

mensaje) y que lo fundamental es saber segmentarlo adecuadamente para poder llevar a cabo estrategias específicas.

LOS ERRORES DEL MENSAJE

Sobre los mensajes del mundo del vino y sobre todo de sus botellas, se ha hablado mucho. ¿Quién no ha leído cosas como esta?: “Una vendimia selectiva de uvas maduras [...], una fermentación con levaduras [...] y una deconstrucción dan lugar tras una reconstrucción organoléptica a...” ¿Quién no ha leído en esas contraetiquetas que se supone que explican el producto al público referencias a la riqueza tánica, la fermentación maloláctica, la intensidad varietal o el persistente retronasal, como si todo el mundo fuera enólogo?

Pero el mensaje del vino ha sido portador de más errores y más graves aún. Al-

gunos ya los hemos citado, como el intento de educar a quien no se sabía si quería educarse o no. Y como consecuencia de ello, la búsqueda de una incomprensible homogeneización de gustos, cuando uno de los atractivos del mundo del vino es la variedad que lleva en sus entrañas.

Podemos señalar también la obsesión por el *lenguaje premium*, es decir, por vender vinos destinados a un mercado masivo como si se tratara de verdaderas joyas de la enología. Ni ayuda a vender, porque el consumidor es más despierto de lo que a veces nos parece, ni ayuda a este a elegir o a sentirse mejor. ¿Por qué no orientar el mensaje en estos casos al verdadero argumento de venta que porta la botella, el precio, por ejemplo? Elaborar vinos para el gran consumo no es ningún desdoro, como también parece que nos hemos empeñado en transmitir.

Ya nos hemos referido más arriba a la *maldita* gaseosa, pero podríamos haber

hablado del calimocho, tan extendido entre los jóvenes (ese grupo al que todo el mundo quiere llegar y al que dedicaremos una de nuestras últimas reflexiones). ¿Por qué condenar las mezclas y a quienes las consumen? ¿Por qué condenar al ostracismo al porrón de vino con gaseosa, que sería un perfecto competidor de esos cubos cerveza para grupos que tanto se venden en verano? Se nos llena la boca con la cultura del vino, pero ignoramos que en esa cultura, en sus orígenes, también está la mezcla.

El sector cometió otro gran error de mensaje cuando a algunas variedades extranjeras las empezó a denominar como variedades *nobles* o *mejorantes*. Eran foráneas y minoritarias, es decir, no se vivía de ellas, sino de las autóctonas, pero se les dio un protagonismo inmerecido sentenciando a las propias a un segundo o tercer nivel de consideración y, por lo tanto, pagándolas menos. En este

Nuestra Historia

EL PROGRESO es la Cooperativa Vinícola más antigua de España con actividad ininterrumpida desde sus inicios:

Fundada en 1917 gracias al empeño de un pequeño grupo de agricultores, supuso una salida digna a su dura labor. En el año 1967, EL PROGRESO afrontó un gran cambio que la llevó a convertirse en una de las más grandes empresas de su tiempo: la fusión con otras dos Sociedades Cooperativas Agrícolas existentes en Villarrubia.

Ahora, tras casi un siglo de labor incansable, continuamos con el mismo espíritu de trabajo con el que se emprendió esta aventura. Muchas son las cosas que han cambiado, para mejor, hasta conseguir una de las industrias más modernas y prósperas del país, pero hay algo que se mantiene a través de los años: la pasión por la tierra y sus frutos, por nuestra gente, y el trabajo bien hecho, herencia de nuestros ancestros.

Nuestra Industria

Nuestra filosofía desde la fundación es mantenernos a la vanguardia de la elaboración vinícola y oleícola para atender con máximas garantías de calidad nuestra producción de uva y aceituna. Así nace nuestro compromiso permanente con la calidad de nuestros vinos y aceites, que nos empuja a invertir constantemente en la actualización de dichas instalaciones para poder atender con máximas garantías de calidad e higiene una de las mayores producciones de uva de Europa. El exquisito mimo de nuestros técnicos en su labor diaria se ve, pues, apoyado por las más modernas técnicas y por la mejor maquinaria, lo que hace que el proceso de elaboración de mostos, vinos y aceites, esté supervisado y cuidado en cada paso, con el único propósito de mejorar cada día un trabajo que, desde hace casi 100 años, despierta admiración en los que lo disfrutan.

Una bodega
con historia
y juventud
desde 1917



EL PROGRESO
Sociedad Cooperativa



www.bodegaselprogreso.com