

# VIVIR<sup>EL</sup>VINO

"LA REALIDAD OBJETIVA ACABA DE EVAPORARSE". WERNER KARL HEISENBERG

JUNIO-JULIO 2020 | Nº 159

WWW.VIVIRELVINO.COM



LA  
"NUEVA  
REALIDAD"  
*del vino*

3,50€



Rosados,  
conquista estival

Entrevista con  
Mike Veseth

Tocadas por  
la Covid-19

20 años siendo el referente en **El Bierzo**



EL VINO SOLO SE DISFRUTA CON MODERACIÓN



DOMINIO DE TARES

[www.dominiodetares.com](http://www.dominiodetares.com)



**Alberto Matos**  
Director Editorial de *Vivir el Vino*

## La “nueva normalidad”

Decía John Lennon que “la vida es aquello que te va sucediendo mientras te empeñas en hacer otros planes”. Y qué razón tenía. Hace tan solo unos meses, la mayoría de españoles celebrábamos la llegada de 2020 entre brindis y alegrías, pidiendo al nuevo año que nos proporcionara salud, dinero y amor. Amén de la fuerza de voluntad necesaria para llevar a cabo nuestros propósitos de enmienda.

Y ahora, con la pandemia por coronavirus aparentemente controlada, ni siquiera sabemos qué es lo que va a suceder mañana.

El coronavirus nos ha enseñado muchas cosas, pero si hay una que se distingue del resto es que el futuro no existe. Ya nos podemos empeñar en planificarlo todo, que cualquier contratiempo puede echar nuestros proyectos por tierra. Nada nuevo en la historia de la humanidad, que ha demostrado una increíble capacidad de resiliencia para sobrevivir hasta nuestros días.

Con la mayor parte de la población confinada en casa, el sector del vino también se ha visto obligado a adaptarse de manera precipitada a las nuevas circunstancias. Así, de la solidaridad arrolladora de los primeros días, pasábamos a la reinvención de los canales de venta para tratar de suplir el vacío dejado por el cierre casi total del canal HoReCa. Un vacío difícil de llenar, ya que todo dependerá de lo que nos traiga la “nueva normalidad”.

Según Nielsen, las compras online de vino en supermercados e hipermercados, que representan alrededor de un 70% del total, se vieron incrementadas un 20% entre los años 2018 y 2019. Ese mismo porcentaje interanual se elevaba durante alguna semana del confinamiento hasta el 40%. Una tendencia imparable que solo se ha acelerado más recientemente y que, una vez se estabilice y ofrezca un respiro al aparato logístico de las distribuidoras, habrá llegado para quedarse.

Sucedirá lo mismo en el canal de vinotecas, clubes de vino y tiendas especializadas, aunque en este caso no se podrá conocer a ciencia cierta su evolución a lo largo del Estado de Alarma. Sencillamente no hay datos oficiales, algo que la Organización Interprofesional del Vino Español (OIVE) ha comenzado a reclamar recientemente. En cualquier caso, y de acuerdo con lo expresado por las principales plataformas electrónicas de comercio de vino, las ventas también se han disparado.

Muchas bodegas, atentas a este fenómeno, precipitaban la creación de sus propias tiendas online, o bien acudían a los *marketplaces* para poner su producto a disposición de un cliente que ya no podía disfrutarlo en bares y restaurantes. Promociones especiales sin gastos de envío, catas online, charlas con expertos, sorteos... Multitud de propuestas trataban de llamar la atención a la vez que hacían más llevadero el encierro.

Parte de la demanda perdida por el canal HoReCa ha sido absorbida por el canal alimentación, incluidos los canales distintos a los supermercados e hipermercados. La evolución de esta anomalía dependerá de un futuro que, como ya hemos podido comprobar, no existe.

## CONTENIDOS

4



Noticias

16



Palabra de enólogo  
por Santiago Jordi

18



Entre lo divino y lo humano  
por Jesús Rivasés

20



Del alma del vino  
por Manuel Herrera

22



El rincón del vino  
por María José Plasencia  
y Raquel Navarro

23



Vino del mes

24



Novedades  
por Raúl Serrano

26



En el nombre del vino

27



Rosados  
Conquista estival

34



La "nueva normalidad"  
del vino

42



Entrevista con  
Mike Veseth  
Editor de The Wine Economist

45



Tocadas por la COVID-19

52



Cumplen años  
Familia Torres

54



El Club de Vivir el Vino

58



La Cocina de Koketo

60



Escaparate

62



Armonía  
de sabores

# VIVIR EL VINO

DIRECTOR GENERAL

Dalmacio Lumbereras Luengo  
dlumbereras@vivirelvino.com

SUBDIRECTORA GENERAL

Belén Crespo  
belen.crespo@vivirelvino.com

DIRECTOR EDITORIAL

Alberto Matos  
alberto.matos@vivirelvino.com

REDACTORES

Arantxa Noriega, Alejandra Malaina  
y Concha Martínez  
redaccion@vivirelvino.com

COLABORADORES

Jesús Rivasés, Eugenia Rubio,  
Carlos Alcocer, Santiago Jordi,  
Jorge Hernández Alonso y  
Manuel Herrera

RESPONSABLE DE CATAS

Raúl Serrano  
raul.serrano@vivirelvino.com

MARKETING Y PUBLICIDAD

Jorge Díez  
jorge.diez@vivirelvino.com

DISEÑO Y REALIZACIÓN GRÁFICA:

Vivir el Vino

ATENCIÓN AL CLIENTE

Abel Lumbereras  
abel@vivirelvino.com

SUSCRIPCIÓN

916 338 461  
suscripcion\_revista@vivirelvino.com

IMPRIME

Gráficas Andalusí

DEPÓSITO LEGAL:

M-12613-2000

Es una publicación de

Grupo Vivir el Vino S.L

P.I. Ventorro del Cano

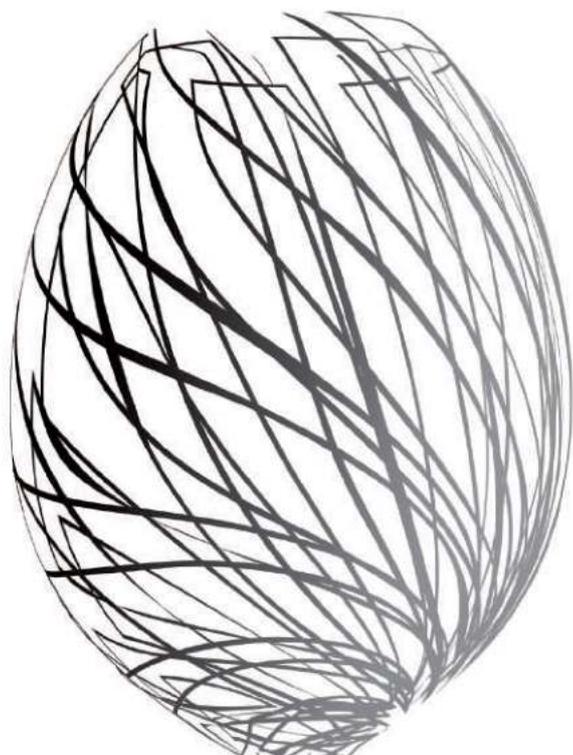
c/ Valdemorillo, 8 Bis

28925 Alcorcón (Madrid)

Tel.: 916 338 461

Ediciones Vivir el Vino no se responsabiliza de las opiniones expresadas por los colaboradores en sus artículos. Todos los derechos reservados. Esta publicación no puede ser reproducida, ni en todo, ni en parte, ni registrada, ni transmitida por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni por ningún medio, sea mecánico, fotoquímico, electroquímico, por fotocopia, o cualquier otro, sin el permiso previo, por escrito, de la empresa editora.

Vinos de Terruño... **VINOS DE PAGO**



De la imaginación de Cervantes nació una leyenda

... del corazón de nuestros viñedos nace **Quixote**

**QUIXOTE**

Pago Casa del Blanco

[www.pagocasadelblanco.com](http://www.pagocasadelblanco.com)  
[quixote@pagocasadelblanco.com](mailto:quixote@pagocasadelblanco.com)

Ctra. Manzanares a Moral, Km. 23,2  
13200 Manzanares, Ciudad Real



## EL CONSUMO DE VINO MUNDIAL SE MANTUVO A LO LARGO DE 2019

*Eugenia Rubio*

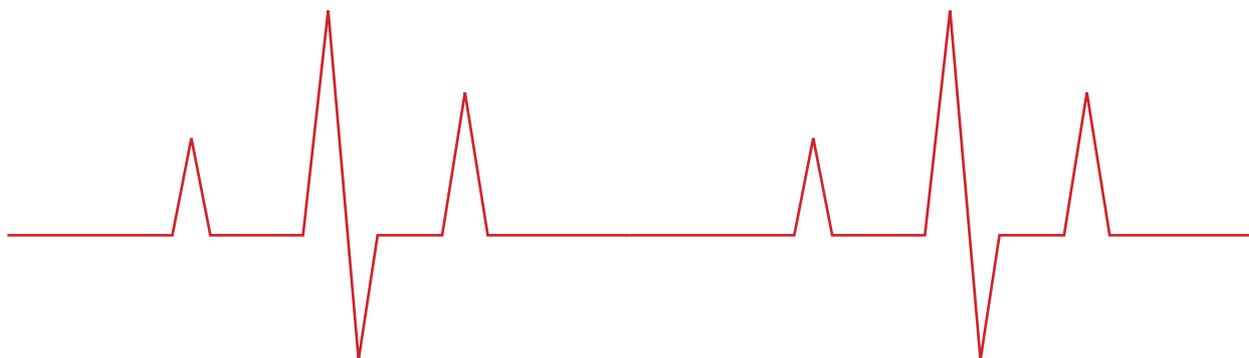
La Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV) estima que el consumo mundial de vino se situó el año pasado en 244 millones de hectolitros, apenas un 0,1% por encima del registrado el año anterior.

En la UE fue de 128 millones de hectolitros, en línea con los años anteriores. Sin embargo, la evolución varía dependiendo de los Estados miembros, ya que algunos registran mejoras, como España (11,1 millones de hectolitros; +2,3% respecto a 2018), Italia (22,6 millones; +0,9%), Alemania (20,4 millones; +2%) y Reino Unido (13 millones; +1%), mientras que en otros disminuye; es el caso de Francia (26,5 millones de hectolitros; -0,6%) y Portugal (5 millones; -2,7%), así como de Holanda y Bélgica. Fuera de la UE, Estados Unidos, primer consumidor a nivel mundial, reafirma su posición con un incremento del 1,8%, hasta los 33 millones de hectolitros. En cuanto a China, su consumo cede un 3,3% y se queda en 17,8 millones de hectolitros. España, que es el tercer productor mundial de vino, ocupa la séptima posición en consumo, con una cuota del 5% del total, frente al 11% de Francia o el 9% de Italia.

