

DENOMINACIONES DE ORIGEN

DO La Mancha: calidad en busca de rentabilidad

A pocos días de la finalización de la vendimia y también a muy pocos días de que podamos disfrutar de los nuevos vinos de la cosecha 2010, este resulta un momento extraordinariamente oportuno para poner en valor nuestros vinos, que salen al mercado como vinos jóvenes, envejecidos en bodega, crianzas, reservas y grandes reservas, y la Denominación de Origen “La Mancha” puede ofrecer vinos de acreditada calidad en cada una de las categorías.

Gregorio Martín-Zarco

Presidente de la
DO La Mancha

Por ejemplo, tomando como referencia los vinos jóvenes, los tintos de Cencibel (Tempranillo) manchegos, son cada vez más demandados y enormemente elogiados por los consumidores de medio mundo. Asimismo, los vinos blancos, fundamentalmente de la variedad Airén, también se están abriendo huecos impensables hace tan sólo 10 años, ya que ahora pueden presumir de ser vinos muy frescos y suaves, además de contar con un interesante

potencial aromático que los hace muy atractivos.

Si a todo esto sumamos la enorme diversidad varietal que hoy ofrece La Mancha al amante del vino, lo que no admite discusión es que el futuro de esta región sigue pasando por el vino y, sobre todo, por ir aumentando paulatinamente el porcentaje de vino de calidad o con Denominación de Origen, que no ha dejado de crecer en ventas durante las dos últimas décadas, si bien es cierto que lo ha hecho básicamente en el extranjero, ya que la situación en España es grave, aunque no sólo para esta Denomina-

ción de Origen, sino para todo el sector vitivinícola.

Además, los vinos de calidad aportan mayor valor añadido al vitivinicultor, por lo que está claro que hay que potenciarlos y en el caso de zonas de producción con un potencial tan grande como La Mancha también estamos obligados a tratar de duplicar nuestras ventas de vino con DO en los próximos 15 ó 20 años. No obstante, tampoco debemos creer inocentemente que esto por sí mismo acabará solucionando nuestro problema estructural de excedentes, por lo que también es necesario seguir bus-

cando salidas dignas a nuestros vinos de mesa, los mostos y el alcohol vínico.

Tendencia alcista en consumo de vinos de calidad

Pese a todo, hay que tratar de ver la botella medio llena (nunca mejor dicho). Las bodegas y viticultores deben tratar de sobreponerse a una situación crítica en lo económico y saber que hay luz al final del túnel, porque el hecho de que el vino sea un producto cada vez más valorado y consumido por las capas sociales más altas, al menos tiene la ventaja del efecto de imitación que suele producirse en las clases más populares, por lo que en los próximos años el consumo nacional podría iniciar un ascenso prolongado, aunque sin perder la calidad como referencia, por lo que las Denominaciones de Origen consolidarán su posición. De hecho, si analizamos el descenso continuado del vino de mesa y el aumento progresivo de los vinos de calidad o con Denominación de Origen, es obvio que ya existe una tendencia iniciada en ese sentido.

Por otra parte, en ningún caso podemos perder de vista que los viticultores de esta Denominación de Origen han



IMAGEN vs CALIDAD

Son muchas las veces que desde el Consejo Regulador nos hemos lamentado por la situación económica del sector vitivinícola. También nos hemos quejado del descenso del consumo y de que nuestro país, el tercer productor mundial, esté en cifras de ingesta por habitante incluso inferiores a las de países del norte de Europa.

Por parte de los productores, es obvio que algo no acabamos de hacer bien, porque aparentemente es inexplicable que justo cuando mejores vinos se están elaborando en nuestro país, el consumo baja. 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 esto no sea políticamente correcto decirlo, porque en este mundo de hoy, tan inmerso en las estrategias de marketing y del mercantilismo, parece que sólo hay lugar para productos exclusivisi-

mos dirigidos a un público esnobista, pese a que muchas veces la única exclusividad de la que pueden presumir algunos es de la del precio.

Por desgracia, hablar de buena relación precio-calidad sólo perjudica la imagen del producto, y en estos años de vacas gordas, 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.

El Origen del vino



invertido muchísimo dinero en mejorar sus explotaciones y plantearlas con un diseño enfocado a la calidad.

Pese a las ayudas recibidas por la Unión Europea para la reestructuración del viñedo, el sacrificio realizado por nuestros agricultores ha sido inmenso, ya que no han visto recompensado su esfuerzo económicamente, sino todo lo contrario, ya que mayorita-

riamente han comprobado cómo, tras realizar una impresionante diversificación de nuestros viñedos, lo que ha convertido a Castilla-La Mancha también en la primera productora de tintos de España, sus ingresos tras la recolección de las nuevas variedades han descendido de forma importante.

Por suerte, al menos la adaptación de las nuevas va-

riedades al campo manchego ha sido incluso mejor de lo que cabía esperar, ya que ni los más optimistas creían que, a muy pocos años de que las nuevas variedades hayan empezado a dar sus frutos, la calidad del vino fuera tan alta. Esto permite a nuestras bodegas ofrecer con garantías blancos y tintos de los principales tipos de uva, no sólo de nuestro país, sino de todo el mundo.

Por todo ello, no es osado decir que La Mancha, en términos generales ya ha superado el reto de la calidad sobradamente, por lo que ahora nos toca volcarnos en tratar de mejorar nuestra comercialización de vinos con Denominación de Origen, que deben ser las abanderadas de los vinos de Castilla-La Mancha, cuya presencia en los mercados de todo el mundo es ya una realidad, pero con muchas posibilidades de seguir mejorando.

