

Las exportaciones permiten crecer el 16% a la bodega Quinta Sardonía

Terras Gauda invita a la hostelería a que revise su estrategia de precios para recuperar las ventas nacionales



facebook.com/castillyleondevinos
twitter@cyldevinos

■ NIEVES CABALLERO

VALLADOLID. Ya se ha convertido en una tradición que el presidente del Grupo Terras Gauda, José María Fonseca, se traslade a Sardón de Duero con su equipo directivo para apoyar las labores de la vendimia de la bodega Quinta Sardonía. Además, ayer trajo buenas noticias, «en un escenario complicado», tanto para esta bodega vallisoletana como para la que posee el grupo gallego en la Denominación de Origen Bierzo, Pittacum. Si la facturación de Quinta Sardonía creció en 2011 el 16%, respecto a 2010, en Pittacum el aumento fue del 15%. Unas cifras que se han logrado con mucho esfuerzo y gracias a las exportaciones, según reconocían los directivos del grupo gallego, que pedían a la hostelería que «revise su estrategia de precios» para recuperar las ventas en el mercado nacional.

De hecho, según todos los informes de consumo de vino, las ventas han sufrido peores caídas en los últimos años en la hostelería, mientras que han aumentado en el canal de la distribución. El director general de Terras Gauda, Enrique Costas, atribuyó esta realidad a la equivocada política de precios (los vinos se cargan entre el 100% y hasta el 200%).

Por su parte, Fonseca se lamentaba de que en un país como Espa-



José María Fonseca, Enrique Costas y Jérôme Bougnaud, junto a las mesas de selección. ■ RAMÓN GÓMEZ

ña se haya pasado de un consumo de 80 litros por persona y año a los 18 litros. En este sentido, Costas aseguraba que «tendríamos que recuperar el mercado nacional entre los bodegueros y los hosteleros».

Pero, mientras tanto, la única posibilidad que queda es vender en los mercados exteriores. En este sentido, el presidente de Terras Gauda recordó que España tiene la mayor extensión de viñedos del mundo y «unos vinos extraordinarios, pero necesita el reconocimiento internacional porque hay mimbres suficientes». Fonseca explicó que el grupo ha crecido y se ha consolidado con los vinos de primera calidad de sus tres bodegas, y ahora continúa su expansión internacional en mercados estratégicos como Estados Unidos, Canadá, Dinamarca, Alemania y México. En su opinión, «en tiempos difíciles debemos contribuir con vinos de

LOS DATOS

► **Quinta Sardonía.** La bodega de Sardón de Duero (amparada por la Indicación Geográfica protegida Vino de la Tierra de Castilla y León) facturó 600.000 euros en 2011, el 16% más que en 2010.

► **Pittacum.** La bodega, situada en el municipio leonés de Arganza (DO Bierzo), tuvo una facturación de 970.000 euros en 2011, con un crecimiento del 15%.

calidad y singularidad como los de Quinta Sardonía». La filosofía del grupo, que en sus días intercambiaba acciones con los socios de Quinta Sardonía, es «hacer bien el trabajo» y el reto, «saber transmitirlo».

En el caso de Quinta Sardonía, Enrique Costas apuntó que ha ampliado su cuota de mercado inter-

nacional y prevé cerrar el año 2012 con el 65% de la producción de sus vinos QS y QS2 dedicado a las exportaciones. Esta pequeña bodega vallisoletana produce una media de 60.000 botellas que llegan a 20 países. El último mercado en el que se han introducido ha sido Taiwán, después de llegar el año pasado a Rusia, China, Filipinas, Corea y Cuba. Los principales importadores son Suiza, Estados Unidos, Dinamarca, Alemania y Bélgica, pero también México, Cuba y Brasil.

El director técnico y «alma máter» de la bodega de Sardón de Duero, el francés Jérôme Bougnaud, recordó que el proyecto de Quinta Sardonía requiere mucha inversión humana todos los días y que la viticultura es clave para sacar el mejor posible de cada terreno. El enólogo ha apostado por una viticultura biodinámica para obtener lo mejor del suelo.