## Habrán límites de rendimientos para los vinos sin IG

*Eugenia Rubio*

El Ministerio de Agricultura ha presentado una propuesta en la que establece un límite de rendimientos para las parcelas dedicadas a la producción de uvas para vinos sin indicación geográfica (IG). Se trata de estabilizar el mercado y reducir la gran variabilidad de producciones y precios de este tipo de vinos que se registran entre campañas. Se persigue evitar que se obtengan este tipo de vinos a partir de uva procedente de parcelas con excesivo rendimiento. Para ello, las uvas de vinificación que se destinen a bodegas para su transformación en vino deberán proceder de parcelas con un rendimiento que no supere los 18.000 kilos por hectárea, en el caso de la uva tinta; y los 20.000 kilos, para la blanca. Si no se cumple ese requisito, las uvas vendimiadas podrán destinarse exclusivamente a la elaboración de vinagre o a la destilación para usos industriales y energéticos. Además, deberá acreditarse que el producto obtenido de la transformación de esas uvas no ha pasado al canal del mercado del vino. En el caso de las uvas para vinificación amparadas dentro de una Denominación de Origen Protegida (DOP), el rendimiento máximo admitido será el establecido por cada denominación.



## La producción mundial volvió a la normalidad en 2019

*Eugenia Rubio*

La producción mundial de vino registró una significativa caída del 11,5% en 2019 respecto al año anterior, con lo que se situó en 260 millones de hectolitros (sin zumos ni mostos), según las cifras preliminares publicadas por la Organización Mundial de la Viña y el Vino (OIV). La organización recuerda, sin embargo, que la producción de 2018 fue excepcional en volumen y que, tras dos años que se califican como muy volátiles, el resultado de 2019 puede considerarse una vuelta a la normalidad.

Los principales países productores de la UE (Italia, con 47,5 millones de hectolitros; Francia, 42,1 millones; y España, 33,5 millones) registraron descensos acusados y, en general, la mayoría de los países productores obtuvieron resultados más cortos que el año anterior. Solo hubo algunas excepciones, como Portugal, Sudáfrica o Rusia. De cara a 2020, la OIV ha avanzado algunas previsiones de producción en los países productores del hemisferio sur, donde se espera una nueva caída salvo en Sudáfrica y Uruguay.

## MÁS DE 1.000 ACCIONES DE PROMOCIÓN DE LOS VINOS ESPAÑOLES PARA EL AÑO QUE VIENE

*Eugenia Rubio*

En 2021 se destinarán 66,5 millones de euros del FEAGA (Fondo Europeo Agrícola de Garantía) a cofinanciar un total de 1.000 acciones y programas de promoción de vinos españoles en países terceros. Esos fondos se repartieron entre las comunidades autónomas en la última Conferencia Sectorial de Agricultura. Con esa partida se cofinanciará el 60% de la inversión prevista en esos programas, dirigidos a fomentar el conocimiento de las características y

cualidades de los vinos españoles para mejorar su posición competitiva, consolidación o, en su caso, la apertura de nuevos mercados. Las comunidades con mayor número de programas aprobados son Cataluña (438), Castilla y León (124), Andalucía (90) y La Rioja (73). Por volumen de fondos del FEAGA encabeza la lista el País Vasco (12,3 millones de euros), Cataluña (10,1 millones), Castilla y León (8,8 millones de euros) y La Rioja (8,4 millones).

## Más de 100 medallas de oro



Bodega Inurrieta combina tradición, calidad y cercanía que se traduce en vinos de calidad con un palmarés de más de 400 reconocimientos nacionales e Internacionales.

El micro clima, suelos singulares y un entorno privilegiado hacen de nuestros vinos un referente tanto nacional como internacional.



**BODEGA INURRIETA**

La recompensa de un buen trabajo



SÍGUENOS EN:   



[www.bodegainurrieta.com](http://www.bodegainurrieta.com)

(+34) 948 737 309  
[info@bodegainurrieta.com](mailto:info@bodegainurrieta.com)

## Vendimia en verde y destilación para afrontar la crisis

Eugenia Rubio

El Ministerio de Agricultura ha presentado al sector vitivinícola su proyecto con medidas para hacer frente a los problemas generados en el mismo por la crisis del coronavirus. Plantea destinar fondos a la vendimia en verde así como a una destilación de crisis y a una operación de almacenamiento privado. De acuerdo con el proyecto, se concederán 10 millones de euros en ayudas en los ejercicios 2020 y 2021 para cosecha en verde de parcelas completas de viñedo con DOP de la vendimia 2020, de los que cuatro millones se abonarán con cargo al ejercicio 2020 y el resto, con cargo al de 2021. Las comunidades fijarán una compensación por la pérdida de ingresos que se calculará como el 50% del valor medio de

la uva de las tres últimas campañas en la zona donde esté ubicada la parcela objeto de la vendimia en verde, que la propia región deberá definir. En lo que respecta a la destilación de crisis voluntaria, el volumen máximo a destilar será de 2 millones de hectolitros, de los que medio millón serán de vinos amparados por una denominación de origen protegida y 1,5 millones de otros vinos. Y la ayuda al almacenamiento privado se abrirá para un máximo de 2 millones de hectolitros de vino con denominación de origen a granel. Estas medidas se financiarán con fondos del programa de apoyo al sector del vino de este año, deduciéndolos de las partidas asignadas inicialmente a otras actuaciones.

### 6 marcas españolas, entre las 50 más admiradas del mundo

Se trata de Torres, Vega Sicilia, Ramón Bilbao, Marqués de Riscal, CVNE y Campo Viejo

La prestigiosa publicación británica *Drinks International* acaba de hacer pública su esperada lista anual con "Las 50 Marcas de Vino Más Admiradas del Mundo", que tenía previsto desvelar –como en otras ocasiones– durante la celebración de la feria del vino ProWein, suspendida a causa de la actual pandemia por coronavirus.

En su edición de 2020, el primer puesto está ocupado por la argentina Catena, que además accede por primera vez al listado.

Por su parte, hasta seis marcas españolas han conseguido posicionarse entre las 50 más admiradas. Por orden de aparición, el tercer lugar corresponde a la catalana Torres, que ha cedido una posición respecto a 2019 aunque, a cambio, se ha proclamado como la marca de vino más admirada en Europa.

La siguiente española en la lista es la vallisoletana Vega Sicilia, que asciende cinco puestos respecto al año pasado hasta alcanzar la novena posición.

En el puesto 17, encontramos a la riojana Ramón Bilbao que, ha escalado 23 posiciones respecto al pasado año. Un logro que le ha valido el reconocimiento de "Highest Climber" o "Mayor Ascenso" en el listado.

La alavesa Marqués de Riscal, tras perder 13 posiciones, se sitúa este año en el puesto 21, mientras que el 23 se ha reservado para la riojana CVNE, que aparece por primera vez en la lista. Finalmente, en el puesto 27 se ha situa-



do la también riojana Campo Viejo que, en su caso, perdía 14 posiciones respecto a 2019.

Por nacionalidades, las marcas más admiradas son las francesas, con un total de 8 en la lista. Les siguen las chilenas y estadounidenses, con 7 cada una; las españolas, australianas e italianas, con 6; las neozelandesas, con 5; las argentinas, portuguesas y sudafricanas, con 2; y las canadienses, con 1. Las dos primeras jornadas estarán reservadas para el público general, mientras que durante las dos últimas se celebrarán catas a ciegas.

## DEHESA DE LUNA CONSIGUE LA CERTIFICACIÓN ISO 14001 Confirma su labor en la protección y cuidado del medio ambiente

Dehesa de Luna Finca Reserva de Biodiversidad ya tiene el certificado ISO 14001, que confirma que la protección y cuidado del medio ambiente está en el ADN de su actividad. Esta certificación viene a refrendar el trabajo que se lleva haciendo en bodega y se une a la calificación de viñedo ecológico, a las acciones de reforestación de la finca y a la protección de las aves que residen en este espacio natural. Para Dehesa de Luna este era un paso necesario y natural en coherencia con su filosofía de llevar a cabo una buena gestión ambiental. El Certificado ISO 14001 es una norma que confirma que la empresa es responsable, sostenible y respetuosa en la protección del medio ambiente y que trabaja con los recursos necesarios para la prevención y reducción de riesgos ambientales y de los residuos. Dehesa de Luna Finca Reserva de Biodiversidad, y su bodega, se encuentran situadas en un extenso paraje natural como es el Campo de Montiel. Su viñedo es ecológico –64 hectáreas– y se creó respetando el paisaje y las encinas centenarias que ya estaban allí.

En el año 2012 se inauguró la bodega y desde entonces hay un compromiso con el medio ambiente que se puede leer a la entrada y que resume la filosofía de trabajo en Dehesa de Luna: "Respeto a la naturaleza y a la vida, respeto a la tierra y a los viñedos, respeto a la tradición y a la historia, pero también a la investigación y al desarrollo. Respeto al hombre, al esfuerzo y al compromiso". Todo este respeto hacia el medio ambiente se refleja en cada uno de sus vinos, ya que cada etiqueta es un homenaje a la fauna que convive con el viñedo de Dehesa de Luna. Un ave, un vino. El vino Orígenes tiene en su etiqueta la perdiz roja, ave emblemática de la finca; Dehesa de Luna Graciano tiene como protagonista al milano real y el vino blanco Garnacha Blanca va unido al halcón peregrino, el ave rapaz que destaca por su extrema rapidez. El viñedo cuenta con 64 hectáreas divididas en cuatro parcelas: El Viñazo, La Mata de la Culebra, La Cañada del Navajo y La Noria de Luna.

**LAS MORADAS**  
DE  
SAN MARTÍN

Hay tantas maravillas en  
un copa de vino como  
en el fondo del mar



## MARQUÉS DE RISCAL RESPETARÁ LOS ACUERDOS CONTRAÍDOS CON SUS PROVEEDORES

*Los viñedos controlados seguirán proporcionando uva a la bodega de Rioja*

Es habitual que muchos grandes bodegueros adquieran al menos una parte de su producción a pequeños y medianos agricultores, con los que firman acuerdos que se renuevan cada cierto tiempo. Con la crisis del coronavirus, son cada vez más frecuentes los rumores que apuntan a una supuesta suspensión de dichos contratos, que provocaría un grave problema a los proveedores, que se verían obligados a destinar su producción a otros fines menos rentables. Este no será el caso de Marqués de Riscal que, mediante un comunicado, ha asegurado que, pese a la contracción de la demanda, respetará los acuerdos contraídos con los viticultores en las actuales circunstancias. La bodega asegura así que no dejará a ninguno de sus proveedores en la estacada, con quienes no solo les une “una relación comercial y profesional sino humana”.



### DOMINIO DE EGUREN RENUEVA LA IMAGEN DE SU CÓDICE 100% TEMPRANILLO

*Muestra los códigos de los libros más clásicos*

La bodega Dominio de Eguren, perteneciente al grupo Viñedos y Bodegas Sierra Cantabria, acaba de dar a conocer la nueva imagen de su tinto *Código 100% Tempranillo*, certificado como Vino de la Tierra de Castilla.

El nuevo diseño, que estará disponible en unos meses, es obra de Estudio Maba, empresa con quien la bodega ya había trabajado anteriormente. Según su artífice, Miguel Ángel del Baño, se trata de “una pieza atemporal, que captura el significado de su nombre. El diseño de Código muestra los códigos de los libros más clásicos, en los que las letras capitulares cobran un protagonismo inusual y nos permiten construir la etiqueta basada en relieves esculpidos sobre el papel. Un acabado delicado para construir una identidad llena de fuerza y arraigo”.

El grupo Viñedos y Bodegas Sierra Cantabria también es propietario de las bodegas Sierra Cantabria (DOCa Rioja), Viñedos Sierra Cantabria (DOCa Rioja), Señorío de San Vicente (DOCa Rioja), Viñedos de Párganos (DOCa Rioja) y Teso La Monja (DO Toro).



