**“Hablar del mundo del vino es hablar de Marca España”**

**El Alto Comisionado del Gobierno para este tema, Carlos Espinosa de los Monteros, ha participado en una conferencia en FENAVIN 2017**

**Ciudad Real, 9-5-2017-.** “Hablar del mundo del vino es hablar de Marca España”, así de contundente lo ha expresado hoy el Alto Comisionado del Gobierno para la Marca España, Carlos Espinosa de los Monteros, que ha participado esta tarde en una conferencia en FENAVIN 2017. Espinosa ha recalcado que el vino y la marca España tienen cosas en común, como son la convivencia de la tradición con la modernidad, el aportar una imagen sólida y solidaria, mostrar diversidad y lo más difícil, ser fiables.

Espinosa ha recordado que en todas las encuestas que se realizan, lo que más envidian los extranjeros es el estilo de vida español, en el que el vino, como parte de su dieta, forma parte fundamental. Respecto a los retos de futuro del sector el comisionado ha hablado de valorizar nuestro vino en el exterior para que sus precios alcancen a los de competidores directos como Italia o Francia.

A continuación ha intervenido Iván Llanza, director de comunicación del grupo Osborne, quien ha hecho un recorrido del mítico toro de Osborne, que en sus 60 años de historia ha conseguido convertirse en el escudo oficioso del país. Esta bodega familiar de 244 años comercializa sus productos en 50 países y su toro se puede ver en Méjico y en Copenhague. La propia bodega se encarga del mantenimiento del símbolo, “y con orgullo, pues es nuestra contribución a la imagen del país”, ha finalizado.

El siguiente en hablar ha sido Félix Solís, de la bodega Felix Solis Avantis, quien ha explicado que su empresa comenzó a exportar en el año 1955 y que actualmente cuenta con una embotelladora en China. Solís ha hablado de La Mancha como “un gigante dormido”, que debe despertar reconociendo la calidad de sus vinos y reduciendo la comercialización de vino a granel.

Pelayo de la Mata, presidente del grupo Varma, ha indicado que es un error renunciar a la propia historia, vivir de espaldas a ella, pues es un empuje para el futuro. “En España cuestionamos nuestra historia, lo que nos crea un complejo de inferioridad colectivo y para vender vino en el extranjero deberíamos desprendernos de ella”.

Jesús Rivero, Director General de Bodegas Marqués de Atrio, ha hablado de su expansión por el extremo Oriente que se ha visto reforzada desde 2007 de su socio chino, Xanju, y de su incorporación como vino oficial de la Liga de Fútbol Española, lo que está suponiendo una ampliación de su prestigio en China.

Por último, Pau Roca, secretario general de la Federación Española de Vinos, ha explicado que el vino es un producto parcialmente cultural, y que la identificación es necesaria, las marcas, las Denominaciones de Origen, el país, necesitan, por su diversidad, un punto de conexión.

La conferencia ha constado de una segunda parte en la que Ramón Tamames, el informático Adolfo Tamames y el historiador Emilio de Diego han hablado de un proyecto en el que están trabajando, y que pretende recorrer la historia de España, de forma sintética, a través de sus vinos.