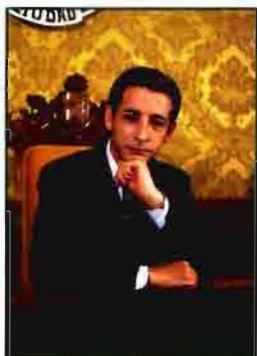


Vinos de Valdepeñas... el desafío de volver a empezar



Si aplicáramos la música pop al espíritu del vino, la estrofa diría "son estos malos tiempos para el vino". Al descenso desmesurado per cápita que ha sufrido la demanda interior (hay países nórdicos que tienen mayor consumo que

España), hay que añadir, en el caso que nos ocupa, esto es: VALDEPEÑAS; una reconversión desaforada y a tacón del viñedo y de la industria. Hubo pereza para planificarla y el tiempo nos consumió en la necesidad.

No obstante, cruzado el Rubicón de los nuevos mercados y los nuevos productos, es ahora el vino un valor en alza. Nunca tuvo el caldo una literatura social tan preciada, y nunca estuvo a su vez tan poco demandada. Pero son estos, tiempos de cualificar y no de cuantificar. Quienes esto han entendido, hoy han recuperado en marca lo que perdieron en nombre y han ganado en mercado lo que dejaron en territorio. De ahí que se haga necesaria una conciencia de lo posible, y ésta pasa por los nuevos modelos de consumidor.

No soy necio más allá de la literatura, y soy consciente de que "VALDEPEÑAS-vino" se dejó avasallar por sus competencias y el s.XX, pero predecesores a éste tienen una liturgia no inventada, una historia consolidada, unos mercados potenciales y, hoy además, una tecnología punta. Cambiar los signos contemporáneos y recuperar la referencia nos va a llevar crédito, pero ya hemos empezado. Ahora sólo es cuestión de tiempo, purgar pecados y volver a empezar. Porque de lo que otros tienen necesidad de inventar en una etiqueta, ya lo tiene VALDEPEÑAS en la memoria: nombre, suelo, materia prima, diversificación del producto y empresas solventes.

J. Martín Rodríguez
Alcalde Presidente de Valdepeñas

El vino va íntimamente ligado a la historia de la tierra de Valdepeñas, la capital manchega del vino donde la D.O. Valdepeñas tiene acogida una superficie de viñedo superior a las 29.000 hectáreas.

La mayor parte del viñedo corresponde a la blanca Airén, y a la tinta Cencibel. Con la Airén se elaboran vinos blancos francos de moderada graduación alcohólica, poco ácidos y moderadamente aromáticos. Los tintos de Cencibel, de bella tonalidad, son vinos bien armados, finos, muy aromáticos de jóvenes, que combinan perfectamente la suavidad con los caracteres varietales en el momento de madurez exacto.

Los claretes típicos de esta zona se obtienen mezclando el mosto blanco de la Airén, con la Cencibel; de esta mezcla surgen unos vinos ligeros, neutros, de aroma sutil. Vinos excelentes para el chateo, por su suavidad y ligereza.

Calidad traspasando fronteras

Tradicionalmente, los vinos de Valdepeñas han tenido como principal mercado, Madrid, donde llegaban camiones todos los días, que surtían del vino llamado clarete a las tabernas de la capital; también eran grandes consumidores nuestros vecinos andaluces, donde era fácil encontrar vino de Valdepeñas en los restaurantes.

Fue en los primeros años de la década de los 90, cuando estos caldos comienzan a cruzar la frontera del norte hacia países europeos como Gran Bretaña y Alemania, superando cada año el porcentaje que se destina a la exportación; concretamente el año 2004 representa un 37,27% del total de la comercialización. Holanda encabeza la lista de los países importadores de los vinos con Denominación de Origen Valdepeñas, seguido de Alemania y el Reino Unido. El año pasado se exportó vino de Valdepeñas a un total de 59 países, entre los que se encuentran Japón, Estados Unidos, México y Canadá, que son mercados de gran potencial económico, por los que se está apostando con fuerza, con medidas como las que permite la nueva Norma de Producción que admite nuevas variedades de uva como son Chardonnay, Sauvignon blanc, Moscatel de grano menudo y Verdejo, que junto a las Airén y Macabeo, autorizadas hasta ahora, conforman



las variedades blancas; y en tintas, además de la variedad reina la Tempranillo, y la Cabernet Sauvignon y la Garnacha, admitidas hasta ahora, se han aprobado las Merlot, Syrah y Petit Verdot, porque estamos convencidos que aumentando la gama de vinos, llegaremos a satisfacer todos los paladares.

El esfuerzo que se está haciendo por competir en el duro mercado del vino por parte de agricultores y bodegueros, es enorme, prueba de ello es el Plan Estratégico que se ha elaborado y que se pondrá en marcha en breve, y que junto con las acciones promocionales que el Consejo Regulador realiza en Ferias y Exposiciones, y Presentaciones de Vinos, esperamos relancen los vinos de esta Denominación de Origen Valdepeñas, a las cuotas de mercado que por su calidad merecen.