## Legaris apuesta por la Sauvignon Blanc

*Disponible por 7,95 euros*

Legaris, bodega con la que Codorníu se adentraba en los dominios de la DO Rueda hace ya dos décadas, acaba de lanzar al mercado *Legaris Sauvignon Blanc 2019*, un monovarietal con el que profundiza en la adaptación de esta variedad de origen francés en unas tierras dominadas por la Verdejo.

Se trata de un blanco procedente de viñedos plantados en la zona de Valladolid hace 20 años que, cultivados a 750 metros de altitud, se vendimian de noche y cuyas uvas se fermentan en depósitos de acero inoxidable a baja temperatura con el fin de preservar sus característicos aromas tropicales. Unos aromas que se suman a su amplio volumen en boca gracias al contacto con sus lías finas durante 3 meses.

Al tratarse de una variedad de ciclo más corto que el de la Verdejo, se beneficia en las añadas con veranos menos calurosos, cuando las noches frescas consiguen mantener la acidez de la uva.

*Legaris Savignon Blanc 2019* se encuentra a la venta por 7,95 euros.

## PROPUESTA DE BODEGAS TERRITORIO LUTHIER PARA SALVAR VARIEDADES EN PELIGRO DE EXTINCIÓN

La bodega arandina lanza en su página web la campaña #PonTuNombreaUnaCepa

Territorio Luthier ha puesto en marcha una campaña colaborativa en su página web con la que pretende que los amantes del vino puedan contribuir a salvar variedades de uva minoritarias en peligro de extinción. Bajo el hashtag #PonTuNombreaUnaCepa, la bodega plantará en nombre de cada comprador una de las 1.800 cepas de su nuevo viñedo experimental, ubicado en el municipio de Aranda de Duero (Burgos). De este modo, todos los amantes del mundo del vino podrán ayudar a recuperar 4 variedades de uva con alto riesgo de desaparición: Jeromo, Gajoaroba, Mandón y Puesta en Cruz; así como disfrutar en el futuro del vino único que se va a elaborar con ellas. La bodega, certificada por la DO Ribera del Duero, lleva varios años colaborando con el Instituto Tecnológico Agrario de Castilla y León (ITACYL) y la bodega 3 Ases en una profunda investigación sobre estas variedades. Los participantes recibirán un certificado de su cepa e información con fotos sobre la marcha del viñedo. Además, se podrán visitar y cuidar las vides y asistir a la fiesta de fin de confinamiento cuando sea posible.

## Bodegas Izadi presenta Larrosa Blanca 2019

Elaborado con Garnacha Blanca

Siempre fiel a su firme apuesta por las variedades autóctonas, Bodegas Izadi acaba de presentar Larrosa Blanca 2019, un vino elaborado con uvas de la variedad Garnacha Blanca.

Se trata, en realidad, de la segunda añada de esta marca, obtenida de uvas seleccionadas entre sus tres mejores parcelas, ubicadas muy cerca de la bodega a 600 metros de altitud en las inmediaciones de Villanueva de Álava.

Certificado por la DOPa Rioja, Larrosa Blanca 2019 procede de uvas vendimiadas a mano, sometidas a una rápida pero leve presión. Así se consigue un vino aromático y frutal, con una boca golosa y una buena acidez que le aporta frescura. Un vino muy primaveral pensado para acompañar aperitivos y platos con arroces ligeros, ensaladas o pastas.

Su precio recomendado es de 7,25 euros.



# RUEDA



[www.dorueta.com](http://www.dorueta.com)

#BrindoConRueda

*¿y si lo compartimos?*

40<sup>th</sup> ANNIVERSARY 1980-2020  
**RUEDA**  
DENOMINACIÓN DE ORIGEN



**VICENTE GANDÍA SORPRENDE CON BOBAL BLANCO Y BOBAL NEGRO**

*Primer proyecto íntegro de Pepe Hidalgo, nuevo director técnico de la bodega*

Bodegas Vicente Gandía acaba de lanzar al mercado *Bobal Blanco* y *Bobal Negro*, dos vinos premium de edición limitada que, certificados por la DO Utiel-Requena, han sido elaborados íntegramente por su nuevo director técnico, Pepe Hidalgo, con uvas tintas de la variedad.

En el caso del *Bobal Blanco*, su color amarillo con fondos grises y rojizos; su aroma de fresa silvestre, flores blancas y fruta madura blanca; y su acidez integrada, refrescante y con un final largo que recuerda a los frutos del bosque es el resultado de un cuidadoso proceso de producción. Todo comienza con una recolección manual y un prensado del fruto con un rendimiento por debajo del 45%. El mosto obtenido permanece en frío en contacto con sus lías durante 3 días para absorber el ligero color extraído y se ha fermentado tras trasegar los limpios a 14 °C. La fermentación se ha producido en barricas de roble americano.

Por su parte, el *Bobal Negro* ha sido elaborado con uvas vendimiadas a mediados de octubre con rendimientos inferiores a 1 kg por cepa. Se ha realizado una maceración prefermentativa a 3°C durante 4 días y se ha fermentado a 26°C permaneciendo con sus pastas 10 días más. Un 50% del vino ha realizado la fermentación maloláctica en barrica y el conjunto ha descansado 12 meses en barrica de roble francés de tostado ligero. Se trata de un vino rojo intenso, con ribete violáceo y lágrima densa. En nariz ofrece aroma de retama, fruto rojo y caramelo inglés con ligeros matices de ahumados. En la boca es rotundo, dejando sensaciones de roble. Hidalgo explica que *“Bobal Blanco*, es Blanc de Noirs, la primera producción a nivel mundial de esta variedad de uva tinta. Un vino con un carácter único y con un equilibrio que estoy seguro que sorprenderá. *Bobal Negro* es un vino con una gran complejidad, genial para disfrutar ahora, aunque a su vez estas características lo harán mantenerse a gran nivel durante muchos años. Es un vino tinto que a través de las prácticas cuidadosas en el viñedo logra una gran concentración”.

**FAMILIA MARTÍNEZ BUJANDA LANZA PETRA DE VALPIEDRA 2017**

*Se trata de la segunda añada de su monovarietal de Garnacha Tinta*

Familia Martínez Bujanda acaba de anunciar el lanzamiento de la segunda añada de *Petra de Valpiedra*, el exclusivo monovarietal de Garnacha Tinta que elabora en su bodega riojana Finca Valpiedra. En esta ocasión, la producción de la añada 2017 se verá reducida a 4.613 botellas, frente a las 4.833 de 2016, que se agotaron ya en noviembre del año pasado. La cosecha 2017 en Finca Valpiedra fue, según afirma la bodega, “extraordinaria, con vinos de gran estructura y potencial de guarda, buena acidez y muy elegantes”.

En cuanto a la elaboración, desvela que “tras la fermentación en depósitos de cemento, se somete al vino a una maceración de 28 días. Posteriormente, el envejecimiento se realiza durante 12 meses en barrica de roble francés”. Desde el punto de vista de la cata, se trata de un vino de intensidad media con tonos azulados en los bordes sobre fondo cardenalicio y con una lágrima densa y abundante. En nariz permite disfrutar de un amplio abanico de aromas frutales, donde destacan los de cassis y fruta roja. También se pueden encontrar ligeros toques de roble, con predominio de notas de toffee y vainilla. Produce en boca una sensación amplia y una tensión media de gran frescura y final sedoso debido a su finísimo tanino. El posgusto es largo y sávido, e invita a volver a la copa y a disfrutar de un nuevo sorbo.

Su precio orientativo en tiendas especializadas será de 39,90 €.



**Primer espumoso de Municipio en Rioja, por Bodegas Urbina**

*Una edición limitada de 11.500 botellas, elaborada con uvas de la variedad Viura*

Urbina acaba de lanzar al mercado *Urbina Valle del Ángel*, el primer espumoso de Municipio con DOCa Rioja. La bodega, con sede en la localidad riojaltaña de Cuzcurrita de Río Tirón, se acoge así a las calificaciones de Vino Espumoso y Vino de Municipio, aprobadas por el Consejo Regulador en 2017.

*Urbina Valle del Ángel* es un vino elaborado con uvas de la variedad Viura, procedentes de un viñedo de 40 años. De color oro pálido, luminoso y brillante, al beberlo produce una cremosa espumación de refrescante acidez. En boca recuerda a la mousse de limón, con un ataque goloso y frutal, y pinceladas de melón y tonos amielados. En su largo recorrido se aprecia el equilibrio y la complejidad del vino, dejando al final unos matices amargos muy agradables. Urbina ha producido una edición limitada de 11.500 botellas, que ha decidido racionar en cupos mensuales.



## Sierra Norte apuesta por dos nuevos vinos naturales sin sulfitos

Uno de ellos es un "Orange Wine"



La bodega albaceteña Sierra Norte lanza al mercado dos vinos naturales: el tinto 1564 Natural Red y el vino naranja 1564 Natural White, elaborados sin levaduras ni conservantes. Dos producciones ecológicas, certificadas como veganas, que gozan de una alta demanda en el norte de Europa, Estados Unidos y Canadá.

1564 Natural Red es un monovarietal de Syrah, resultado de una fermentación espontánea propiciada por la levadura natural presente en las propias uvas, con la única intervención de ligeros remontados que ayudan a extraer la cantidad mínima de tanino. Así, la bodega consigue un vino afrutado y goloso, de agradable estructura que permite que la variedad, el suelo y el entorno se expresen.

Por su parte, 1564 Natural White es un vino naranja, también conocido como "Orange Wine", elaborado únicamente con uvas de la variedad Verdejo. Su delicado proceso de elaboración comienza con la vendimia nocturna para, una vez en bodega, fermentar el mosto obtenido junto a su parte proporcional de hollejos a temperatura controlada. Este mosto se somete a remontados diarios para obtener la máxima capacidad aromática de la uva y el ligero tono de color ambarrino propio de los vinos naranjas. Una vez concluida la fermentación, el vino pasa dos meses encubado, con ligeros remontados, para lograr así un volumen adecuado de tanino. En cata demuestra su singularidad con un sabor fresco, de carácter vegetal y cítrico, que le aporta el trabajo con sus hollejos. Es un vino ligero, pero con presencia de taninos y acidez equilibrada.



# LOSADA

VINOS DE FINCA

## NUEVO LOSADA GODELLO MÁGNUM



Ctra. a Villafranca Le-713, Km. 12  
24540. Cacabelos (León)  
Tel.: (+34) 987 548 053  
[bodega@losadavinosdefinca.com](mailto:bodega@losadavinosdefinca.com)  
[www.losadavinosdefinca.com](http://www.losadavinosdefinca.com)



## Tío Pepe en Rama 2020 apoya a la hostelería

Con Tío Pepe en Rama 2020

La bodega jerezana González Byass acaba de anunciar el lanzamiento de *Tío Pepe en Rama 2020*, cuyas ventas destinará a apoyar la reapertura de la hostelería, uno de los sectores más castigados por la actual pandemia por coronavirus.

Marcada por un invierno anormalmente seco y templado, que dio paso a una primavera fresca y lluviosa, la saca de 2020 es "una de las más espectaculares que he tenido la fortuna de seleccionar", afirma Antonio Flores, enólogo y *master blender* de González Byass Jerez.

En total, la bodega ha obtenido 69 botas, que se inspiran en los días en los que el fino se consumía sin ser sometido a los procesos habituales de clarificación y filtración.



