

## El OeMv organiza la jornada “Vino y Mujer” en Corral de Almaguer (Toledo)

### Una experiencia piloto para dar a conocer los vinos de la región a las mujeres

El pasado 28 de enero, el Observatorio español del Mercado del vino (OeMv) llevó a cabo una iniciativa que, bajo el título “Mujer y Vino”, tenía como objetivo acercar la realidad del vino a la población femenina de la región y demostrar que se puede disfrutar del mismo sin necesidad de ser un experto. La jornada se organizó en colaboración con la Fundación Castilla-La Mancha Tierra de Viñedos, el Gobierno de Castilla-La Mancha y Bodegas Altovela –cooperativa local-; y contó con la participación de 17 mujeres pertenecientes a tres asociaciones locales: Mujeres Viudas Santa Rita, Santa Águeda y El Manantial.

Durante el acto se impartió un curso de cata comentada por la enóloga Rosa Villar, en el que las asistentes pudieron disfrutar y aprender cosas nuevas sobre el vino en general y sobre los de su zona en particular, captando las características propias de cuatro vinos blancos y cuatro tintos, así como sus diferentes elaboraciones, variedades, etc.

El evento contó con la asistencia del Consejero de Agricultura y Desarrollo Rural de la JCCM, José Luís Martínez Guijarro, quien destacó que *"es importante que se sumen fuerzas e iniciativas, como estamos haciendo hoy aquí, para divulgar, promocionar y mejorar la comercialización de nuestros vinos entre las mujeres. Además, esta cata de vinos podría ser el inicio de una serie de acciones divulgativas cuyo fin no es otro que incrementar el consumo moderado de vino entre las mujeres y los jóvenes en general, dos colectivos caracterizados por el bajo consumo de vino pero con un enorme potencial para la industria vitivinícola regional"*. Asistieron igualmente el Delegado Provincial y el Director General de Producción Agropecuaria de la Consejería de Agricultura.

El OeMv ha llevado a cabo esta iniciativa a raíz de los datos reflejados en su estudio “La mujer y el vino en España”, que presentó el pasado mes de noviembre. Un estudio realizado entre 300 mujeres procedentes de Bilbao, Sevilla, Madrid, Barcelona y Valencia, y del que se desprende que el grado de conocimiento y la popularidad de los vinos castellano-manchegos son algo bajos entre las mujeres consumidoras de este producto, ya que sólo un 5% de las mujeres encuestadas menciona uno de Castilla-La Mancha cuando, por otro lado, se trata de la primera región productora de vino del mundo.