

Piden que las etiquetas de botellas de vino certifiquen los tapones de corcho



Noticias

El consumidor carece en muchas ocasiones de información respecto al taponamiento de la botella que adquiere.

El Cluster del Corcho de Extremadura-Asecor solicitará a la Junta de Extremadura que impulse las medidas necesarias para que las etiquetas de las botellas de los vinos certifiquen el material de los tapones que utilizan.

Estas medidas pasan por dos vías, según ha dicho el presidente del cluster, Vicente Rodríguez, como son impulsar este etiquetado en las bodegas extremeñas y presionar a la Unión Europea (UE) para que lo exija a nivel comunitario.

En opinión de Rodríguez, el corcho está ganando protagonismo en un momento como el actual, donde crece en el mundo tanto el consumo de vino de calidad como la información del consumidor respecto al producto.

Sin embargo, el consumidor carece en muchas ocasiones de información respecto al taponamiento de la botella que adquiere, pese a ser conocedor de que el corcho es el mejor sistema, ha dicho el presidente de Asecor.

Por este motivo, el Cluster del Corcho de Extremadura-Asecor pedirá que se agilice la inclusión, en las etiquetas de todos los vinos de la comunidad, del material utilizado para tapar la botella, una información "muy importante" para el consumidor.

Según el máximo responsable del cluster autonómico, algunos vinos adquirieron este compromiso, pero cree fundamental que se implante de forma general.

También se pedirá a la Junta que se apoye al Consejo Europeo del Corcho, que quiere trasladar a la UE la necesidad de que obligue a introducir en las etiquetas este tipo de información sobre los tapones.

En opinión de Rodríguez, debe "aprovecharse" el momento actual de mejora en la calidad del producto del vino en el mundo, derivado de la consolidación de mercados como el brasileño o el argentino, y de las mayores exigencias del consumidor.

El corcho se beneficia, por tanto, de la presencia de caldos de calidad en un mayor número de países, y del crecimiento de las exigencias por parte de los consumidores de naciones que crecen económicamente, ha dicho Vicente Rodríguez.

Según el máximo responsable de Asecor, el consumidor posee ahora por tanto una mayor información sobre el vino, y en ese sentido el corcho lleva las de ganar en comparación con otros tapones de menor calidad.

Además, y según ha explicado, el "prestigio" del vino continúa creciendo en los mercados mundiales, y por tanto hay buenas expectativas en relación a los contratos futuros que se firmen con las grandes empresas del sector.

Redacción