

La presentación tuvo lugar el miércoles

Nueva campaña promocional de Tierra de Viñedos

Lanza - 07/05/2009

El presidente de la Diputación y de FENAVIN, Nemesio de Lara, asistió el miércoles por la noche a la presentación de la nueva imagen de la Fundación Castilla-La Mancha Tierra de Viñedos, una entidad que ha firmado recientemente un convenio con la Feria Nacional del Vino.



El acto, que fue clausurado por el presidente de Castilla-La Mancha, José María Barreda, fue seguido por numerosos importadores y bodegueros que se han desplazado a la provincia de Ciudad Real con motivo de la celebración de FENAVIN. Todos ellos disfrutaron de una original e intensa intervención del veterano actor Juan Luis Galiardo.

El presidente de Castilla-La Mancha, José María Barreda, aseguró en la clausura de la presentación que la ventaja competitiva que contienen los vinos de nuestra tierra es, además de su calidad, que atesoran siglos de Cultura, Tradición, Historia, Mitología y, en definitiva, una manera de entender la vida.

En este sentido, Barreda se congratuló de que para que el consumidor de cualquier lugar del mundo identifique fácilmente nuestros vinos, Castilla-La Mancha haya acudido a sus dos mejores embajadores, España y Don Quijote, tal y como puede observarse en el slogan propuesto por la Fundación, "Vinos de la España de Don Quijote", bajo el que podrán agruparse todos los vinos y mostos de la región que así lo soliciten.

"Nos tenemos que presentar con armas de triunfo frente a competidores en un momento en el que la globalización hace que compitan con nosotros desde cualquier lugar del planeta", aseguró, de ahí que recurrir a estos dos elementos mundialmente conocidos sea para el presidente un "gran acierto".

La utilización de la palabra España es, a juicio de Barreda, una forma de acudir al cada vez mayor prestigio internacional del que goza nuestro país; si a eso se suma otra figura como la de Don Quijote, el libro más traducido después de la Biblia, el acierto es doble, apuntó.

Durante su intervención en el acto celebrado en Ballesteros de Calatrava, el presidente castellano-manchego no quiso pasar por alto que se haya elegido una tierra volcánica para establecer un símil con la situación que actualmente atraviesa el sector vitivinícola.

"Nuestra viticultura está entrando en erupción y va a tener una explosión, ya la está teniendo en cuanto a la elaboración y a la calidad y debe tenerla ahora en lo que se refiere a la distribución y a la comercialización que tiene que llegar a todos los lugares del planeta para alegrar el corazón de los hombres y las mujeres", aseveró.

A este respecto, José María Barreda centró su alocución en los cuatro mercados a los que la Fundación Tierra de Viñedos se dirigirá próximamente, como son Rusia, China, Japón y Estados Unidos, a los que,

dijo, "tenemos que ir con señas fácilmente identificables para que cuando vean la silueta de Don Quijote sepan que están ante un vino excelente producido en Castilla-La Mancha".

En concreto, el proyecto de comercialización en terceros países que se ha presentado hoy está dirigido a realizar proyectos de comercialización en los países citados a través de distintas acciones que se ejecutarán en tres fases hasta 2011. Cuenta con un presupuesto de 9'3 millones de euros, financiado al 50% entre la Fundación Tierra de Viñedos y fondos europeos.

El máximo dirigente regional calificó de "campaña inteligente" la emprendida por la Fundación "Castilla-La Mancha, Tierra de Viñedos", a la que felicitó por esta iniciativa, e instó a todo el sector vitivinícola a colaborar y a trabajar todos juntos para aprovecharla: "nos jugamos mucho, afirmó, porque la vid y el vino son nuestro sector estratégico y tenemos mucho y bueno que vender".