vinetur

La DO Almansa celebra 60 años y elige seis vinos para su promoción

Las III Jornadas reunieron en Albacete a bodegas, instituciones y profesionales del sector vitivinícola

viernes 12 de junio de 2026



La Denominación de Origen Almansa celebró este jueves, 11 de junio, en Casa Perona, en Albacete, sus III Jornadas DO Almansa, una cita que coincidió con el 60 aniversario de la denominación. Bajo el lema “60 años de historia, pasión y origen”, el encuentro reunió a bodegas, profesionales del sector vitivinícola, representantes institucionales,

medios de comunicación y personas vinculadas al territorio para repasar la trayectoria de una figura de calidad que trabaja desde 1966 en la promoción, la calidad y la identidad de sus vinos.

En la jornada participaron varios representantes institucionales. Entre ellos estuvieron Pedro Antonio Ruiz, delegado provincial de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha en Albacete; Ramón Sáez, delegado provincial de Agricultura y Ganadería; y Carlos Calero, concejal de Proximidad del Ayuntamiento de Albacete. La celebración contó también con la presencia y colaboración de AgroBank, la línea de negocio de CaixaBank especializada en el sector agroalimentario.

La DO Almansa planteó el encuentro como una revisión de seis décadas ligadas al vino, la viña y el origen. La denominación puso el foco en el trabajo de viticultores y bodegas, en el peso de variedades como la Garnacha Tintorera y la Monastrell, y en la evolución de una zona productora con identidad propia.

Durante la mañana, Casa Perona acogió una actividad formativa con varias ponencias centradas en la historia de la denominación, el enoturismo, la comunicación en el sector del vino y la promoción internacional. La apertura corrió a cargo de Adolfo Cano, presidente de la DO Almansa, con la intervención titulada “60 años consolidando DO Almansa”. Cano repasó la evolución de la denominación a lo largo de estas seis décadas y situó a bodegas y viticultores como piezas básicas en la construcción de una marca ligada al territorio, la calidad y el origen.

A continuación intervino Antonio González, presidente de la Ruta del Vino Almansa, con la ponencia “La Ruta del Vino como motor de enoturismo”. González habló de la importancia de conectar el vino con la experiencia turística y defendió, en nombre de la ruta, su papel como herramienta para mostrar el territorio desde una visión amplia. En esa propuesta integró bodegas, gastronomía, patrimonio, paisaje, cultura, hospedaje y comercio local.

La comunicación ocupó otro de los bloques de la jornada. Antonio Candelas, consultor y periodista especializado en el sector vitivinícola, impartió la ponencia “La importancia de la comunicación en el vino”. Durante su intervención, Candelas afirmó que comunicar el vino implica trasladar mucho más que sus características técnicas y pasa

también por hablar de territorio, personas, tradición, innovación, cultura y estilo de vida.

La última ponencia de la mañana estuvo dedicada a la promoción internacional del vino y corrió a cargo de Lola Sánchez, CEO de Chinexita, agencia especializada en promoción internacional. Sánchez expuso algunas claves para abrir y consolidar mercados exteriores. Entre ellas citó la necesidad de adaptar los mensajes, conocer los canales de distribución y trabajar la presencia de las bodegas en ámbitos internacionales.

Uno de los momentos centrales del encuentro fue la entrega de diplomas a los vinos seleccionados para representar a la DO Almansa durante dos años. La denominación informa de que estas referencias serán las encargadas de mostrar la calidad, la diversidad y la personalidad de sus elaboraciones en distintas acciones promocionales, tanto en citas nacionales como internacionales.

La selección se realizó el pasado 28 de abril, durante la cuarta edición de la Cata de Vinos Genéricos de la Denominación de Origen Almansa. Se trató de una cata a ciegas en la que participaron todas las bodegas inscritas en la DO Almansa y en la que se cataron 43 referencias. El comité de cata estuvo formado por cuatro profesionales procedentes de distintos ámbitos del sector, entre ellos la hostelería, la prensa especializada, la enología y la crítica de vino. La denominación señala que esa variedad de perfiles permitió valorar los vinos desde distintos puntos de vista para elegir los que mejor representarán a la DO Almansa durante el próximo año.

Los vinos elegidos en esta edición fueron Castillo de Almansa Verdejo y Sauvignon Blanc 2025, de Bodegas Piqueras, en la categoría de vino blanco joven; Dominio de Casalta Chardonnay 2022, de Dominio de Casalta, en la categoría de vino blanco crianza; Cueva del Chamán Syrah y Merlot 2025, de Bodega Santa Cruz de Alpera, en la categoría de vino rosado; Cueva del Chamán Garnacha Tintorera 2025, de Bodega Santa Cruz de Alpera, en la categoría de Garnacha Tintorera joven; Nostrum Monastrell 2024, de Bodegas Matamangos, en la categoría de vino Monastrell; y El Maso, de Finca Fella, en la categoría de Garnacha Tintorera crianza.

La entrega de diplomas sirvió, en palabras de la propia denominación, como reconocimiento al trabajo de las bodegas y a la calidad de los vinos amparados por la DO Almansa. También permitió mostrar la variedad de estilos presentes en la zona, desde blancos y rosados hasta tintos elaborados con variedades autóctonas como la Monastrell y la Garnacha Tintorera.

Tras la parte formativa y la entrega de reconocimientos, la jornada terminó con un cóctel para los asistentes y un showcooking maridado con los vinos seleccionados. La propuesta gastronómica fue elaborada por Antonio González, propietario del restaurante +IDEAS de Higueruela y presidente de la Ruta del Vino Almansa.

La DO Almansa señala que esta parte final permitió recorrer las distintas categorías seleccionadas y comprobar la versatilidad de sus vinos para acompañar elaboraciones creativas y vinculadas al territorio. La entidad entiende además que la experiencia sirvió para reforzar la relación entre vino y gastronomía alrededor de la mesa.

Con la celebración de estas III Jornadas, la Denominación de Origen Almansa reafirmó su apuesta por la promoción de sus vinos, la defensa de su origen y nuevas formas de comunicar y vivir el vino. La cita sirvió también para conmemorar lo realizado durante estos 60 años de trayectoria y para proyectar la actividad de una denominación que mantiene una identidad propia apoyada en sus bodegas, sus viticultores y su territorio.