vinetur

Valdepeñas relanza su denominación de origen para recuperar presencia en el vino español

La nueva etapa arranca con imagen renovada y más acciones de promoción para acercarse otra vez al consumidor

miércoles 23 de septiembre de 2026



La Denominación de Origen Valdepeñas abrió este miércoles, 23 de septiembre, una nueva etapa con la que busca recuperar peso dentro del vino español, reforzar la notoriedad de sus vinos y volver a acercarse al consumidor. La entidad ha iniciado este relanzamiento con una imagen renovada y con la previsión de poner en marcha, durante los próximos meses, distintas acciones de comunicación y promoción.

La DO sitúa a Valdepeñas entre las cinco primeras denominaciones de origen de España por volumen de producción y señala que agrupa a bodegas y proyectos empresariales con presencia en el mercado nacional e internacional. Con esa base, la organización quiere volver a ganar visibilidad pública y trasladar una imagen más actual de una zona con larga tradición vitivinícola.

El movimiento llega, además, con la vista puesta en 2032, año en el que Valdepeñas cumplirá cien años como denominación de origen. La entidad plantea esa fecha como una referencia para apoyar su proyección futura en una historia ya consolidada dentro del vino español. La idea, según trasladan desde la organización, es combinar ese legado con los cambios que han vivido el sector, las bodegas y los propios vinos de la zona.

La presidenta de la DO, Cristina Nieto, resume esa intención en un mensaje dirigido tanto al consumidor habitual como al nuevo público. “Tenemos una historia y una tradición de las que sentirnos orgullosos, pero esta nueva etapa tiene que servir, sobre todo, para mirar hacia delante. Queremos que quienes conocen Valdepeñas vuelvan a acercarse a nuestros vinos y que quienes todavía no los han descubierto encuentren razones para hacerlo”, afirma.

Una denominación de origen no solo identifica un origen geográfico y unas normas de elaboración. También actúa como una marca común bajo la que conviven bodegas con perfiles distintos. Por eso, la imagen pública de la denominación y su capacidad para conectar con el mercado suele influir en la percepción del conjunto de sus elaboradores. En ese terreno es donde Valdepeñas quiere centrar ahora buena parte de su esfuerzo.

La organización avanza que su nueva fase dará prioridad a la comunicación, la promoción y la relación con medios, profesionales y prescriptores. También prevé una presencia renovada ante el consumidor. El propósito no se limita a recuperar notoriedad, sino a mostrar la variedad que existe bajo el sello Valdepeñas: bodegas diferentes, formas de elaboración diversas y una oferta pensada para momentos y perfiles de consumo distintos.

Esa línea también se reflejará en la nueva imagen de la denominación. La DO quiere presentarse con un lenguaje más cercano y reconocible, sin dejar de lado su identidad propia. La intención es asociar sus vinos a ocasiones cotidianas de consumo y actualizar la forma en la que la zona se presenta al mercado, una práctica habitual en un sector en el que muchas denominaciones buscan rejuvenecer su relación con el comprador sin romper con su origen.

El relanzamiento se apoya, además, en los rasgos del territorio. La propia denominación subraya que el clima continental seco, las muchas horas de sol, las escasas precipitaciones, las diferencias térmicas y los suelos pobres y calizos condicionan el cultivo de la vid en la comarca. A ese marco natural suma una cultura del vino muy arraigada, vinculada desde hace siglos a la identidad local y al desarrollo económico y social de la zona.

Con casi un siglo de trayectoria, Valdepeñas quiere usar esa herencia como punto de partida para una etapa con una imagen más contemporánea y una presencia más activa en el mercado. La denominación insiste en que su objetivo es que el consumidor vuelva a mirar sus vinos sin ideas previas y conozca la evolución que, a su juicio, han vivido sus bodegas y sus elaboraciones en los últimos años.