; y el director gerente de la misma, Alfonso Alonso.

Gracias al citado convenio, la CCM aportó la cantidad de 36.000 euros, que se destinaron íntegramente al pago del stand de la D.O. "La Mancha" en la "Miami Interna-

tional Wine Fair", por lo que Martín Zarco agradeció a la entidad financiera castellanomanchega su colaboración, no sólo en este evento, sino en otras muchas ocasiones, esperando que en el futuro el convenio firmado se pueda renovar, lo que sin duda redundaría en beneficio de la comercialización de los vinos de calidad de La Mancha.

Por su parte, el director territorial de la CCM, Antonio Muñoz, afirmó que tanto el Consejo Regulador como Caja Castilla La Mancha tienen en común su trabajo en favor de los vinos manchegos, para los que son vitales iniciativas como ésta, dirigida a potenciar las exportaciones, ya que no en vano el 65 % de los vinos de la D.O. se consumen fuera de nuestro país. Además, es posible que este porcentaje incluso se incremente más en el futuro, por lo que Antonio

Muñoz instó, tanto a bodegas como a instituciones, a ahondar en proyectos que persigan mejorar las ventas, sobre todo en tiempos de crisis.

Volviendo a la "Miami International Wine Fair", comentar que el Consejo contó también con un espacio en el stand del Instituto de Promoción Exterior de Castilla-La Mancha (IPEX), atendido por el responsable de exportación de la D.O. La Mancha, Lorenzo Serrano, que valoró muy positivamente el interés de la distribución de Florida por los vinos manchegos, muy solicitados por su frescura y aromas, en el caso de los vinos jóvenes, mientras que los envejecidos en barrica (crianza, reserva y gran reserva) sorprendieron por su agradable paso de boca, sobre todo en el caso de la variedad Tempranillo, autóctona de nuestro país y todavía muy descono-

cida en Estados Unidos. Además, teniendo en cuenta la situación de crisis económica actual, la inigualable relación calidad precio de los vinos manchegos es otra baza a nuestro favor.

Por otro lado, Serrano consideró muy útil esta experiencia de cara a conocer de primera mano la situación del mercado de Estados Unidos y, concretamente, Florida, que se ha seleccionado a Florida como punto de entrada de los vinos manchegos el gigante norteamericano porque este estado consume anualmente más de 200 millones de litros de vino, lo que supone casi el 8% de total de las ventas en el mercado vinícola estadounidense. Además, lo hispano tiene en Florida muy buena aceptación debido al gran porcentaje de población de origen cubano.

Por otro lado, las estimaciones actuales indican que Estados Unidos será el mayor consumidor de vino del mundo en el año 2010, siendo la cuota de vinos importados del 25 %, lo que supone una cifra verdaderamente importante que no debe ser desaprovechada por los vinos españoles y particularmente por los manchegos, cuya relación calidad precio es enormemente valorada y cuyo volumen de ventas en 2007 ascendió a 1.157.016



botellas. De hecho, nuestro país es ya el cuarto suministrador de vino por valor (tras Francia, Italia y Australia) con una cuota del 6% y el quinto en volumen (Italia, Australia, Francia y Chile) con una cuota del 5%.

Además, el perfil del consumidor medio es de una persona con alto poder adquisitivo, por lo que, pese a que la crisis económica se ha de-

jado notar, se trata de un mercado menos sensible al precio que otros países europeos y sí a la calidad, por lo que una vez introducidos, presumiblemente la fidelidad puede ser mayor, aunque no debemos olvidar que la actual apreciación del euro frente al dólar no facilita mucho el crecimiento de ventas a corto plazo, aunque sí que parece el mejor momento para realizar campañas de promoción.

#### LISTADO DE BODEGAS QUE ACUDIEON A FERIA EN EL STAND DEL C.R.D.O. LA MANCHA:

- **Bodegas La Remediadora** (Coop. La Remediadora) de La Roda (Albacete).
- **Bodegas Yuntero** (Coop. Ntro. Padre Jesús del Perdón) de Manzanares (Ciudad Real).
- **Bodegas Centro Españolas, S.A.** de Tomelloso (Ciudad Real).
- **Coop. El Progreso** de Villarrubia de los Ojos (Ciudad Real).
- **Bodegas Entremontes** (Coop. Ntra. Sra. de la Piedad) de Quintanar de la Orden (Toledo).
- **Finca La Blanca, S.L.** de La Puebla de Almoradiel (Toledo).

#### LAS BODEGAS ACOGIDAS A LA D.O. LA MANCHA PRESENTES EN EL STAND DEL IPEX FUERON:

- **Vidal del Saz** de Campo de Criptana (Ciudad Real).
- **Bodegas Bernal García Chicote** de Pedro Muñoz (Ciudad Real).
- **Coop. Virgen de las Viñas** de Tomelloso (Ciudad Real).
- **Bodegas Ayuso, S.L.** de Villarrobledo (Albacete).
- **Finca La Estacada** de Tarancón (Cuenca).



