



PUBLICIDAD

ASTURIAS

ASTURIAS | OVIEDO | GIJÓN | AVILÉS | CUENCAS | SIERO Y CENTRO | ORIENTE | OCCIDENTE | MÁS CONCEJOS | EDUCACIÓN | STARTINNOVA | PLAYAS

PUBLICIDAD

La sidra, caldo de cultivo turístico

El Principado presenta su nueva marca de calidad y advierte de la competencia

El Consejo Regulador se marca como objetivo superar los tres millones de botellas con denominación

 CHELO TUYA MADRID

20 enero 2017
01:48

El primer cuarto menguante del año es el día clave de la sidra asturiana. Es el momento en el que los lagareros inician la trasiega, la mezcla de las diferentes variedades fermentadas en los dos últimos meses hasta conseguir el palo. Es decir, hasta lograr el líquido que acabará siendo escanciado en millones de culinos.

Utilizamos "cookies" propias y de terceros para elaborar información estadística y mostrarle publicidad, contenidos y servicios personalizados a través del análisis de su navegación. Si continúa navegando acepta su uso. Más información y cambio de configuración. **ACEPTAR**

aseguro el presidente del Consejo

calidad 'Sidrerías de Asturias' simulan la postura del escanciado en Fitur. /E. C.

Regulador de la Sidra y ayer, los sidreros asturianos se lo jugaron por partida doble. «Es maravilloso que la trasiega de este año haya coincidido con la presentación en internacional de la nueva marca de calidad, la de Sidrerías de Asturias», destacó Celestino Cortina. Él puso el discurso más emocionado al acto central de la amplia jornada de actividades con las que Asturias quiere captar turistas en la principal feria del sector, Fitur, que se celebra en Madrid. En un abarrotado pabellón de Asturias, que supera los 600 metros cuadrados, el consejero de Industria, Empleo y Turismo, Francisco Blanco, fue el encargado de presidir un acto al que puso el humor el periodista Pachi Poncela.

«¿A quién se le ocurrió eso de que la sidra se estropea al pasar Pajares? Menudo eslogan», espetaba Poncela ante un auditorio que aplaudía la idea de que la sidra, «la buena, la de verdad, la de calidad, es la asturiana». Algo que repitió el consejero: «Es uno de los atractivos turísticos que ayudan a generar visitas y empleo en la región», dijo, aunque, advirtió: «No hay que

PUBLICIDAD

PUBLICIDAD

PUBLICIDAD

dormirse en los laureles. Hay competencia y ante ella la mejor respuesta debe ser la calidad».

■ Asturias y Cantabria compiten por Ryanair

■ La hotelería asturiana 'exporta' su plan de peregrinos

Se refería él, sin citarla, a la competencia de la sidra vasca que, aunque a años luz de la asturiana en cuanto a producción de litros, mantiene una línea de crecimiento en el mercado. En los últimos años, también Galicia

parece querer entrar en el sector sidrero aunque, como precisó Celestino Cortina, «nosotros no debemos mirar hacia otros, sino hacia nuestro propio producto: mejorarlo y promocionarlo».

Y eso hicieron ayer. Con la presentación de una marca que ya ostentan 21 sidrerías. Las que han pasado por la auditoría oficial que confirma que sirven sidra asturiana, de calidad, incluyen Denominación de Origen, ofrecen comida tradicional y, sobre todo, escancian cada botella a mano. Por el estrado pasaron los propietarios de El Cartero, Muñó Poniente, La Barraca, Cabañaquinta, Plaza, La Villa, La Morena, Casa Ataúlfo, El Valle, La Noceda, La Pigüña, La Pumarada, Casa Cortina, La Manzana, Vega Redonda, todas las de la cadena Tierra Astur (Oviedo, Gascona, Siero, Avilés y Gijón), así como La Pomar.