## Ruth Rodríguez Ascacibar, nueva enóloga de Bodegas Campillo

Primera mujer en la dirección técnica de una bodega del grupo

Bodegas Campillo acaba de incorporar a la enóloga riojana, Ruth Rodríguez Ascacibar, al frente de la dirección técnica. Ascacibar está formada en Ingeniería Técnica Agrícola y Enología, por la Universidad de La Rioja. Al finalizar la carrera decidió apostar por la experiencia internacional, elaborando vino en varios países como Chile, Italia y Nueva Zelanda. A su regreso trabajó en bodegas emblemáticas como Marqués de Cáceres o Dos Victorias, donde elaboró los vinos *Elías Mora* (DO Toro) y *José Pariente* (DO Rueda).

Tres años después se unió al Grupo Artevino, a cargo de las bodegas de Castilla y León, Finca Villacreces (DO Ribera de Duero) y Bodegas Vetus (DO Toro). En el año 2009 regresó a su tierra, La Rioja, para centrarse en el proyecto de Bodegas Izadi y Bodegas Orben, ambas en DOCa Rioja y del mismo grupo, donde ha obtenido importantes reconocimientos internacionales hasta su incorporación a Bodegas Campillo. Para Ruth, unirse a Grupo Faustino y, en concreto, a Bodegas Campillo "supone empezar una nueva etapa profesional muy ilusionante. El vino y la viña, son para mí no solo mi profesión sino también mi gran pasión, así que estar al frente de una bodega emblemática como Campillo y poder seguir desarrollando mi experiencia profesional en esta zona que conozco tan bien y de la cual estoy profundamente enamorada es un verdadero regalo".

## NUEVA COLECCIÓN DE VINOS VENDIMIA SELECCIONADA DE CASTELO DE MEDINA

Se trata de un monovarietal de Verdejo y otro de Sauvignon Blanc

La bodega vallisoletana Castelo de Medina acaba de presentar su nueva colección de vinos Vendimia Seleccionada, representada por dos blancos frescos, versátiles y aromáticos, ambos amparados por la DO Rueda. Se trata, por un lado, de *Castelo de Medina Verdejo Vendimia Seleccionada 2018*, resultado de una crianza de seis meses sobre lías finas y tres meses en barricas de roble francés, que permiten combinar la frescura y la fruta de un vino joven con la elegancia y sutileza de la madera. Su etiqueta está protagonizada por la luna, que alude a la vendimia nocturna que practica la bodega para recoger la uva.

Completa la colección *Castelo de Medina Sauvignon Blanc Vendimia Seleccionada 2018*, criado durante nueve meses sobre lías finas que le proporcionan una nariz sutil y elegante y una boca más potente y larga que la que habitualmente ofrece un Sauvignon Blanc joven. En su caso, en la etiqueta está representado el sol, que evoca a los aromas y sabores tropicales de esta variedad de uva.

Ambos llegan al mercado tras haber obtenido excelentes calificaciones en los concursos y guías especializadas de mayor prestigio. Sin ir más lejos, el Verdejo fue reconocido como Magnífico Blanco Joven por la *Guía Vivir el Vino 2020*. Asimismo, recibió medallas de oro en concursos como Mundus Vini 2019 y Sakura Awards 2020.

Por su parte, el Sauvignon Blanc ha conseguido, entre otras, medallas de oro en Mundus Vini 2020, Berliner Wein Trophy 2019 y Asia Wine Trophy 2019.



## LOSADA VINOS DE FINCA LANZA LA VERSIÓN MAGNUM DE SU LOSADA GODELLO 2019

Una edición limitada de 1.000 botellas que "ha tenido muy buena acogida"

Tras el reciente lanzamiento de *Losada Godello 2019*, del que se ponían a la venta alrededor de 20.000 botellas, Losada Vinos de Finca sorprende ahora con una versión magnum de esta misma etiqueta, de la que ha producido una edición limitada de tan solo 1.000 botellas.

Ambos formatos, disponibles en la tienda online de la bodega berciana y en las principales plataformas de venta de vinos, contienen un vino blanco muy fresco, sin prensar, resultado de la mezcla de una crianza de seis meses sobre lías finas en depósitos de acero inoxidable (75%) y en barrica usada de roble francés de 500 litros (25%).

Graso, fresco y elegante, en boca es también voluminoso y delicado, con una acidez cítrica muy buena que invita a beber especialmente en estos días de altas temperaturas y disfrutar de un final goloso, definido por los toques minerales que aporta la parcela de suelos de pizarra en el que nace a más de 600 metros de altitud, en San Lorenzo y San Esteban de Valdeusa.

Según fuentes de la bodega, se trata de un vino que "ha tenido muy buena acogida" y que, en el contexto actual, "resulta una excelente excusa para acercarse al Bierzo este verano, lejos de aglomeraciones en plena naturaleza".



## Altún Villacardiel, nueva propuesta de los hermanos Martínez Pangua

Un monovarietal de Tempranillo

Los hermanos Iker y Alberto Martínez acaban de presentar *Altún Villacardiel*, la nueva propuesta de Bodegas Altún. Se trata de un monovarietal 100% Tempranillo, procedente de una finca de suelos calizos ubicada a 630 m de altitud en el municipio alavés de Laguardia, a los pies de la Sierra de Cantabria.

Es un tinto fresco, afrutado y elegante, con muy buen trabajo de integración de la madera, que se presenta en una edición de 14.000 botellas a un precio de 16 euros. "El mercado cambia, cada vez más los consumidores piden vinos que se diferencien del resto por el entorno en el que surgen, que sean especiales por las particularidades de una parcela", comentan en la bodega.

Altún Villacardiel se suma a otros vinos muy personales elaborados también por estos dos hermanos: Everest, Carralaguardia y Vistalegre.



# BODEGAS VERDEAL

verdejo ecológico

# 20 DE ABRIL ORGANIC

QUE LA INSPIRACIÓN NOS SIGA LLEGANDO DE LA TIERRA Y LAS RAÍCES.



Disponible ya en nuestra tienda online:  
[www.bodegasverdeal.com](http://www.bodegasverdeal.com)





## Lithium 2016, **DISPONIBLE EN [WWW.VIVIRELVINO.COM](http://WWW.VIVIRELVINO.COM)** nuevo monovarietal de Petit Verdot

Pago Casa del Blanco presenta a *Vivir el Vino* su nueva referencia: *Lithium 2016*, un monovarietal de Petit Verdot que pretende convertirlo en el vino revelación de la bodega. Tendrá que competir con el otro buque insignia de la firma: *Quixote Petit Verdot 2016*, que ha sido premiado con el Baco de Oro 2020.

Ha pasado una década desde que los vinos de Casa del Blanco abandonaran la Indicación Geográfica Protegida (IGP) Vino de la Tierra de Castilla para formar parte del selecto club: Vino con Denominación de Origen Pago.

Hoy, la familia de Joaquín Sánchez, padre y alma máter de este proyecto vitivinícola, se ha forjado un reconocimiento dentro del sector. Sus vinos *QUIXOTE* (en sus cuatro coupages diferentes), *Mente*, *Dmente* o sus jóvenes *Veo Veo* y *Tris Trás* hablan por sí mismos, además del blanco *Pilas Bonas*.

Ahora, esta bodega presenta en exclusiva a *Vivir el Vino* su nueva referencia: *Lithium 2016*, un monovarietal de Petit Verdot elaborado con uvas seleccionadas, donde el protagonismo absoluto lo adquiere la variedad. "Prendemos que se convierta en el vino revelación de la bodega", dicen sus responsables. Y tendrá que igualar y compartir el éxito logrado por su hermano *Quixote Petit Verdot 2016*, que este año ha sido premiado con el Baco de Oro. *Lithium* es un vino con una crianza de dos años en bota de 500 litros de roble francés de segundo año y tostado medio. Aquí la madera no es importante y se consigue integrar sutilmente dando cuerpo a la variedad sin quitarle un ápice de protagonismo. Con esta nueva referencia,

el equipo de Pago Casa del Blanco continúa con su fiel filosofía de respeto al *terroir*, a la variedad y a la singularidad de su emplazamiento. Además, transmite a los vinos de esta bodega castellano-manchega la importancia del litio, mineral que ayuda a las viñas ubicadas en el Pago a generar vinos elegantes, atractivos y singulares, y a mantener sus propiedades organolépticas, a pesar del paso de los años. En todos los vinos en los que la bodega trabaja se aprecia el respeto al medio ambiente.

*Lithium 2016* nace de uvas seleccionadas en cinco hectáreas acotadas dentro del Pago. Su frescura, elegancia y capacidad de envejecimiento lo convierten en un vino especial, embotellado y seriado en 999 unidades de 75 cl y 40 unidades en formato mágnam.

Casa del Blanco, finca ubicada en el término municipal de Manzanares (Ciudad Real), arrastra una larga historia repleta de cambios y sucesivos propietarios, pero su esencia sigue intacta: amor a la tierra. Durante estos años, la bodega ha trabajado duro para poder afrontar los grandes retos del mercado, y ofrecer un producto de calidad con la mirada puesta en la innovación. Todo sin dejar de lado su historia.



# BALANCINES

VIÑEDO ECOLÓGICO





Santiago Jordi

Elaborador y presidente de la Federación Española de Asociaciones de Enólogos

## La crisis del abecedario

Especialistas financieros y economistas de prestigio recurren al abecedario para explicar la situación que atravesamos y la futura reactivación. Al principio de la pandemia soñábamos con la deseada "V" (caída de la economía pero rápida recuperación), sin conocer aún las medidas de confinamiento y dudosas estrategias políticas. Hoy, esa "V" se podría transformar en una "U". Si hablásemos de una "V" podríamos estar en la senda de recuperación para el año 2021 pero, en contra de lo deseado, la "U" nos hace pensar que la salida de esta recesión no llegará hasta que las medidas políticas y estratégicas empiecen a dar resultado, es decir, que no veremos la luz hasta el último trimestre de 2021 o principios de 2022.

Lo peor de esto es que entra en escena otra letra del abecedario nada positiva: la "L", que comparte con las dos anteriores ("V" y "U") el temido descenso en el que nos encontramos, pero con el agravante de la permanencia en el tiempo de la situación más precaria. A ello añadimos la incertidumbre de no saber cuándo comenzará la recuperación, que se encuentra vinculada a las decisiones políticas (muy a nuestro pesar, distan mucho de las soluciones que tendrían que acometer para comenzar con la pronta solución).

**"Todo lo sucedido obligará a que aquellas generaciones que aún no estén vinculadas con la era de la digitalización, viren a un modelo de consumo más tecnificado"**

En cuanto al mercado del vino, y una vez publicadas las medidas aportadas desde el Ministerio de Agricultura al sector bodeguero, podemos considerar que, al igual que nunca llueve a gusto de todos, las ayudas al almacenamiento y a la destilación beneficiarán a unas zonas más que a otras, ya que el coste de producir uvas y vinos de calidad no se sufraga con la ayuda propuesta por la Administración.

Además, la estrategia comercial por parte de las bodegas debe adaptarse a los nuevos tiempos post COVID-19 de una forma obligada. Del comercio exterior tendremos que olvidar-

nos hasta recuperar la confianza en nuestros mercados, reciclarnos estratégicamente y desarrollar herramientas con nuevos modelos para acercar la venta directa en retail o plataforma directa. Todo lo sucedido obligará a que aquellas generaciones que aún no estén vinculadas con la era de la digitalización viren a un modelo de consumo más tecnificado. En resumen, el sector vitivinícola español tiene el reto y la gran oportunidad de fortalecer este canal, al cual nunca se le había prestado la suficiente atención.