Florida puede ser  
la puerta de entrada  
al mercado  
norteamericano

El público disfrutó  
con la gran  
diversidad de vinos  
que ofrecen las  
bodegas manchgas



# El defecto a moho de los VINOS ESPAÑOLES



M. Luisa Copete



Amaya Zalacain



M. Rosario\* Salinas

Grupo de Química Agrícola.  
Departamento de Ciencia y Tecnología Agroforestal.  
ETSI Agrónomos, UCLM. Avda. España, s/n, 02071, Albacete.  
\*Rosario.Salinas@uclm.es

Uno de los defectos del vino que mayores problemas causa en el sector es el que se conoce como gusto o sabor a corcho, nombre que implica al corcho como responsable directo del mismo. Sin embargo, aunque investigaciones que se remontan a unos años atrás ya pusieron de manifiesto que el corcho no es el único agente causante del defecto, esta atribución ha supuesto importantes pérdidas financieras tanto para las bodegas como para la industria del corcho. Según el nombre dado a este defecto, el olor percibido en una botella contaminada debería recordarnos al corcho, sin embargo se describe como mohoso o/y tierra mojada, lo cual es una contradicción. A nuestro entender el término más adecuado para este defecto debería ser "gusto o sabor a moho" por lo que en adelante será el que utilizaremos en este artículo.

Entre los compuestos químicos responsables de este defecto destaca el 2,4,6-tricloroanisol (TCA), ya que se encuentra presente en más del 80% de vinos que manifiestan gusto a moho. Esto justifica en parte la gran cantidad de estudios que se han hecho sobre el TCA, tanto a nivel analítico como a nivel sensorial, pues además, su olor particular es mohoso y su umbral de percepción olfativa es muy bajo, del orden de 10 ng/l, lo que indica que aún encontrándose en concentraciones tan bajas podríamos olerlo. Existen varias hipótesis sobre como llega este compuesto al

vino, la más extendida es la que implica al tapón de corcho como vehículo transportador y que posteriormente lo lixiviaría al vino. Pero cabría preguntarse como llega el TCA al tapón, ya que no se encuentra de forma natural en el corcho en cantidades suficientes para contaminar un vino. Se sabe que el TCA procede de la transformación de su correspondiente triclorofenol, el 2,4,6-triclorofenol (TCP), proceso que pueden realizar varios microorganismos entre los que destacan los hongos filamentosos y que pueden existir en varias matrices, entre ellas el corcho. Por tanto, para que un tapón de corcho lixivie TCA a un vino, previamente ha debido estar en contacto con TCP, que a su vez ha tenido que ser transformado en TCA por mediación microbiológica. Ambos compuestos, TCA y su precursor TCP, pertenecen a dos familias químicas emparentadas, los cloroanisoles y los clorofenoles respectivamente.

Entre los cloroanisoles también podría producir este defecto en los vinos el 2,3,4,6-tetracloroanisol (TeCA) y el pentacloroanisol (PCA) pues, al igual que el TCA poseen olores mohosos. Sin embargo, sus umbrales de percepción olfativa son mayores que el TCA y por tanto se necesitarían mayores concentraciones de estos compuestos que de TCA para que un catador pudiera percibir su olor.

Los clorofenoles están incluidos entre los agentes xenobióticos que se pueden encontrar en la naturaleza,



con el agravante de su amplia utilización por ejemplo como herbicidas y fungicidas en agricultura o para la conservación de la madera. Estos compuestos son tóxicos, bioacumulativos y persistentes en el ambiente, y existen estudios toxicológicos que los relacionan con diferentes tipos de cáncer en personas expuestas. En el caso de los clorofenoles implicados en el gusto a moho de los vinos destacan el ya mencionado TCP (precursor del TCA), y el 2,3,4,6-tetraclorofenol (TeCP) que es precursor del TeCA. Ambos clorofenoles, TCP y TeCP, pueden proceder de la transformación de otros plaguicidas de su misma familia química, en especial del pentaclorofenol (PCP). El más tóxico de ellos es el TCP al que se le clasifica como agente B2 (probable carcinógeno en humanos) y se indica alto riesgo a niveles de 5 µg/L en agua potable. Los demás clorofenoles se incluyen en el grupo VA (inadecuados datos para evaluación), aunque para el TeCP se recomienda una concentración máxima aceptable en agua potable de 100 µg/L.

Así pues, los clorofenoles presentes en un vino pueden tener diferentes orígenes: por un lado, podrían proceder de los tratamientos fitosanitarios a base de PCP aplicado en los alcornocales, o como resultado del lavado de las planchas de corcho con aguas cloradas, lo que provocaría la formación de clorofenoles, pues el corcho, contiene de forma natural compuestos fenólicos que al reaccionar con el cloro formarían estos compuestos. Por otro lado, podrían fijarse al corcho desde el ambiente de la zona

de almacenamiento, como podría ser el caso de una bodega ya contaminada. Finalmente, podrían pasar al vino como resultado del contacto directo de este con maderas o productos enológicos contaminados. En consecuencia, no debemos considerar al corcho ni como el único responsable de este defecto en los vinos, ni tampoco como el mayor responsable, pues hay que tener en cuenta que una normativa europea prohíbe el uso del PCP, y que en las corcheras además de no utilizar agua clorada se hace un exhaustivo control de estos compuestos. Sin embargo, en las bodegas se usa el agua clorada como agente de limpieza, y ya hemos comentado que el cloro podría formar clorofenoles al reaccionar con los compuestos fenólicos, compuestos estos que son muy abundantes en los propios vinos y en las maderas de barricas, palets, paredes, etc. Muchos de los productos enológicos utilizados pueden adsorber del ambiente todos estos derivados clorados, e incluso los propios materiales de construcción poseen agentes retardantes de fuegos a base de derivados clorados o de su misma familia química (halógenos) que podrían derivar en compuestos con olor a moho.

