vinetur

Campo y Alma impulsa la proyección internacional de los vinos y productos manchegos en FENAVIN

El estand regional recibe a 110 compradores internacionales y refuerza la imagen de Castilla-La Mancha como referente vitivinícola

sábado 10 de mayo de 2025



La marca de garantía 'Campo y Alma', que agrupa productos elaborados en Castilla-La Mancha, ha finalizado su participación en la Feria Nacional del Vino (FENAVIN) con una gran afluencia de público en su estand. La feria se ha celebrado en Ciudad Real durante varios días y ha reunido a profesionales del sector vinícola de diferentes países. El espacio de 'Campo y Alma' ha ofrecido actividades como demostraciones de cocina, maridajes y catas, combinando la promoción gastronómica con encuentros comerciales.

Blanca Fernández, delegada del Gobierno en Ciudad Real, ha explicado que Castilla-La Mancha representa la mitad del viñedo español y que la provincia de Ciudad Real logró el año pasado un récord en exportación de vino. Según Fernández, esta tendencia sigue creciendo, lo que ha llevado a la Junta y a otras administraciones a reforzar su

apoyo al sector vitivinícola, considerado estratégico para la región.

El estand de 'Campo y Alma' no solo ha servido para dar a conocer los vinos de la región, sino también otros productos gastronómicos como jamón, queso manchego, productos vegetales y carne de caza. Las actividades han incluido recetas tradicionales reinterpretadas por cocineros locales, lo que ha generado interés entre los visitantes. Fernández ha señalado que estas propuestas han permitido acercar el vino a personas que habitualmente no lo consumen.

En el ámbito comercial, el estand ha recibido a 110 compradores internacionales. FENAVIN es una feria profesional donde acuden tanto compradores nacionales como internacionales interesados en conocer los vinos de Castilla-La Mancha y otras regiones. Fernández ha subrayado que los vinos manchegos pueden competir con cualquier otro del mundo por su calidad y por su relación calidad-precio. Durante la feria se han cerrado numerosos acuerdos comerciales.

Entre los países representados han figurado Francia e Italia, conocidos por su tradición vinícola, así como Estados Unidos, Alemania, otros países europeos y latinoamericanos. Fernández ha remarcado que Latinoamérica y Asia son mercados con potencial para los vinos manchegos, especialmente tras la imposición de aranceles estadounidenses.

La Junta de Castilla-La Mancha también ha incrementado sus esfuerzos en publicidad para promocionar los productos regionales. Fernández considera que el márquetin es fundamental para posicionar estos productos en el mercado internacional.

En cuanto a las preferencias del público durante la feria, el vino blanco ha sido el más solicitado en el estand de 'Campo y Alma', junto con espumosos y vinos de baja graduación alcohólica, que atraen a consumidores jóvenes. Los tintos también han tenido buena acogida entre los asistentes.

José Manuel Caballero, vicepresidente segundo del Gobierno autonómico, ha recordado la importancia de FENAVIN para Castilla-La Mancha. Ha reiterado el apoyo institucional al sector vitivinícola y ha propuesto trabajar conjuntamente con la Diputación y la organización de la feria para afrontar los problemas actuales y futuros del sector. Caballero considera necesario actualizar y reforzar las bases sobre las que se asienta

esta feria tras trece ediciones celebradas.

La edición actual de FENAVIN ha puesto de relieve el papel central de Castilla-La Mancha en el viñedo español y su capacidad para atraer compradores internacionales interesados en sus vinos y productos gastronómicos.