De este modo, el consumidor tendrá la posibilidad de investigar y seleccionar este interesante y enriquecedor segmento de vinos españoles (a la altura de cualquier otro en cuanto a calidad y precio), posibilitando, por tanto, su consumo y disfrute de forma más frecuente.

Esta situación traumática hay que tratarla y entenderla como una gran oportunidad para aquellas bodegas que carecen de tamaño comercial, y que deben estar presentes en las nuevas plataformas digitales. Por tanto, tenemos que aprovechar todo lo positivo que nos ofrece la globalización y hacernos fuertes de esta gran crisis que, sin lugar a dudas, algún día pasará.

Esperamos que en el futuro podamos contarles a nuestros nietos no solo las "heridas de guerra" que nos dejó esta pandemia sino también los aspectos positivos de la misma.

# Grandes Pagos Gallegos, una apuesta por la calidad en Galicia

En el año 2000, tres amigos nativos del Ribeiro vinculados al mundo del vino (enólogo, bodeguero y sumiller) se propusieron recuperar un antiguo viñedo. Así nació la semilla de lo que hoy día es Grandes Pagos Gallegos de Viticultura Tradicional (GPG). En GPG se elaboran vinos a partir de las 3 grandes variedades autóctonas blancas gallegas: Albariño, Treixadura y Godello, así como con la tinta Mencía, buscando las zonas donde mejor se expresen cada una de ellas. Sus bodegas se caracterizan por una serie de rasgos comunes, entre los que destacan la singularidad y un viñedo de la máxima calidad. Se definen como viticultores antes que bodegueros, practicando un cultivo respetuoso y sostenible con el medio ambiente, dándole la máxima importancia a la localización de sus viñedos, siempre en zonas históricas y preferentemente en ladera.

## Quinta Couselo | DO Rías Baixas

La bodega se encuentra en el valle de O Rosal y limita al sur con el estuario del río Miño y al oeste con el Atlántico. Las variedades que cultiva son Albariño, Caíño Blanco y Loureiro, que le aportan diferenciación y personalidad. Sus vinos más representativos son *Quinta de Couselo Rosal*, elaborado con este tradicional coupage, y el *Turonia Albariño 100%*, ambos con 6 meses de crianza sobre sus lías finas. Vinos frescos, elegantes y de la máxima calidad. *Quinta de Couselo* ha sido galardonado con el Oro en Albariños al Mundo 2019 y *Turonia* con el Gran Baco de Oro 2019.

## Fragas do Lecer | DO Monterrei

En la DO Monterrei, la bodega Fragas do Lecer se incorpora al proyecto GPG en el año 2016. Los viñedos suman un total de 20 hectáreas, repartidas en 48 parcelas. La variada localización de los viñedos, de más de 30 años de antigüedad, hace que tenga plantaciones en cada uno de los diferentes suelos del valle. Los 600 m de altitud media de los viñedos es otro de los factores clave en la calidad de los vinos. Esto les confiere una extraordinaria complejidad y equilibrio entre madurez y acidez. Los vinos más representativos de la bodega son *Fraga do Corvo Godello sobre Lías* (Oro Decanter 2019) y *Fraga do Corvo Mencía*.

## Finca Viñoa | DO Ribeiro

El proyecto en la DO Ribeiro tiene *Finca Viñoa* como el vino más distintivo. Un vino que procede de una única finca de 12 ha en el histórico valle del río Avia. Con más de 70 terrazas, que van desde los 380 m a los 180 m de altitud, y una magnífica exposición solar sur. Aquí la protagonista es la uva Treixadura, que acompaña a la Albariño, Godello y Loureira en su coupage. *Finca Viñoa* ha sido el Mejor Vino de España 2019 en la IWC. Es un vino con una personalidad arrolladora, fino y elegante, y una crianza de 6 meses sobre lías finas. *Pazo Casanova* es un vino que procede del valle del río Miño, también con la Treixadura como estandarte. Es un vino distinguido, intenso y fragante, merecedor de un Oro en Decanter 2019.

Grandes Pagos  
GALLEGOS  
de  
VITICULTURA TRADICIONAL

[www.grandespagosgallegos.com](http://www.grandespagosgallegos.com)



QUINTA COUSELO  
RÍAS BAIXAS D.O.



FRAGAS DO LECER  
MONTERREI D.O.



FINCA VIÑOA  
RIBEIRO D.O.

Jesús Rivasés  
Columnista, tertuliano y escritor



## Vinos para después del confinamiento (y por si hay otro)

Pedro Sánchez quiso adornar el anuncio del Estado de Alarma, del confinamiento, de “la gran reclusión” como la llaman en Europa, con ciertos toques de oratoria épica. Recurrió a Winston Churchill y a uno de sus más famosos discursos: el que pronunció al principio de la Segunda Guerra Mundial. En él prometió a los británicos “sangre, sudor y lágrimas”, pero también la victoria. El inquilino de la Moncloa orilló ese modelo de inspiración para embarcarse, como si fuera un “mosén laico”, en largas y monótonas prédicas de fin de semana. Quizá por eso, Sánchez no tuvo tiempo de reparar en una de las citas de Churchill, en la que ofrece una magnífica receta para pasar buenos y malos momentos. Amante de la buena mesa y la buena bebida, el hombre que plantó cara a Hitler defendió la necesidad de beber *champagne* a cualquier hora: “en la victoria lo merezco y en la derrota lo necesito”.

Ahora, en tiempos de COVID-19, la receta –si se admite la licencia de cambiar el *champagne* por un buen vino- no solo es válida, sino necesaria. Resistiremos y venceremos al virus, y en esa resistencia, los vinos pueden ser de gran ayuda, y el premio más merecido en una futura victoria. Tal vez por eso, es buen momento para prepararse para futuras celebraciones y, por si fuera inevitable, otra “gran reclusión”.

Las consecuencias de la pandemia para el sector del vino serán enormes y trascendentes. Todavía no hay datos definitivos, pero el hundimiento del mercado es ya un hecho, entre otros motivos, porque gran parte de las ventas se realizan en la hostelería. En España, el impacto será mayor por la gran importancia de la restauración y la desaparición del turismo. Hay quienes hablan de “batacazo de las ventas” en el conjunto del año, que oscilaría entre el 30% y el 40%. Una hecatombe.

**“Algunos quieren aprovechar la pandemia para reinstaurar fronteras, pero el comercio global es imparable. Casi todas las bodegas del mundo están ahora al alcance de un simple clic”**

La parte positiva es el avance espectacular de la venta online de vinos en España, aunque este canal solo suponga el 1% de toda la facturación. Y es que el desarrollo de los nuevos canales de venta es una puerta abierta para acceder a vinos, y a posibilidades ilimitadas para curiosos y aficionados.

Algunos quieren aprovechar la pandemia para reinstaurar fronteras, pero el comercio global es imparable. Casi todas las bodegas del mundo están ahora al alcance de un simple clic y es algo que hay que aprovechar para probar los mejores vinos del mundo –españoles de difícil acceso incluidos- y también los más sorprendentes. Por ejemplo, los de Vietnam, uno de los países que quiere hacerse hueco. En el país asiático con pasado colonial francés, ya hay hasta 14 productores de vino, y cuatro millones de litros anuales elaborados. Estos vinos son afrancesados y tienen mucho camino por recorrer, pero si decide tener una experiencia nueva o sorprender a alguien, podría elegir entre los dos más afamados: el *Château Dalat* y el más popular y barato: *Vang Dalat*. Que nadie espere nada espectacular, pero sí sorprendente y, lo que es más importante, bebible.

En el *Financial Times*, la protocrítica Jancis Robinson ha hecho su particular selección de vinos –a precios muy razonables- para “la gran reclusión”, aunque también pueden servir para celebrar el final de esta pandemia. Entre su lista hay varios vinos españoles. Destacan, entre los blancos, los que denomina “blancos de la nueva ola”, con uvas autóctonas redescubiertas. Y nombra a *Máquina & Tabla*, *El Oso* y *La Alemana*, un Verdejo del noroeste de 2018, y también, aunque algo más caro, a *Dominio de Bibeí*, *Ribeira Sacra Lapola 2017*, con una mezcla de variedades gallegas con dominio de la Godello. Entre los tintos, dos recomendaciones: un Rioja a buen precio: el *Marqués de Zearra*, crianza de 2014, y el *Camins del Priotat*, 2018, de Álvaro Palacios (con precio algo mayor). Son solo unas pocas ideas para celebrar el final de “la gran reclusión”, porque significará también que, aunque larga, la guerra contra la COVID-19 se puede ganar.



**PAGODEL VICARIO**

# Vinos de altura

El viñedo de Pago del Marenostrum, del grupo Pago del Vicario, se sitúa en la Sierra de Gádor junto al Parque Natural de Sierra Nevada, a 1500 metros de altitud. Hacer viticultura a esa altura es todo un reto. “En dos de los seis últimos años no se ha podido vendimiarse debido a primaveras poco lluviosas, que en un suelo tan pobre imposibilita la retención del agua y, por tanto, la producción. En los límites de la vid, cualquier circunstancia adversa provoca grandes problemas”, indica Eugenio Roldán, director de viticultura de este Pago. Él nos cuenta las dificultades a las que se enfrenta esta bodega cada día.

## ¿Qué es Pago del Marenostrum?

Es un singular proyecto vitivinícola nacido hace casi 20 años. Lo forman un viñedo de unas siete hectáreas de extensión y una pequeña bodega, donde se elaboran los vinos en el mismo sitio donde se recoge la uva. El viñedo ofrece cuatro variedades (Tempranillo, Pinot Noir, Cabernet Sauvignon y Merlot).

## ¿Qué tiene de especial este proyecto?

Sin duda, el enclave donde está situado: en las estribaciones del Parque Natural de Sierra Nevada, hacia el Sur, en la conocida Sierra de Gádor. La finca contiene una pequeña hoya en la montaña, a 1.500 metros altitud, orientada al Parque Natural. Es un paraje de espectacular belleza protegido de los vientos dominantes, lo que le otorga unas características únicas.

## ¿Qué aporta la altitud al viñedo?

Un microclima especial con una pluviometría relativamente alta, en torno a 600-700 mm. La baja latitud se ve compensada con la altitud de la finca, de tal forma que tiene abundancia de sol, pero a la vez es relativamente fresca por la alta cota en la que se encuentra. Esta combinación permite una óptima maduración de la uva sin causarle estrés ya que raramente las temperaturas superan los 32 °C.

## ¿Cómo es el terreno en que están plantadas las vides y cómo se trabaja?

Se trata de suelos pobres, de textura franca que aportan no-

tas minerales. La circunstancia más especial es la presencia de una piedra llamada “filita”, una roca típica de la Sierra de Gádor con unas llamativas vetas de color morado.

## ¿Cuáles son las dificultades con las que se encuentran al elaborar el vino en un paraje tan singular?

Sin duda, el suelo es lo más difícil de manejar. Se trata de suelos agrestes, con poca arcilla y bastante roca y, por tanto, con escasa capacidad de retención de agua, pese a una pluviometría relativamente generosa. Esto obliga a trabajar con métodos alternativos para aportar más agua a las plantas, sobre todo, en los momentos más exigentes como la maduración. Uno de los métodos utilizados es el cultivo mediante técnicas de no laboreo con cubierta vegetal.