Por lo tanto, el defecto de gusto a moho de los vinos se debe principalmente a un grupo de compuestos entre los que destacan los cloroanisoles, TCA, TeCA y PCA, compuestos volátiles que poseen olor mohoso. Sin embargo, los precursores de los cloroanisoles son los correspondientes clorofenoles, a los que debería dedicarse un estudio en profundidad sobre su posible presencia en el vino.

El grupo de investigación de Química Agrícola de la Universidad de Castilla-La Mancha ha abordado un amplio estudio sobre los clorofenoles y cloroanisoles en vinos tintos, que fue financiado por el Ministerio de Educación y Ciencia dentro del Plan Nacional de I+D+I durante los años 2004 a 2007 y que contó con el apoyo de la Unión de Consumidores de Castilla-La Mancha. El principal objetivo fue conocer el alcance real del defecto "gusto a moho" en vinos tintos de calidad, referente tanto a la presencia de todos estos compuestos en los vinos, como a su relación con el consumo y los riesgos de toxicidad inherentes a los mismos. La gran envergadura del proyecto en cuanto a muestreo y número de datos analíticos requirió la participación del grupo de investigación de "Química



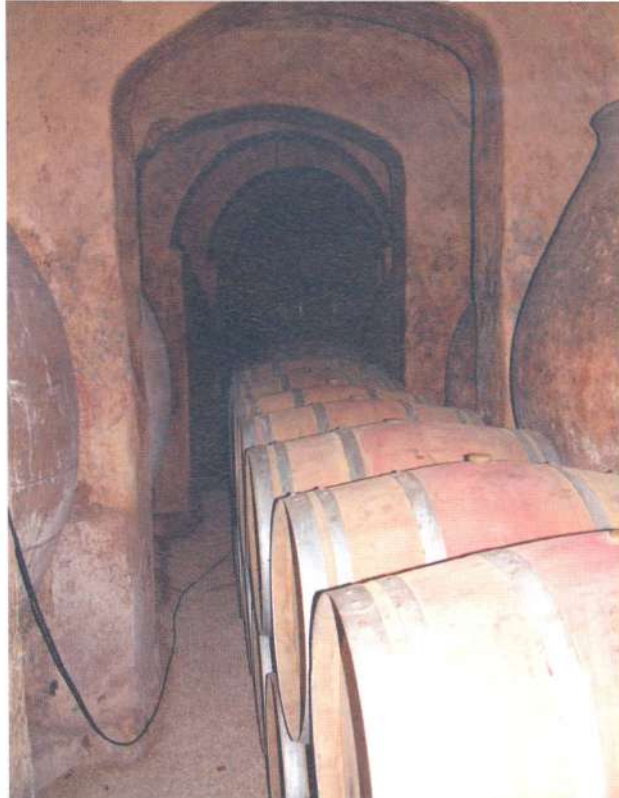
Enológica Aplicada” de la Universidad Politécnica de Valencia, expertos en la aplicación de métodos estadísticos multivariantes para la caracterización varietal y diferenciación de vinos.

Para abordar este estudio se propuso en primer lugar un sencillo método analítico capaz de analizar los principales halofenoles y haloanisoles asociados a este defecto, lo cual constituyó un importante avance científico pues permitió la determinación en los vinos en un solo análisis no sólo de TCA sino también de TeCA, PCA, TCP, TeCP y los derivados bromados TBA (2,4,6-tribromoanisol) y TBP (2,4,6-tribromofenol), todo ello en tan solo hora y media.

La parte más compleja fue la selección de vinos ya que debían de ser representativos de las principales Denominaciones de Origen españolas. Como punto de partida estimamos que el 75% de las muestras adquiridas debían pertenecer a las cuatro DO mayoritarias en comercialización de vinos tintos: Rioja, Mancha, Ribera del Duero y Valdepeñas y el 25% restante a DOs que representarían la mayor parte de las regiones vitivinícolas de España (Priorato, Terra Alta, Costers del Segre, Cariñena, Penedés, Somontano, Jumilla, Valencia, Utiel – Requena, Ribera del Guadiana, Toro, Vinos de Madrid y Navarra). El muestreo se realizó durante dos años consecutivos y las muestras se adquirieron en centros comerciales y tiendas especializadas de todo el territorio nacional, tal como haría un consumidor habitual de vino. El número total de vinos que se compraron fue de 966 de los cuales 503 fueron crianzas, 352 reservas y 111 grandes reservas. Los datos de consumo fueron encargados a la consultora AC Nielsen y los resultados obtenidos en todo el estudio se agruparon incluyendo los vinos de las diferentes DO en 6 áreas geográficas: área 1 (zona noreste), área 2 (zona este), área 3 (zona sur), área 4 (zona centro), área 5 (zona noroeste) y área 6 (zona norte).