Los vascos venden mejor

Fue precisamente el propietario de esta última, Javier Fernández, el que destacó la necesidad de una mayor promoción. «Los vascos saben vender mejor su producto, aunque la calidad de la sidra asturiana sea muy superior». Con su enorme placa bajo el brazo, se felicitó de que la marca de calidad solo sea accesible a las sidrerías que escancian manualmente. «El escanciado es fundamental. Ninguna sidrería que se precie debería utilizar otros métodos. Eso sí, para lograr que todas tengan escanciadores hay que saber valorar el producto y pagarlo». Lo dice porque, asegura, «los costes de una sidrería son altísimos. Es, como decimos en Asturias, trabajosa. Una botella de sidra cuesta 2,5 euros y supone seis servicios. Una botella de vino solo tienes que descorcharla y ponerla en la mesa para ganar ocho veces más».

Y para potenciar ese escanciado, Pachi Poncela adelantó una de las ideas que durante 2017 desarrollará el equipo de turismo del Principado. «El escanciado en seco», explicó, la pose característica del escanciador. Los primeros en posar para la foto con esa singular posición fueron los 21 empresarios premiados ayer, así como el consejero, el director general de Comercio y Turismo, Julio González Zapico, y el vicepresidente de Otea, Javier Martínez. Todas las sidrerías de calidad son socias de Otea, una unión que destacó el presidente del Consejo Regulador de la Sidra. «Nos habéis marcado una hoja de ruta. Queremos seguir vuestro camino».

Uno que tiene como objetivo poner en el mercado «más de tres millones de botellas con Denominación de Origen Protegido», anunció Cortina, quien explicó que la cifra «supone duplicar la actual producción». En esa línea, dejó claro que la sidra, ahora, «sí cruza Pajares», aunque «el principal mercado es el asturiano. Ahí es donde todavía tenemos muchas posibilidades de crecimiento».

TEMAS FITUR, Asturias, Sidra

TAGSsidra,caldo,cultivo,turistico

Deja tu comentario

PUBLICIDAD

LO MÁS		★ TOP50
VISTO	COMENTADO	COMPARTIDO
1	Caminar sobre los Lagos helados, hasta 5.000 euros de sanción	
2	Siete personas se hunden en el lago Ercina mientras caminaban sobre el hielo	
3	Sanidad convoca una nueva oferta de empleo con 39 plazas para el mes de marzo	

4	Los puertos del Norte reclaman un tren de ancho internacional por la cornisa
5	Roba un coche en Siero para desplazarse hasta Pontevedra
6	Siete personas acaban en el agua al romperse el hielo del lago Ercina

NOTICIAS RELACIONADAS

Asturias escancia calidad en Futur

Javier Fernández insta al Gobierno de Rajoy a afianzar el crecimiento

Asturias, premiada por su turismo sostenible

Javier Fernández reitera su respeto «por lo que haga cualquier militante»

PUBLICIDAD

PUBLICIDAD

PUBLICIDAD

EL COMERCIO

© ELCOMERCIO.ES

Registro Mercantil de Asturias, Tomo 1.272, Libro 0, Folio 43, Hoja AS-4.313 C.I.F.: A-33600529
Domicilio social en calle Diario El Comercio, número 1 C.P. 33207, Gijón, Asturias, España
Correo electrónico de contacto: digital.co@elcomercio.es

Copyright © EL COMERCIO S.A. Gijón, 2008.
Incluye contenidos de la empresa citada y, en su caso, de otras empresas del grupo de la empresa o de terceros.

EN CUALQUIER CASO TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS:

Queda prohibida la reproducción, distribución, puesta a disposición, comunicación pública y utilización total o parcial, de los contenidos de esta web, en cualquier forma o modalidad, sin previa, expresa y escrita autorización, incluyendo, en particular, su mera reproducción y/o puesta a disposición como resúmenes, reseñas o revistas de prensa con fines comerciales o directa o indirectamente lucrativos, a la que se manifiesta oposición expresa.

vocento

ABC.es
ABCdeSevilla
Hoy Digital
El Correo
La Rioja.com

El Norte de Castilla
DiarioVasco.com
Elcomercio.es
Ideal digital
SUR.es

Las Provincias
El Diario Montañés
La Voz Digital
Laverdad.es

Clasificados
Empleo
Formación
Oferplan

Finanzas
Coches
XLsemanal
Código Único

Mujerhoy
Pisos
Vadejuegos
Guapabox