

La segunda conferencia del ciclo estuvo a cargo del académico Juan Cacho Palomar, quien habló de " La difusión de la marca del vino a través de la hosteleria". Su disertación comenzó explicando cual es la situación actual del mercado del vino y la dificultad que tiene el consumidor para conocer la oferta de vinos, por la cantidad de bodegas existentes en el país y por el numero de marcas con las que éstas comercializan sus elaboraciones. Centrándose en Aragón y en las cuatro Denominaciones de Origen, explicó que en el año 2009 el número de bodegas inscritas era de 122 y el volumen de vino calificado de 844000 Hl., de los que buena parte se comercializan embotellados.

Pasó revista a los actores que intervienen en el proceso de consolidación de una marca, haciendo hincapié en los factores que actualmente aprecia el consumidor, tales como el viñedo, su suelo y su paisaje, el enólogo, la bodega, su contenido y entorno, las botellas, sus etiquetas y diseños, los prescriptores de vinos, sus guías y puntuaciones, los sumelieres y responsables de tiendas especializadas y, por último, los propios consumidores.

Seguidamente abordó el tema de la evolución de la forma de comercializar el vino y de como la restauración ha pasado a ser la principal forma de información y formación del consumidor. De como la botella de vino en la mesa de los comensales de los restaurantes es el foco de atracción de los clientes y de como el diseño de la misma y las etiquetas se fijan en su memoria.

El cambio en los hábitos gastronómicos de los españoles y su repercusión en el vino fué tratado a continuación. El conferenciante centró esta parte de su charla en como había sido la evolución de los vinos, sus etiquetas y botellas desde los años sesenta hasta la actualidad. Habló de los rimeros vinos embotellados en lo que actualmente es la D.O. Somontano y de como, por ejemplo, la composición del vino Señorío de Lazán fué cambiando de las variedades autóctonas Garnacha, Moristel y Parraleta a las menos tradicionales Cabernet Sauvignon y Tempranillo. Igualmente de como sus etiquetas evolucionaron de unas sin anagramas y color sepia a otras con el caballo, emblema actual de Bodegas Pirineos.

Trasc un amplio recorrido por las marcas y sus etiquetas de vinos e las bodegas Viñas del Vero y Enate, como muestras del Somontano, habló de la evolución de los vinos embotellados de las DD.OO. Calatayud, Campo de Borja y Cariñena y de como su imagen, a traves de Horeca, habia calado en el consumidor.

Como final hizo una reflexión sobre el precio del vino en hosteleria y la opinión de los consumidores expresada a través de diversas encuestas.

Tras un animado turno de preguntas, finalizó l acto.