Entre los resultados obtenidos, los que consideramos más interesantes para el sector enológico son los siguientes:

- El 16% de los vinos analizados tiene uno o varios de estos compuestos, destacando el área 6 con el 9,94%, el área 1 con el 2,28%, el área 4 con el 2,07%, el área 2 con el 1,14% y el área 3 con el 0,62%.
- La concentración media de halofenoles y haloanisoles en todos los vinos analizados sobrepasa el umbral de percepción olfativa para TCA, TeCA y TBA, y por tanto podrían ser detectados por un consumidor habitual.
- El 5,28% de los vinos contienen TCA, pero es el TeCA el compuesto más importante al ser detectado en el 6,83% de los vinos. El siguiente compuesto en abundancia es el TCP que ha aparecido en el 4,76% de los



vinos. Estos datos están de acuerdo con las proporciones que se indican en la bibliografía respecto a TCA, sin embargo, ponen de manifiesto por primera vez que se encuentra más frecuentemente TeCA en los vinos que TCA y sugieren que debería tenerse en cuenta al TCP como compuesto “alarma” del gusto a moho ya que es precursor de TCA.

- Teniendo en cuenta la división de los vinos según sean crianzas, reservas y grandes reservas, y considerando la proporción de vinos contaminados en cada uno de estos grupos, destacan los reservas con el mayor número de botellas contaminadas (20%), seguidos de los crianzas y de los grandes reservas. Sin embargo las concentraciones medias más bajas de TCA, TeCA y TBA se encuentran en los vinos reserva y las más altas en los vinos de crianza.
- Si tenemos en cuenta la distribución geográfica de la contaminación y considerando el número de muestras procedentes de cada zona, el orden de mayor a menor número de muestras encontradas en cada área con uno o varios de estos compuestos fue: área 3 > área 6 > área 1 > área 4 > área 2.
- En cuanto al efecto sobre el consumidor, teniendo en cuenta los niveles detectados y los estudios de toxicidad de los compuestos, no existe riesgo alguno para la salud del consumidor habitual de vino tinto de calidad. Para hacernos una idea, en el caso extremo de que un mismo individuo tuviera la mala suerte de comprar todos los vinos contaminados de este estudio, no tendría ningún problema de salud ocasionado por la ingestión de estos compuestos.

El defecto a gusto a moho de los vinos es por tanto, un problema más comercial y de rechazo organoléptico por parte del consumidor que de seguridad alimentaria.

## Los vinos de la D.O. La Mancha colaboran con la Berenjena de Almagro



**E**n el marco de la III Muestra gastronómica de la Berenjena de Almagro, celebrada el pasado día 5 de noviembre en el Cigarral de Santa María de Toledo, también se pudieron degustar diversos vinos manchegos en un perfecto maridaje con los diferentes platos ganadores, todos ellos realizados a partir de berenjena de Almagro como ingrediente fundamental, ya que no en vano el principal objetivo del evento era el que grandes cocineros dieran a conocer las posibilidades gastronómicas de un producto típico Manchego.

El Consejo Regulador de los Vinos de "La Mancha" fue además uno de los patrocinadores de este acto en el que, además de numerosos medios de comunicación y representantes de la hostelería, se contó con la presencia de las principales autoridades regionales, destacando el presidente de Castilla-La Mancha, José María Barreda Fontes.

En otro orden de cosas, comentar que el pasado día 13 de noviembre también se celebró la primera entrega de Premios del Jamón Serrano de Castilla-La Mancha, que contó con la presencia, entre otros del nuevo Consejero de Agricultura y Desarrollo Rural, José Luis Martínez Guijarro, que se felicitó por el éxito de esta iniciativa, que sin duda tendrá continuidad en el tiempo.

También acudió al acto el presidente del C.R.D.O. La Mancha, Gregorio Martín Zarco, para el que siempre es una excelente noticia el que las indicaciones de calidad de la región se reconozcan, ya que son las que aportan un mayor valor añadido a los productos.



> Seguros que  
**apuntan más alto**



**Nueva  
Gama**

**Seguros del Cazador RuralCaza**





## Nuevos premios para Bodegas Ayuso

Los vinos de Bodegas Ayuso, S.L. de Villarrobledo (Albacete), inscrita en la Denominación de Origen "LA MANCHA" desde la creación de ésta, en 1973, han vuelto a ser galardonados en Eslovenia, París y Londres.

Concretamente, el "Finca Los Azares Petit Verdot 2005" ha conseguido la medalla de oro en la "Cata Internacional de Vino de Ljubljana 2008", celebrado recientemente en la capital eslovena.

Por otro lado, la marca Estola Gran Reserva 1999 ha conseguido una medalla de oro en la Internacional Wine & Spirit y la plata en el Concurso Tempranillos al Mundo, celebrado en París en junio.

Este reconocimiento se viene a sumar a los innumerables premios obtenidos por esta conocida bodega familiar de Villarrobledo, pionera en la elaboración de vinos de reserva en la Denominación de Origen "LA MANCHA" y que ha mantenido una línea de calidad desde su aparición, allá por el año 1947, hasta hoy, estando equipada con la última tecnología y contando con uno de los parques de barricas más importantes de la región, que supera las 10.000 unidades, además de una línea de embotellado con capacidad para 15.000 botellas/hora.



