



NOTA DE PRENSA

La DO Utiel-Requena visita tres ciudades de EEUU para promocionar la Bobal

- El Consejo Regulador viaja con los responsables de exportación de 13 bodegas a Houston, Washington y Boston para dar a conocer los vinos de la zona mediante seminarios y showrooms

(Utiel 12/04/2017).- El Consejo Regulador de la Denominación de Origen de Utiel-Requena regresa de su viaje por **tres ciudades de EEUU**, en las que ha realizado seminarios con cata sobre las características de zona y los vinos de Bobal en particular, para prescriptores y compradores de vino americanos, y showrooms de bodegas para profesionales.

El personal del Consejo Regulador ha ido acompañado de los **responsables de exportación de 13 bodegas** de la Denominación de Origen. “De ellos cabe destacar su profesionalidad, son parte **imprescindible** para la imagen de los vinos y la **proyección** del trabajo bien hecho en nuestro territorio por nuestros viticultores y enólogos; forman parte importante de una cadena que va desde la viña hasta el cliente final”, señala el presidente de la DO Utiel-Requena, José Miguel Medina, quien ha compartido con ellos los nueve días de ruta por Houston, Washington y Boston.

Medina resalta el papel de los *export managers*, ya que el **73% del embotellado** que se elabora en la DO Utiel-Requena **se vende fuera** de España, en más de **50 países** (la mitad son de fuera de la Unión Europea).

“El **público norteamericano** está empezando a conocer nuestra variedad autóctona y nuestra zona de producción”, comenta Medina, que comprobó la

#URBobal



buena aceptación de los **vinos de Bobal** entre los asistentes a los eventos, que tuvieron lugar en el [The Texas Wine School](#) de Houston y en los locales [Barcelona Wine Bar](#) de Washington y Boston.

El lema de esta campaña es **#URBobal**, que hace un juego de palabras con las iniciales de Utiel-Requena (UR) y cómo suenan en inglés (“you are”) con el objetivo de acercar la Bobal y buscar la complicidad tanto entre los profesionales del vino como entre el público final.

Trabajo a largo plazo

La promoción de esta misión exterior es una continuación de las llevadas a cabo en los dos años anteriores en las ciudades de New York y Chicago, mediante las cuales está **creciendo la presencia** de los vinos DO Utiel-Requena **en EEUU**.

“Es un trabajo de fondo, y **seguiremos apostando** por la divulgación y acciones comerciales el mercado norteamericano en los **próximos años**”, explica el presidente. El plan de internacionalización de la DO Utiel-Requena contempla un marco de ejecución estratégico a largo plazo.

Galería imágenes: [enlace](#)



#URBobal