## ¿Qué tienen de especial los vinos de Pago del Marenostrum?

*1500 H Coupage* y *1500 H Pinot Noir* son vinos de boca atlántica y nariz mediterránea. Por un lado, las altas temperaturas de la mañana procuran una plena maduración de la uva, que se traduce en notas de fruta madura y, a la vez, la boca es fresca, con marcada acidez debido a la lenta maduración.





Manuel Herrera

Propietario de Finca Herrera Vinos y Viña Española Consultoría

## Una primavera perdida

En este escrito voy a hablar poco de vino. Redacto estas líneas cuando llevamos casi un mes de confinamiento. Esta reclusión desgasta en todos los aspectos. Salvo alguna copa de Jerez para reconfortar el alma y un par de días de botella de vino, no me apetece beber. Debe ser mi subconsciente, que me dice que no hay nada que celebrar. Aún así, creo estar fuerte. Familia, música, lectura, plantas y perros me acompañan en este encierro. Hablo con todos, bueno, no espero que los perros y las plantas me contesten...

No pretendo hablar de estadísticas pero quiero, de corazón, dar mi más sentido pésame a todas las familias de los fallecidos. Ojalá pudiera hacerlo una por una. Me uno a su dolor y me pongo en su lugar. En muchos casos, se han ido los padres o abuelos, y sin poder despedirlos. Se han ido antes de tiempo; aún tenían vida por delante para disfrutar, para poder acompañarlos, cuidarlos y para estar con la familia y sus nietos.

El duelo durará, será largo, pero también hará que la gente de bien salga más fuerte, generosa y humana de este mazazo. Ese es también mi objetivo. Descansen en paz y en nuestros corazones para siempre, y les dedico este fragmento del gran poeta Miguel Hernández :

*"... Tanto dolor se agrupa en mi costado, que por doler me duele hasta el aliento. Un manotazo duro, un golpe helado, un hachazo invisible y homicida, un empujón brutal te ha derribado..."*

**" Todavía queda mucha lucha y más batallas, pero estaremos preparados con los bolsillos repletos de generosidad y amor -porque otra cosa no-".**

Desde los medios y la clase política solo se han obtenido hasta ahora repugnantes cifras, ocultación de la información y un sentido de desgobierno y desorganización bastante grave. Pases de pelota, juegos de trileros. No están ni mucho menos a nuestra altura. Son de otra especie. Cada vez hablan más en un dialecto que no entiendo, pero me enfada y asquea. Todavía no he visto el dolor de las familias, ni minutos de silencio, ni honores a los muertos, pocas flores y velas encendidas. Y eso no me gusta nada.

Gracias a Dios, la mayoría de la gente está dando un ejemplo claro, responsable y digno. Dentro de esta sociedad, tenemos que rendir pleitesía a médicos y enfermeros y a todo el personal sanitario; guardias y policías, bomberos, protección civil, voluntarios, profesores, tenderos, cajeros - en género masculino y, si cabe más, en femenino-, que trabajan muchas horas, mientras los suyos les esperan inquietos en casa. A agricultores y ganaderos, pescadores y al olvidado mundo del campo en general, al que hay que volver.

Gracias también a nuestros hijos, que nos dan una lección de responsabilidad, solidaridad y aguante. La familia unida jamás será vencida. Gracias a esos mensajes y a esos amigos y a esa compañía virtual que hemos intentado tener todos con todos.

La primavera se nos escapa desde ventanas y balcones. Entre alguna lágrima vamos viendo brotar alguna maceta. A veces entra un viento fresco que huele a glicinias y lilas. Los lirios, ya adelantados, van dando paso a las rosas. Las viñas ya no lloran, brotan este año quizá más lentamente, como esperándonos.

Saldrá el sol y esto - no sabemos cuándo- tendrá que continuar. Recordaremos ya siempre la primavera perdida, pero también espero que recordemos esto como el principio de algo mejor. El inicio de una vida salvada, nueva, de algo diferente. Confío en que podamos abrir los ojos a lo verdaderamente importante.

Cuidemos siempre a los nuestros. Todavía queda mucha lucha y más batallas, pero estaremos preparados con los bolsillos repletos de generosidad y amor -porque otra cosa no-. Lucharemos con más corazón que cabeza y solo queremos RESPETO a los que se han ido y a los que vamos a seguir adelante.

Ahora sí, necesito imperiosamente una copa de vino, o dos. Triste pero esperanzado. Primavera perdida, vida ganada. Venceremos todos unidos y en positivo. Brindo por ustedes, por todos los lectores y amigos de *Vivir el Vino*. Alzo mi copa.

Manuel Herrera y Coronado. Jueves Santo. 9 de Abril de 2020.

ESENCIA  
DE LA  
TIERRA



En el fértil valle del Río Duero nace 20 Aldeas. Un vino 100% tempranillo cultivado de forma ecológica. Porque solo así la naturaleza nos concede su sabor más primigenio, su esencia más íntima.

Ya a la venta en:  
[tienda.familiafernandezrivera.com](http://tienda.familiafernandezrivera.com)



**María José Plasencia y Raquel Navarro**  
Sumilleres del restaurante El Rincón de Juan Carlos (Tenerife)



## Cuando el tiempo se detiene

Después de dos décadas casi sin parar, nuestro mundo se detiene. Cambia. Vemos venir una ola pero hasta que no rompe, no somos conscientes de la situación. Nos obligan a cerrar, a cancelar las reservas. En un instante, pasamos de tener el restaurante lleno y al 80% de ocupación, a contar con unas reservas de tan solo un 20% .

La incertidumbre es evidente y, como todos, permanecemos en casa. Pero, los profesionales del mundo del vino necesitamos seguir. Y para ello comenzamos a organizar charlas, directos, ponencias con las figuras más relevantes, bodegueros, viticultores, sumilleres, jefes de sala y camareros de vinos. Abrimos una puerta hacia la formación, que antes no nos la habíamos planteado. En este tiempo, nos hemos llenado de anécdotas. Incluso participamos junto a Insular Canarias de Bebidas (Incabe), y siendo marca de Cruz Campo Gran Reserva para Canarias, los acompañamos en una cata online con Bodegas Perelada; o trabajamos junto a Vinofilos, distribuidora de vinos que cada vez se afianza más en la hostelería de Canarias. Con ellos compartimos el vino de Jerez y su maridaje.

En El Rincón de Juan Carlos, y en estos encuentros de formación, hablamos de nuestro menú, de cómo fuimos cambiando a lo largo del tiempo y de cómo hacer una selección de vino para maridar con nuestros platos. También enseñamos a crear una armonía, una sinergia entre el mundo líquido y sólido. Mostramos nuestra filosofía de trabajo y cómo nos adaptamos al cliente. Hay una parte de nuestro trabajo en la

**“Una de las pocas cosas positivas que nos está dejando esta situación es la posibilidad de llegar a mucha gente a través de las redes sociales”**

que no solo es necesario contar con buenas habilidades comunicativas, sino que también se debe manejar bien el estrés, estar orientado a la venta y ser muy observador. El factor psicológico es decisivo y ser asertivo, vital. Resultan importantes el valor, el respeto, el esfuerzo y la motivación. Y en todo esto, valoramos y defendemos a las bodegas que crean trabajo y riqueza.

Para buscar referencias de vinos, nos reiteramos en nuestra filosofía; preferimos que se adapten al perfil de cliente con

el que trabajamos, además de que nos gusten y que encajen con nuestros menús. Podríamos decir que nuestras propuestas proceden tanto de grandes bodegas como de pequeños productores pero, en todos los casos, buscamos siempre vinos con identidad que nos hablen de la zona, de la tierra, del clima y, por supuesto, de la variedad.

Si nos centramos en nuestro menú de degustación podríamos decir que se basa en productos del mar, con sabores intensos. Por este motivo, en nuestras intervenciones hemos hablado de dos temas que nos interesan y en los que trabajamos: por un lado, hemos explicado cómo funcionan los vinos de Jerez con nuestro menú y, por otro, cómo un vino tinto puede encajar perfectamente con pescados y mariscos.

En el primer caso, tenemos un abanico de posibilidades para armonizar y sorprender con nuestros platos. Hablamos de finos, manzanillas, amontillados, palo cortados o de cream para los dulces. Para nosotras ya es un clásico acompañar nuestro turrón de morcilla canaria con una manzanilla en rama. También nos arriesgamos con una cigala a la brasa y emulsión de cigala y salsa picante, que maridamos con un amontillado.

En segundo lugar, con respecto a los vinos tintos, hemos defendido una Garnacha de la zona del Empordà, muy fresca pero intensa, que también podría maridar con estos platos, siempre que el cliente esté dispuesto a dejarse aconsejar y que, además, quiera que le sorprenda.

En definitiva, podríamos decir que una de las pocas cosas positivas que nos está dejando esta situación es la posibilidad de llegar a mucha gente a través de las redes sociales o plataformas de reunión, y de conectar con personas del sector que de otra forma sería muy complicado. Seguiremos formándonos y actualizándonos para volver con fuerza.

# VETERUM VITIUM 2016

## Grupo Coviñas - DO Utiel-Requena

**Historia milenaria:** Grupo Coviñas se funda en 1965 tras la fusión de los diez mayores productores de la Denominación de Origen Utiel-Requena. Desde su ubicación en el interior de la Comunidad Valenciana, gestiona más de 10.000 hectáreas de viñedos, algunos de ellos con historia milenaria. Gracias a su trayectoria, esta bodega ha logrado convertirse en líder de la DOP Utiel-Requena y ser la mayor productora de Bobal (de cada dos botellas que se comercializan en el mundo con sello de esta denominación, una de ellas es de Coviñas).

**Carácter Bobal:** Es un vino complejo, equilibrado, en el que se combinan los matices que aporta la madera con la potencia frutal de la Bobal. La bodega cuenta con modernas instalaciones y sus profesionales saben cómo imprimir el carácter de esta tierra. De hecho, la calidad de sus vinos está reconocida con varios premios en concursos internacionales.

**Cepas viejas:** Las cepas de las parcelas seleccionadas con las que Grupo Coviñas elabora este vino tienen una edad media de 80 años y una disposición en vaso. Con el paso del tiempo, las plantas se han visto obligadas a adaptarse al terreno profundizando con sus raíces para poder absorber sedimentos y minerales del terruño.

**Producción limitada:** Se recogen solo entre 2.000 y 4.000 kilos de Bobal por hectárea, en una vendimia manual y con elaboración tradicional. Después, el vino adquiere cuerpo y complejidad madurando en barricas seleccionadas de roble francés y americano de segundo año. Durante el periodo de crianza, que oscila entre tres y seis meses, se redondean los taninos, que le aportan al vino estructura y elegancia.



### EMPRANILLO

CARLOS ALCOGER.



91



**VIÑA ALBINA  
VERDEJO 2019**  
BODEGA VIORE - DO RUEDA

 Verdejo

Intenso, limpio y, sobre todo, con carácter varietal. Un Verdejo de manual, con fruta tropical presente y mucha fruta blanca madura (manzana Golden, pera de San Juan...) sobre un fondo de suaves e integrados recuerdos de heno y paja. La boca mantiene la fruta en todo momento y se suma a una agradable acidez cítrica. De trago ágil, acaba en un grato final herbáceo que anima a una segunda copa.