## "La letra con vino entra"

"La letra con vino entra" es el recurrente título elegido por Bodegas Vihucas de Villacañas (Toledo) para la organización de sus primeras jornadas enoliterarias, que tuvieron lugar del 18 al 29 de noviembre en la librería Fuentetaja, situada en pleno centro de Madrid, y que vuelven a poner de manifiesto la gran labor de difusión de la Cultura del Vino desarrollada por esta bodega toledana.

## "La Cooperativa la Unión" presentó sus nuevos vinos



El pasado día 29 de noviembre la Cooperativa La Unión de Alcázar de San Juan (Ciudad Real) presentó en la Plaza de España de Alcázar de la citada localidad sus nuevos vinos jóvenes de la cosecha 2008, entre los que, además de los habituales Airén y Tempranillo,

también se presentaron vinos de las variedades Macabeo, Verdejo y Syrah, si bien, la novedad más esperada fue el "Élite", un vino tinto multivarietal en el que el enólogo de la bodega, Antonio Quintanilla, tiene muchas ilusiones puestas.

A dicha presentación acudieron, entre otros, la vicepresidenta de la cooperativa, María del Carmen Román Mazuecos; el teniente alcalde de Alcázar de San Juan, Ángel Parreño; y el gerente de la Empresa de Control e Inspección "La Mancha".

## Bodegas Centro Españolas celebra un recital de poesía y flamenco



Félix Grande y Oscar Herrero ofrecieron una charla recital en un acto celebrado en la Sala del Brandy Casajuana de Bodegas Centro Españolas en Tomelloso, donde se presentó en sociedad el nuevo Brandy Casajuana CITIVS Reserva Especial.

El poeta, narrador y flamencólogo Félix Grande premio nacional de las letras Españolas y el guitarrista Oscar Herrero premio Nacional de Guitarra Flamenca, hicieron una férrea defensa de la guitarra flamenca, con la palabra y la música

en el recital que ofrecieron en Bodegas Centro Españolas en una abarrotada sala del Brandy Casajuana en un acto organizado como puesta de largo de Bodegas Centro Españolas al cumplir la vendimia décimo octava dentro de su Proyecto Allozo Cultura, en el que una vez más la música y la literatura se unieron a las manifestaciones culturales de este proyecto bodeguero, que apoya también, entre otras actividades, al deporte, el enoturismo, la gastronomía, el folklore etc...

Aventuras y desventuras de la guitarra flamenca era el título de este recital en el que Félix Grande habló del desprecio que ésta ha sufrido en no pocas ocasiones de manera tremendamente injusta. El poeta leyó versos que el mismo escribió para alabar las excelencias de la guitarra flamenca, Oscar Herrero interpretó sus composiciones propias y demostró que es un arte capaz de emocionar y provocar sensaciones intensas, convirtiéndose en todo un placer.

En este Acto se presentó el Brandy Casajuana CITIVS Reserva Especial, un brandy que según explicó el Director de Bodegas Centro Españolas, Miguel Ángel Valentín, está confeccionado con el propósito de conquistar al público más joven, al ser más ligero y aromático, sin olvidarnos de su envejecimiento, pero recordando los aromas de las holandas de doble destilación empleadas en su elaboración.

Al final se degustaron los vinos Allozo de la nueva vendimia 2008 y el Crianza 2005, enormemente premiado y buque insignia de los vinos Allozo en todo el mundo. En la organización de este acto colaboraron la asociación pro música Guillermo González y el área de cultura del ayuntamiento de Tomelloso.



## Nueva edición de **Manchavino 2008**

Socuéllamos celebró la VIII Feria del Vino de La Mancha, "Manchavino 2008", la semana del 1 al 8 de septiembre y, según indicó el alcalde de esta localidad, Sebastián García, esta Feria, que cuenta con presupuesto de 30.000 euros, tiene como objetivo "no vender vino sino crear potenciales consumidores del vino de La Mancha" y su alma se sitúa entorno a la Plaza del Vino, en la que se instalaron una serie de stands ocupados por bodegas y cooperativas de la comarca, que dieron a probar sus vinos: Vinícola de Villarrobledo y Bodegas Lozano de Villarrobledo; Bodegas Campos Reales de El Provencio; Bodega San Isidro de Pedro Muñoz; Bodegas Manuel de la Osa de Pedroñeras; y Cooperativa Cristo de la Vega, Bodegas Lahoz, Bodegas Los Nevados, Hermanos



Delgado, SAT Virgen de Loreto, Bodegas Altizia, y Vino y Bodegas de Socuéllamos.



Además, el 2 de septiembre se celebraron, en el Salón de Plenos del Ayuntamiento, las Juntas Directivas combinadas de la Asociación Regional de Empresarios Vitivinícolas de Castilla-La Mancha y la Asociación de Empresarios de Mostos de Uva y Zumos de Uva de Castilla-La Mancha. Los responsables de estas organizaciones hablaron sobre la aplicación de la reforma de la OCM en una charla titulada: "Análisis de la coyuntura y propuestas asociativas de actuaciones para el mejoramiento del conjunto de la comercialización vitivinícola española y castellano-manchega".