F. Prieto Ruiz
Presidente C.R.D.O. Valdepeñas

Desafíos de los vinos de Valdepeñas

En cuanto a la situación y problemática del vino en Valdepeñas, y en Castilla-La Mancha, no podemos ignorar los datos que sobre dicho producto nos sirve el INE, según el cual, en 2004 las ventas de vino en España aumentan, en especial el vino de mesa, si bien el precio medio cae un 13,3%, mal dato para una bodega mediana o pequeña. Por otro lado, nos encontramos que, aunque el consumo aumenta por primera vez desde 1998 en un 3,5%, dado que aumenta su consumo en hostelería, el consumo en los hogares españoles desciende de manera significativa.

Con este panorama, la mayoría de las bodegas de esta tierra, tan sólo puede sobrevivir ofreciendo un mucho de calidad y una buena poción de imaginación, donde se ofrezca a los clientes nuevas variantes, dado que por un lado la durísima competencia y por otro las dificultades planteadas desde Bruselas son cada día mayores. A esta situación no podemos obviar la enorme y potente competencia que el vino en-

cuentra con la cerveza, producto con diferencia preferente en el consumo entre los más jóvenes.

Teniendo en cuenta estas premisas se requieren iniciativas y medidas por parte de todas las partes implicadas, incluido el Consejo Regulador, obligado a dar a conocer y potenciar nuestros caldos fuera de nuestro territorio, haciendo hincapié en la extraordinaria calidad de los mismos, cada día mayor, así como de las distintas administraciones, con ayudas e iniciativas que incluya el fomento de la "cultura del vino", que no confundir con la lamentablemente cada día más extendida cultura del "botellón".

Por otro lado, no debemos ignorar la OCM del vino que pudiera tener consecuencias negativas en un sector de por sí ya complicado en nuestro país. En ese sentido es la administración la obligada a defender de manera contundente y eficaz nuestros intereses, y medidas como la unificación de criterios y acuerdos entre las comunidades autónomas afectadas, como el reciente-



mente documento firmado entre Castilla-La Mancha y La Rioja, se nos antojan impresionables a la hora de negociar.

Para concluir, y centrándonos en Valdepeñas, podemos afirmar con rotundidad que la calidad de sus vinos es cada día mayor, ¡verdaderamente excelentes!, si bien la competencia es cada día más complicada, ¡pero no imposible! Siempre y cuando todas las partes implicadas actuemos de manera conjunta. Esperemos que así sea, por el bien de la tradición centenaria de esta ciudad de Castilla-La Mancha y en gran parte de nuestro país.

S. Marín Perona

Director de Marketing y Gestión de personal de Bodegas Marín Perona



BODEGAS MARÍN PERONA, S.L. empresa ubicada en Valdepeñas, inició su andadura en la década de los 80, si bien hasta el año 2000 su actividad principal fue la elaboración de vinos. Es a partir de este año, cuando en la bodega se decide instalar tanto el tratamiento de frío como una planta de embotellado, y por tanto se comienzan a comercializar.

En este sentido, el objetivo principal de Bodegas Marín Perona, se ha centrado en la elaboración de vinos con la más alta calidad y un propio estilo, enlazando las técnicas tradicionales con las más modernas y punteras instalaciones de las que disponen hoy en día.

Bodegas Marín Perona y sus caldos

Con la salida al mercado de sus primeros caldos, con denominaciones propias, se inicia una complicada tarea de comercialización de sus caldos, inicialmente dentro del área de influencia, para extenderse poco después al resto del territorio nacional, obteniendo un importante respaldo en prácticamente todo el territorio nacional, destacando las comunidades andaluza y madrileña.

Inicialmente comenzaron a comercializarse únicamente los vinos clásicos, blanco y tinto, bajo la denominación VIÑA ALDANTE además del blanco joven y tinto tempranillo TEJERUELAS, con gran aceptación. Con posterioridad se han ido incorporando al mercado distintas gamas tales como crianza, con denominación CALAR VIEJO, reserva MARÍN PERONA, y los dos últimos, semi seco o el recién lanzado rosado ambos dos, bajo denominación TEJERUELAS; por supuesto todos ellos acogidos a la Denominación de Origen Valdepeñas. Como vinos de mesa, se comercializan igualmente blanco y tintos bajo el nom-

bre CHORTAL. En próximas fechas, saldrán al mercado nuevos caldos como el Gran Reserva, por los que Bodegas Marín Perona está apostando fuertemente, siempre con la máxima calidad.

En todo este tiempo, el esfuerzo se ha visto compensado, no solo por la excelente aceptación por parte del consumidor sino también por distintos premios, sin duda muy importantes para esta empresa. Así por ejemplo, el TEJERUELAS BLANCO JOVEN ha obtenido varios premios, tales como el primer premio del Consejo Regulador en el año 2000, el tercero del 2002 o Accésit en la gran selección de Castilla La Mancha, 2004.

EL TINTO TEJERUELAS (Tempranillo) ha sido primer premio del Consejo Regulador en el 2003. Y el Reserva MARÍN PERONA de 1999 fue segundo premio en el año 2002, tercero en el 2003 del Consejo Regulador y muy recientemente el Marín Perona Reservas del año 2000 ha sido medalla de Oro en los premios organizados por Radio Turismo.

