vinetur

Proponen dejar de producir el clarete 'Tinto Valdepeñas' para mejorar la imagen de calidad

El secretario provincial de ASAJA Ciudad Real, Florencio Rodríguez, ha considerado que industriales y productores deben sentarse para 'intentar cambiar las cosas' porque la imagen que se está dando de la Denominación de Origen (DO) Valdepeñas 'no es la más idónea'.

sábado 6 de septiembre de 2014

Rodríguez ha asegurado que ambas partes deben alcanzar un acuerdo para "dar un cambio radical" a algunos aspectos, en alusión a prácticas que hasta ahora se han venido realizando en la elaboración de vinos y en el cultivo de la viña, que quizás" no sean las más favorables para avanzar y situar a los vinos de Valdepeñas donde tienen que estar".

Así, una de las propuestas que pondrá sobre la mesa es la necesidad de dejar de producir un tipo de vino, en alusión al "Tinto Valdepeñas", un clarete en el que se mezclan mostos blancos y tintos y que, "posiblemente, no sea el más óptimo para la imagen de calidad que deben proyectar los vinos con marchamo Valdepeñas".

Para el dirigente agrario se hace un "flaco favor" al sector de cara al futuro si "no se hace una Interprofesional moderna, con unas condiciones de producción y comercialización que den más valor añadido al producto", en vez de permitir que "unos se sigan aprovechando de otros".

En este sentido, el dirigente agrario ha sopesado que "si industriales y productores somos capaces de alcanzar un consenso para cambiar ciertas cosas, seguiremos en la Interprofesional, pero, si no, la vamos tener que abandonar porque si no se pueden tener posiciones más favorables para que todos cumplamos con las normas, esto no va bien".

Para el secretario provincial de ASAJA, el enfrentamiento entre industriales y productores al principio de cada campaña de vendimia dificulta el desarrollo de un plan estratégico que dé un "verdadero valor económico" a las uvas y a los vinos que garantice la viabilidad de las explotaciones y de las industrias, y que permita posicionar mejor el vino en el mercado.