Destacar también las visitas del Consejero de Asuntos Económicos de la Embajada de Alemania en España, Horst Siffrin, y del popular cocinero, Martín Berasategui, que cuenta con tres estrellas Michelin, y que fue uno de los protagonistas del evento, ya que se encargó de dar el pregón de inauguración y, además, fue nombrado "Vinatero de Honor".

Por último, comentar que También se organizaron distintas visitas de carácter lúdico a las bodegas de la localidad y que el día de la clausura se celebraron también los ya tradicionales concursos de Cata de Vinos, de Zurra, de Uva Pisada por parejas y de racimos.

## La Cooperativa El Progreso celebró la quinta edición de los premios "Ojos del Guadiana"

El pasado día 7 de noviembre, la cooperativa El Progreso de Villarrubia de los Ojos celebró la quinta edición de sus premios "Ojos del Guadiana", cuyo prestigio y reconocimiento ha ido creciendo a la par que esta bodega villarrubiera, que agrupa a cerca de 2.000 socios y que por volumen sería la tercera mayor de la Zona de Producción La Mancha.

Los premios, que llevan el mismo nombre que la marca estrella de la bodega, "Ojos del Guadiana", bajo la cual se embotellan los vinos acogidos a la Denominación de Origen "La Mancha", que además han sido muy galardonados en los últimos años por su calidad, han recaído en esta ocasión en la medallista paralímpica Ana García-Arcicóllar, de raíces manchegas; el director del programa "A pie de campo" de RCM, Jorge Jaramillo; el "Padre patera" y la Selección Española de Natación Sincronizada.

Al acto asistieron, entre otros, el director del IVICAM, Alipio Lara; el presidente



del C.R.D.O. La Mancha, Gregorio Martín Zarco y el director de UCAMAN, José Luis Rojas, así como el expresidente de esta organización, Alejandro Cañas; la responsable de comunicación de Caja Rural de Ciudad Real, Teresa de Cuadra; periodistas de diversos medios de comunicación provinciales y regionales; y representantes de varias bodegas manchegas y socios de la Cooperativa anfitriona, hasta llegar en total a un aforo superior a las 500 personas, que se reunieron en el nuevo salón del complejo hostelero Mirador de La Mancha, ubicado en un paraje único a las afueras de Villarrubia.

El presidente de la Cooperativa "EL Progreso", Cesáreo Cabrera, mostró su satisfacción por la aceptación que han tenido estos premios desde su creación y se enorgulleció de que esta quinta edición haya contado con unos premiados de primer nivel, al igual que sucede con los vinos de su bodega, que han vuelto a cosechar triunfos de prestigio, como la Medalla de

Oro de la Gran Selección del Gobierno de Castilla-La Mancha recibida por su "Ojos del Guadiana Gran Reserva", que también resultó premiado en el Concurso a la Calidad de Vinos Embotellados de la Denominación de Origen "La Mancha".

También es importante destacar que el brindis que todos los invitados realizaron tras la entrega de premios se realizó con un espumoso de la nueva añada, único vino nuevo que se pudo presentar en el acto debido a que el retraso de la vendimia impidió que las novedades de la bodega pudieran estar a tiempo para la entrega de premios, aunque en breve saldrán al mercado.

Por último, comentar que la gala, que estuvo patrocinada por Caja Rural de Ciudad Real, Alcohólicas Reunidas, Agrovín y Diputación Provincial de Ciudad Real, entre otras empresas colaboradoras de la localidad, tuvo como cierre estelar la actuación del cantante Sergio Dalma.





Joaquín Muñoz Coronel

Academia de Gastronomía  
de Castilla-La Mancha

# Maridaje de platos y vinos, un arte en alza.

## (XI) Legumbres, potajes y cocidos

**E**scribimos estas letras en los días previos a la Navidad. Un periodo que, como sabemos, se prolonga durante casi un mes. Es decir, desde poco después de la Inmaculada, hasta la Festividad de los Reyes Magos. Durante estos días habremos tenido tiempo de degustar los mejores manjares de nuestra despensa, y también de brindar con nuestros buenos espumosos. Excelentes vinos alegres, chispeantes y saltarines de nuestra tierra que, aunque no puedan llevar el apellido de champaña o de cava, en muchos casos no tienen nada que envidiar a otros revestidos de tan rimbombantes apelativos.

Pero vayamos ya al tema de este trabajo, las legumbres que utilizamos en potajes y cocidos, tan variados y tan populares en la gastronomía española. Denominamos legumbre a un grupo de alimentos muy homogéneo, formado por los frutos secos de las leguminosas. Desde tiempos inmemoriales se han cultivado diferentes especies en el Nuevo y en el Viejo Mundo. América aportó las judías de la peladilla, las habichuelas y las alubias normales que agrupan a distintas variedades conocidas como vainas verdes, alubias blancas, habitas tiernas, frijoles pintos, judías enanas y frijoles comunes. Los guisantes, garbanzos, lentejas, habas, almortas y otras, proceden del hemisferio oriental.