94



**OCHOA ALMA DE FINCA  
SECADERO 2014**  
OCHOA - DO NAVARRA

 Tempranillo

Intenso, con una carga frutal presente que aporta una grata frescura a un vino que se deja equilibrar por una bodega que proporciona complejidad y longevidad. La boca es amplia, equilibrada, larga en su recorrido, con presencia de fruta y notas de frutos secos tostados y hojas de otoño. El tanino está hecho, la acidez es buena y el final, persistente.

93



**LITHIUM  
PETIT VERDOT 2016**  
PAGO CASA DEL BLANCO  
PAGO CASA DEL BLANCO

 Petit Verdot

Abierto e intenso, con un gran aporte de fruta (fresa ácida y frambuesas) y un agradable recuerdo de palote de fresa y nata. Sorprende por la frescura que derrocha pese a ser un 2016. Al final deja un fondo ligeramente vegetal y de gratas notas amargas. La boca se corresponde con la nariz, siendo la fruta el principal valor. Fácil de beber y apreciar, con una tanicidad suave, una buena acidez y un final de media persistencia.

**RAÚL SERRANO**  
Director de cata de *Vivir el Vino*



92



**20 DE ABRIL  
ORGANIC 2019**  
VERDEAL - DO RUEDA

 **Verdejo**

No todos los Verdejos ni todos los vinos de Rueda tienen que ser frescos, frutales y ya está. Si el enólogo aporta su toque personal, todos ganamos. Este *20 de Abril* se descubre con aromas limpios e intensos de fruta de hueso, con un punto de fruto tropical que no asume el protagonismo. Sí lo hace, sin embargo, su parte herbácea, que se suma a recuerdos de plantas silvestres como el hinojo. En boca mantiene un agradable equilibrio, con una rica acidez cítrica y recuerdos de pomelo, un ligero punto untuoso en su recorrido que envuelve el paladar y un final que realza las notas herbáceas.

96



**ESSENCIALS  
CUVÉE N°1 CVC**  
BODEGAS RESALTE  
DO RIBERA DEL DUERO

 **Tempranillo**

La cata de este vino demuestra que hay tradiciones que nunca deberíamos perder. Este CVC, o lo que es lo mismo, este Coupage de Varias Cosechas (2011, 2012 y 2016) se vale de distintas añadas para construir un vino con equilibrio, potente y elegante, con una grata complejidad aromática. La fruta es viva, con especiosos punzantes y dulces que dejan paso a unas notas de finas y elegantes lacas. La boca es profunda, con volumen y tanicidad ribereña. De excelente acidez y equilibrio.

97



**EL ORIGEN 2017**  
SOTO DEL VICARIO - DO BIERZO

 **Mencia**

Un Origen, un comienzo, un descubrimiento o un simple resorte que avisa de que tenemos ante nosotros algo importante. Así nacen los grandes vinos, de buenas parcelas, especiales, con viñas viejas de verdad, pero no envejecidas, que empiezan a mostrar su verdadero carácter. Un vino maduro, con intensidad contenida, notas limpias e integradas de su larga crianza que envuelven a una fruta nítida y madura. En boca sigue siendo amplio y aterciopelado. De trago largo y ancho en todo su recorrido, redondo, con tanino firme y un final largo que solo recuerda a vino.

EN EL NOMBRE DEL VINO

起源 PROISXHOJДЕНИЯ الْأصل מוקדו

ΠΡΟΕΛΕΥΣΗ উতস OR IRIGINEM

ORIGINE PODRIGETLO SOURCE HERKUNFT ORIXE A 'GABHAIL SOMA

## CALLEJÓN DEL CRIMEN RESERVA MALBEC

VINOS DE LA LUZ - IG VALLE DE UCO



Malbec

El nombre de este vino, *Callejón del Crimen*, surge de una historia de amor prohibido. Los amantes se fugaron y entregaron sus vidas por no poder amarse. Parecían ser el uno para el otro, pero el odio de sus familias enfrentadas acabó con ellos. Sucedió mucho tiempo atrás, entre los viñedos del Valle de Uco, Mendoza (Argentina), donde hoy se ubica la bodega Vinos de la Luz. "A través de nuestros vinos, le rendimos homenaje al amor", nos comentan en la bodega. Sus responsables han retratado esta apasionada historia "a partir de la observación del búho blanco de Mendoza, ave mística y enigmática venerada por los viticultores de la región, y que merodea por las viñas y la bodega de Vinos de La Luz, en el corazón del Valle de Uco". Además de en Argentina, la bodega produce vino en Ribera del Duero (Peñafiel), la Toscana, (Italia) y Santa María (California).



## CARE FINCA BANCALES

CARE - DO CARIÑENA



Garnacha

Care es el nombre que utilizaron los romanos para referirse a la ciudad de Cariñena (Aragón), en el siglo III a.C. Una región muy conocida por el Imperio que hoy muestra su cara más contemporánea con sus vinos. "Somos una bodega joven que ofrecemos con los vinos nuestra histórica denominación de origen desde la perspectiva del arte moderno", nos comenta Nacho Lázaro, dueño de la bodega Care. Todos los diseños de las etiquetas están realizados por Enrique Torrijos. Finca Bancales se refiere al terreno donde cultivamos las viñas que permiten elaborar el primer vino y el más emblemático de la bodega. Su ubicación cruza los términos de Aguarón, Cosuenda y Cariñena, a 600 metros de altitud. Su nombre se debe a la formación de bancales o terrazas, hoy en día erosionadas, que dan inclinación y drenaje a los suelos de arcillas y cascajo. "Aquí cultivamos las Garnachas más antiguas de la bodega, escrituradas en los años 60 (cuando nació el registro vitícola), aunque se estima que en realidad son de los años 30", concluye.



## ANÍBAL DE OTERO

ANÍBAL DE OTERO - DO BIERZO



Mencia

"La elección del nombre *Anibal de Otero* es un homenaje a mi padre, Anibal García, y a nuestro pueblo, Otero, situado en la provincia de Toledo", nos cuenta Elva García, quien capitanea este proyecto y mantiene viva la tradición heredada de su padre. Continúa su labor de cuidar las viñas, situadas en el paraje de 'Los Fornos', en el Bierzo. Aquí, la Mencia alcanza todo su esplendor. Elva García nos relata algo que ya hace referencia en la etiqueta de sus vinos: "Otero y el vino fueron las dos razones más importantes para mi padre. Por este motivo, cuidó tanto sus viñas y les dedicó la mayor parte de su vida". Y narra algunas anécdotas más de Anibal: "era un enemigo de las malas hierbas; estaba obsesionado porque la cepa estuviera limpia, y miraba siempre al cielo con el motor preparado para prevenir.



# ROSADOS

## Conquista estival

Llega el verano y con él, los vinos más refrescantes: los rosados. Aliados perfectos para mitigar el calor de esta época. La Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV) sostiene que España es el primer país exportador de este tipo de vino, el segundo del mundo que más produce, y el quinto que más rosado consume. No es de extrañar. La mayor diversidad de rosados y una moderna elaboración parecen haber ayudado a su conquista del mercado. Destacamos aquí una selección de vinos diferentes que proceden de diversas DO para maridar en estos calurosos días. Vinos fantásticos para acompañar platos propios de la época estival: ensaladas, pescados a la plancha, comida oriental, pizzas o, por qué no, una carne a la brasa.



**JUAN GIL 2019**  
**JUAN GIL - DO JUMILLA**

Fresco, con aromas de fruta fresca y florales que van de la mano, sin mayor complicación. Fondo de herbáceos y un ligero punto vegetal. La boca mantiene la frescura de la nariz, es rápida y sávida. Sin lugar a dudas, un rosado para disfrutar con unas tapas al aire libre.



**QUINTA DE AVES**  
**CABERNET FRANC**  
**Y GRACIANO ROSÉ 2019**  
**QUINTA DE AVES - VT CASTILLA**

Con buena intensidad, es limpio, herbáceo y floral. La fruta lo arroja y da paso a notas especiadas y de tabaco sobre un fondo ligeramente ahumado. En boca es graso, con volumen. Las notas especiadas crecen en protagonismo. Con buena acidez y un final largo y goloso.



**PUERTA DE ALCALÁ**  
**TEMPRANILLO**  
**Y GARNACHA 2019**

**VINOS JEROMÍN - DO VINOS DE MADRID**

La Tempranillo nos da desde el primer momento una fruta que se funde en una sutil complejidad con la Graciano, a la que se suman recuerdos de especiados. En boca es ligero, ágil y de trago corto, con buena acidez y bien arropado por una retronasal que se alarga.



**ENATE ROSADO**  
**CABERNET SAUVIGNON 2019**  
**ENATE - DO SOMONTANO**

Intenso, con aromas de fresón, ciruela y un agradable punto herbáceo y de tierra mojada. La boca es densa, grasa y con estructura. La fruta es madura, con acidez contenida y un final de media persistencia. Un rosado para acompañar carnes blancas y verduras asadas.



**REGINA VIARUM ROSAE 2019**  
**REGINA VIARUM - DO RIBEIRA SACRA**

Es serio, con fruta madura y notas de viña y tierra que se aprecian sobre un fondo ligeramente vegetal. La boca contrarresta y es algo más fresca, viva y de rica acidez pero, sobre todo, de media estructura en su recorrido. Un rosado para sentarse a la mesa y disfrutarlo con tiento.



**ROSELITO 2019**

**ANTÍDOTO - DO RIBERA DEL DUERO**

Tal y como nos tiene acostumbrados este rosado especial de tierras sorianas, volvemos a encontrarnos con un vino fresco, pero con carácter, en el que la fruta chisporrotea y da paso a notas complejas de frutos secos, pipa de calabaza y minerales. La boca es sávida, fresca y viva. La fruta está más presente que en nariz y deja un ligero punto graso en todo su recorrido. El final es largo y con un grato aporte terroso.



**PERLARENA 2019**

**DOMINIO DEL BENDITO - VINO DE MESA**

Rosado personal y con clara tipicidad de elaboración y zona. Un vino maduro, en el que la fruta se expresa en toda su totalidad junto a una firme presencia de tierra y viña. La boca, aún por hacer, es algo eléctrica y vibrante, con buena acidez y agradable en su recorrido. Termina con un ligero punto vegetal.



**TOMBÚ 2019**

**DOMINIO DOS TARES**  
**VT CASTILLA Y LEÓN**

Derrocha frescura y es de esos vinos que te hacen sonreír. Ofrece fruta roja viva, punzante, con tipicidad de la variedad, con esos recuerdos de fresa ácida, pomelo, frambuesas y un buen aporte floral que invita a llevárselo a la boca. Amplia y con volumen, la boca se intensifica, mostrando con desparpajo su fruta, su viveza, su trabajo sobre lías y ese punto vibrante y de buena acidez que solo pide una segunda copa.



**QUELIÁS ROSÉ 2019**  
*SINFORIANO - DO CIGALES*

Es intenso y elegante, fino y vibrante. A cada golpe de nariz o sorbo ofrece algo más: frutas tropicales y de hueso maduro e, incluso, chicle de fresa ácida que nos retrotrae a la niñez. Se suma una boca fresca, en un coupage de variedades que lo hace complejo. Rica acidez cítrica y un buen final de ligeros recuerdos amargos.