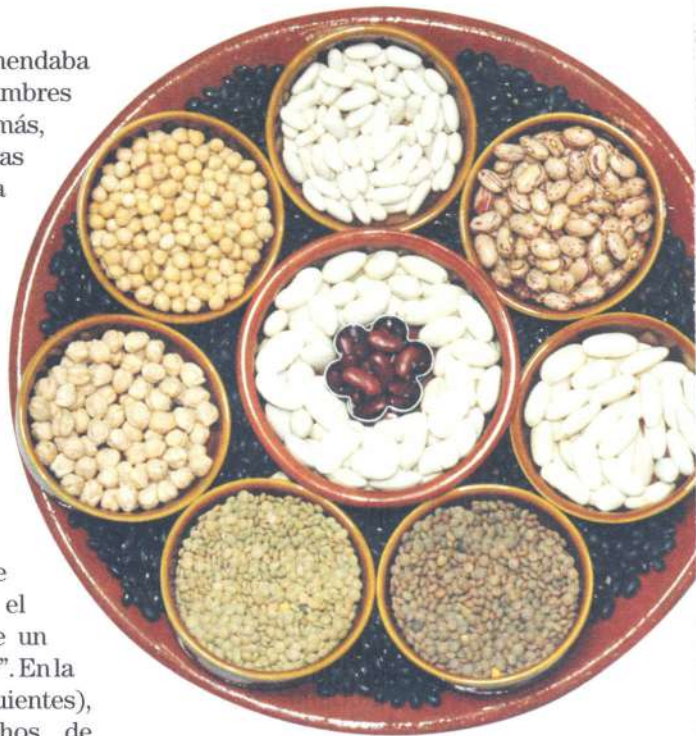
A las leguminosas secas se les ha llamado “la carne del pobre”, interesante designación desde varios puntos de vista. Ya en tiempos

medievales la Iglesia recomendaba el consumo de legumbres durante la Cuaresma. Además, se asocian las leguminosas con la idea de pobreza frente al consumo de carne animal, símbolo de riqueza. Una asociación que viene desde la antigua Grecia. En “Pluto”, de Aristóteles, uno de los personajes comenta, hablando de un nuevo rico: “ahora ya no le gustan las lentejas”.

La expresión “carne de pobre” es despectiva en el sentido de que constituye un alimento de “segunda clase”. En la Biblia (Génesis 25, 34 y siguientes), Esaú vende sus derechos de primogenitura (tan importante) por un plato de lentejas (de escaso valor). En cambio cuando van a obtener la bendición de Isaac, le preparan un “guiso sabroso” hecho de carne.

### Desde la Biblia

También es la Biblia la que recoge el primer experimento dietético realizado con seres humanos alrededor del año 600 a. C. En Daniel 1,8-19 se relata cómo el rey de Babilonia, Nabucodonosor II, ordenó que se criasen en su palacio algunos hijos de israelitas cautivos, entre ellos Daniel, y que se les diese una ración diaria de la comida del rey. Daniel, para no contaminarse con la comida pagana, propone al vigilante un ensayo durante diez días en que se da a los niños



“legumbres para comer y agua para beber”. Al final del período presentaban mejor aspecto que los que seguían la alimentación del rey. Cuando fueron conducidos ante Nabucodonosor, éste “no encontró entre todos ninguno como Daniel y sus compañeros”.

Las leguminosas, junto con los cereales y con algunas frutas y raíces tropicales, han sido la base principal de la alimentación humana por milenios, siendo el compañero inseparable de la evolución del hombre. Actualmente, el consumo de leguminosas varía desde los 3 gramos/persona/día en Suecia, Alemania, etc. a los 71 gramos en la India. Un consumo inverso al de proteínas de origen animal.

Según los datos de la FAO, en

Estados Unidos e Italia el consumo de leguminosas desciende con el aumento de los ingresos, mientras que en Austria, Alemania, Países Bajos, Noruega y la mayoría de los países de Europa Central y Septentrional, el pequeño consumo de las leguminosas no está influido por el poder adquisitivo. Contrariamente, en la India, Japón, y otros países asiáticos el consumo de leguminosas es mayor en los grupos de rentas elevadas que en las más inferiores.

También en España ha descendido el consumo de legumbres desde los años sesenta. Las causas son múltiples, como la tendencia de los consumidores a elegir proteínas de origen animal, y el aumento del nivel de vida que ha incrementado el consumo de otros alimentos. También influye el estilo de vida, ya que el hombre y la mujer trabajan fuera de casa y no disponen de mucho tiempo para cocinar. Pero no es previsible que la proteína vegetal -legumbres principalmente- sustituya a medio o corto plazo al consumo de la proteína animal, sobre en los países menos avanzados.

En nuestro país gozan de protección, según el Inventario de Productos Tradicionales del MAPA de 1996, las siguientes legumbres: Alubias (Carilla, de Guernika, Bergantiños, León-La Bañeza y Tolosa); Caparrones (La Rioja); Faba Asturiana; Garbanzos (Castellano, Escacena, Fuentesauco y Pedrosillano); Garrofó (C. Valenciana); Judías (Barco de Ávila, Ganchet); Lenteja (Albacete, La Armuña) y Pochas de Navarra.

### Engorde y flatulencia

El 60% de hidratos de carbono -no imprescindibles para el hombre pero sin los cuales la dieta no es correcta- son los responsables del aportecalórico. Perosu "capacidad" de engordar está directamente ligada a las cantidades que se ingieran y al "acompañamiento" como chorizo, panceta, oreja, etcétera. Tampoco es exacta la idea de que las legumbres se

digieren mal, ya que el proceso de digestión se realiza en su práctica totalidad en condiciones normales en individuos sanos, con la gran ventaja de que son carbohidratos de lenta asimilación.

La causa de esta creencia puede estar originada en los síntomas que se presentan en el intestino grueso, con formación de gases y dilatación, debidos a la fermentación de los azúcares no digeribles (hidratos de carbono complejos y fibra), que en ciertas personas pueden acentuarse por el alto contenido de proteínas. Las legumbres tiernas son más aconsejables desde el punto de vista nutricional, aunque desde el punto de vista gastronómico y por la variedad de preparación, las secas son las más utilizadas en potajes y cocidos.

Las recomendaciones en el consumo de legumbres pasan por su conservación en lugar fresco y seco, y utilizar en un periodo de 6 a 9 meses. Pueden emplearse en guiso, ensaladas y platos de verduras, hechas puré en sopas, o molerse y emplearse en croquetas y pastas para untar. Su elevado contenido en proteínas libera un 30% más si se comen con un cereal, por eso en muchos países se sirven con arroz o pan. Conviene ponerlas en remojo unas 12 horas antes con agua lo más pura posible, sin añadirle sal ni bicarbonato que ralentiza el ablandamiento y altera el sabor.

Judías, guisantes o lentejas que se ponen muy tiernos al cocinarlos, absorben bien otros sabores y son especialmente buenos en guisos muy especiados o con hierbas aromáticas, mientras que los que tienen una textura más firme es mejor usarlos enteros como hortaliza o en ensaladas. Se recomienda consumir legumbres dos veces por semana sin perder este hábito en verano, por ejemplo en ensaladas frías o cremas mezcladas con verduras. Muchas de las desventajas de la cocción y de su remojo inicial se han eliminado en la actualidad ya que es posible adquirirlas envasadas

en latas o en tarros de cristal, que por regla general poseen largos periodos de conservación. También se han popularizado unas lentejas de cocción rápida que no necesitan remojo previo.

### Cocinar y beber

Cien gramos de legumbres aportan 350 calorías, cantidad de grasa inapreciable, como los cereales, y sales minerales, hierro y vitaminas B1 y B2. La ración por persona está entre 70 y 100 gramos de legumbres del año que presenten buen aspecto. En muchos casos la pesadez de su digestión se debe principalmente a los acompañantes, que modifican su valor nutritivo, como el potaje de garbanzos con bacalao, o las judías con chorizo o lentejas con arroz.

Pero al ser ricas en fibra, las legumbres regularizan el intestino y eliminan colesterol. Su alto contenido en proteínas vegetales completan el aporte de las de la carne, pescado, huevos y productos lácteos.

Las legumbres deben hervir suavemente para que se no se despellejen, moviendo ligeramente la cazuela para engordar el caldo de las judías, o añadiendo una cucharada de puré de las mismas judías. El caldo de cocción tiene un valor inmenso porque van disueltos todos los minerales y vitaminas.


A la hora de acompañarlas con vino, no debemos olvidar que las legumbres son un plato contundente, sobre todo cuando las preparamos en guisos. Alubias, judiones, pochas, garbanzos o lentejas, combinan armoniosamente con tintos de crianza de cierta juventud y algunos meses en madera, que les permite alcanzar cuerpo y estructura sin detrimento de su carácter frutal. Y ello, sin descartar el acompañamiento de un buen blanco de crianza o de fermentación en barrica bien conseguido. Lo cierto es que estos caldos añadirán el contrapunto de la frescura, a estos recios guisos consumidos más especialmente en la mitad norte de nuestro país.

¡FELIZ 2009!

(Próximo capítulo: Sopas frías y calientes)



## El Origen del Vino

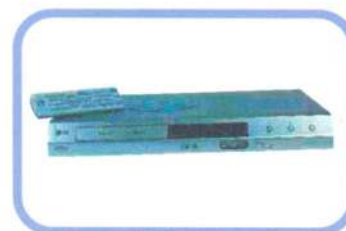
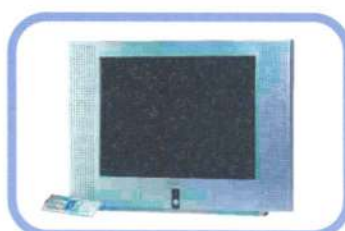
 LA MANCHA, origen de grandes sueños  
Tierra de los mayores viñedos de España  
los que reciben mejores cuidados.  
Lugar donde sin prisa se doran las uvas  
Inspiración que crea vinos sorprendentes, llenos de matices.  
Tintos, blancos, rosados y espumosos.  
Vinos que llegan a todos.



Castilla-La Mancha

Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural: Europa invierte en las zonas rurales

# Elige la compra que quieras y págala a tu medida



## Servicio de Compra Personalizada (SCP)

Un servicio que se ajusta a ti



> [www.ruralvia.com](http://www.ruralvia.com)