**OCHOA LÁGRIMA ROSA 2019**  
*OCHOA - DO NAVARRA*

Sin lugar a dudas, si pienso en un vino rosado se me viene a la mente el rosado de Ochoa. Y es así porque mantiene su personalidad y tipicidad con el paso del tiempo. Es un vino fresco, varietal, lleno de recuerdos de fruta y florales en todo momento, tanto en nariz como en boca, dejando ese ligero punto vegetal al final. Resulta perfecto para acompañar arroces, parrilladas y verduras de la huerta Navarra.



**VINEA ROSADO 2019**  
*FINCA MUSEUM - DO CIGALES*

Entremezcla madurez y fresco con fruta roja que enlaza con notas terrosas, flores blancas y gominolas de mora. En boca mantiene el punto frutal y de gominolas. El paso es de media estructura y con una buena acidez que termina en un agradable recuerdo mineral.



**DEHESA DE LUNA ROSÉ 2019**  
*DEHESA DE LUNA - VINO DE ESPAÑA*

Fresco, sutil y limpio, con aromas de fruta blanca madura sobre un fondo de flores blancas, boj y un ligero apunte vegetal. La boca es claramente más varietal y, en ella, la parte de tierra y los aromas vegetales se acentúan con un punto ligeramente untuoso, una grata acidez que le aporta frescura y un final largo y refrescante.



**CRAZY TEMPRANILLO 2018**  
*NEO - DO RIBERA DEL DUERO*

Con un poquito de locura, de frescura y, por qué no decirlo, con un punto golfo. Es un vino fresco, con fruta y tierra. Para qué más. En boca es vibrante, manteniendo aún una agradable carga frutal y una armónica parte terrosa y vegetal. Todo ello sostenido por una buena acidez. ¡Salud!



**CHIVITE**  
**LAS FINCAS ARZAK 2019**  
*J. CHIVITE FAMILY ESTATES - VT 3 RIBERAS*

La nariz es elegante, limpia, con una intensidad que despliega sus aromas frutales y las notas vegetales sobre un fondo de piel de fruta de hueso a medida que se gira la copa. La boca mantiene ese punto delicado, aún teniendo una consistente carga frutal. Su paso es aterciopelado, con notas de mimosa y un final persistente que llega con aromas de piel de naranja y hojas secas.



**LALOMBA**  
**FINCA LALINDE 2019**  
*LALOMBA - DOCA RIOJA*

Tiene una parte frutal, de fresas, frambuesas e incluso cerezas, con un sutil punto de licor. Todo ello arropado por una parte floral que imprime complejidad con su parte más terrosa y mineral. La boca es amplia, jugosa, de recorrido aterciopelado, con rica acidez y recuerdos de cáscara de cítricos y pétalos de rosa. Final largo, con notas de caramelo de nata y fresa.



**HACIENDA LÓPEZ DE HARO**  
**ROSÉ 2019**  
*HACIENDA LÓPEZ DE HARO DOCA RIOJA*

De media intensidad y con fruta fresca y limpia, a la que se le suman notas especiadas y un agradable fondo de hojas secas de otoño. En boca es más maduro, mantiene la fruta y una buena acidez que se funde con un final de media persistencia de notas ligeramente amargas.



**PLA DELS ÀNGELS  
SCALA DEI 2019**

**SCALA DEI - DOCA PRIORATO**

Delicado y grande, con frutas rojas presentes y notas de piel de cítricos que dan paso a matices de terruño y vid. En boca se produce una explosión de fruta, flores y una rica parte mineral en mitad del recorrido. La acidez aporta frescura y el final es largo, con presencia de notas anisadas y de granada.



**FLOR DE MUGA 2019**

**BODEGAS MUGA - DOCA RIOJA**

Intensidad alta, con recuerdos de melocotón, granada y piel de cítricos que dan paso a gratas notas de flor blanca y especiados como la pimienta blanca. En boca es carnoso, con cuerpo y peso en todo su recorrido, pero sin perder frescura en ningún momento. Buena acidez y un punto cítrico y final largo.



**IZADI LARROSA 2019**

**IZADI - DOCA RIOJA**

Mantiene la frescura habitual a la que ya nos tiene acostumbrados, algo que sucede cuando sacamos demasiado pronto algunos rosados. La acidez es algo mordiente, con fruta viva, pero sin estar en conjunto con el vino. Todo ello nos indica una calidad potencial a la que tendremos que darle tiempo y esperar.



**AIRE DE PROTOS 2019**

**PROTOS - DO RIBERA DEL DUERO**

De media intensidad, elegante y sutil, con aromas combinados de fruta blanca madura y frutos rojos que se dejan arropar por notas florales y de hoja de otoño. En boca es goloso, con fruta más viva que en nariz, buena acidez, recorrido aterciopelado y final largo y floral.



**MARQUÉS DE RISCAL  
VIÑAS VIEJAS 2019**

**HEREDEROS DEL MARQUÉS DE RISCAL  
VT CASTILLA Y LEÓN**

Un rosado complejo, que cautiva por su potencial de fruta roja, fresón silvestre y frambuesas, al que se suma una buena parte de aromas florales sobre un fondo del que sobresale su trabajo con las lías finas del Sauvignon Blanc. En boca es fresco, intenso, con un ligero punto licoroso y recuerdos de fresa ácida. El trago es amplio, la acidez cítrica y el final persistente, con una destacada parte mineral.



**VIÑA REAL ROSADO 2019**

**CVNE - DOCA RIOJA**

Intenso, frutal y floral, con un Tempranillo y una Garnacha que se funden en un conjunto perfecto para la elaboración de este rosado. Con fruta roja en sazón, frambuesas y fresón silvestre, que dan paso a flores azules y rojas. La boca es golosa y fresca, con fruta que crece en protagonismo a la entrada y en mitad de la boca. De rica acidez y un final en el que asoma la parte más floral y herbácea.



**PAGO DEL VICARIO  
PETIT VERDOT 2019**

**PAGO DEL VICARIO - PAGO EL VICARIO**

La madurez aflora a copa parada, mientras que la frescura se deja ver cuando se gira. Es entonces cuando aparecen notas de fresón silvestre, frambuesas, granada, pétalos de rosa, herbáceos y recuerdos de jara sobre un fondo de especiados dulces y punzantes. En boca manifiesta su particular y característico cuerpo en todo su recorrido, manteniendo la fruta, a la que se suman cáscaras de cítricos y un final de tierra de viña.



**HIRUZTA TXAKOLI ROSÉ 2019**

**HIRUZTA - DO GETARIAKO TXAKOLINA**

Intenso en aromas, con recuerdos de bayas rojas, fresas y guindas en licor que se amoldan también a recuerdos de piel de naranja, flores y un fondo gratamente vegetal y herbáceo. En boca mantiene la frescura y se agradece ese ligero punto carbónico, fresco y de trago ágil y cítrico. El final es largo y a él regresan todos cada uno de sus aromas.



**SEÑORÍO DE SARRÍA  
GARNACHA 2019**  
*DE SARRÍA - DO NAVARRA*

Un rosado clásico, frutal y que no pierde su protagonismo ni carácter con un color, a día de hoy, subido de tono. Persisten y predominan las frutas rojas, tanto frescas como con un punto ácido. Mantiene las notas florales y un agradable punto de monte bajo. En boca es fresco y corpulento a la vez, de trago ágil y con muy buena acidez, que deja un final persistente herbáceo y floral.



**AUTÉNTICO BY COVIÑAS 2019**  
*COVIÑAS - DO UTIEL-REQUENA*

Sutil, de media intensidad, limpio y con gratos aromas de fruta roja. Buena acidez y notas vegetales de hoja verde y tierra húmeda. En boca es ligero, ágil, de trago fácil y frutal, con buena acidez y un final de media persistencia al que regresa su parte más mineral.



**PALACIO DE SADA  
ROSADO 2019**  
*DE SADA - DO NAVARRA*

Continúa siendo de esos rosados de Navarra que me siguen ganando por la mano. Es fresco, frutal, con un punto cítrico y con flores azules. En boca es ágil, directo, vertical, sin tapujos y bien elaborado. De rica acidez y un final de media persistencia.



**EMINA PRESTIGIO ROSÉ 2019**  
*EMINA - DO CIGALES*

Un rosado que, sin perder frescura, gana en complejidad y matices, sobre todo en nariz, donde se asoman con descaro los diferentes aromas que aportan variedades tintas y blancas. La boca es amplia, voluminosa, con cuerpo y larga y ancha en el recorrido. Magnífica acidez y un final persistente al que regresa su parte más balsámica.



**IMPROMPTU ROSÉ 2019**  
*HISPANO+SUIZAS - DO VALENCIA*

De intensidad contenida y elegante, con fruta roja al principio, como la frambuesa, a la que se le unen aromas de frutas tropicales y exóticas sobre un fondo de especiados dulces. Pese a su color, engaña, pues hay volumen, peso en el recorrido, muy buena acidez y un final de media persistencia con un ligero recuerdo a yogur de frambuesas.



**MONTECILLO ROSÉ 2019**  
*MONTECILLO - DOCA RIOJA*

Nariz intensa y golosa, con aromas de caramelos de nata y fresa, mimosa y flores rosas; notas de caramelo y monte bajo. En boca mantiene la intensidad y la carga frutal, también ese toque de gominolas de nata y fresa. Muy buena acidez y un final largo.



**GURDOS 2019**  
*GORDONZELLO - DO LEÓN*

Intenso, fresco y aromático, con un toque punzante en nariz que proporciona la Prieto Picudo. Ofrece también recuerdos de fresas maduras, ciruela roja, granada, flores azules y un fondo de hojas de otoño. En boca es vibrante, sávido, con cuerpo y trago largo, muy buena acidez y un final que invita a una segunda copa.



**VALSERRANO ROSADO 2019**  
*LA MARQUESA - DOCA RIOJA*

Intensos aromas de fresas, frambuesas, cítricos, pomelo, flores blancas y pétalos de rosa sobre un fondo mineral y herbáceo. La boca irradia frescor, es golosa, con un punto graso y agradables notas de tomillo, muy buena acidez y un largo y persistente final.



**LACRIMUS TT ROSAE 2019**  
*JAVIER RODRÍGUEZ - DO TORO*

Intenso y potente, con aromas de fresón silvestre y gratas notas de regaliz, hierbas aromáticas y, sobre todo, de tierra y hojas secas de otoño. En boca es armado, con estructura, pero sin perder la carga frutal. Con buena acidez y un final que compagina la fruta y la parte mineral.



**VOL D'ÀNIMA DE RAIMAT 2019**  
*RAIMAT - DO COSTERS DEL SEGRE*

Fresco e intenso, con aromas entremezclados de frutos rojos, frambuesas y fresas con cítricos y frutas de hueso pequeño como las nectarinas. En boca es suave, ágil, aterciopelado y ligero en su recorrido. Una sensación que compensa con una intensidad aromática y una carga de fruta muy interesantes. De buena acidez y un final persistente.



**VIÑAS DEL VERO**  
**PINOT NOIR 2019**

*VIÑAS DEL VERO - DO SOMONTANO*

Media intensidad, con fruta fresca y notas de hojas secas, tierra mojada y pimienta blanca. En boca ofrece un punto herbáceo y es de trago medio, con un ligero toque amargo en el recorrido, buena acidez y un final de media persistencia.



**LAUS ROSADO 2019**

*BODEGAS LAUS - DO SOMONTANO*

Intenso en aromas de fresón silvestre y guindas en licor, notas de flores azules y hierbas aromáticas. En boca es algo más maduro y con media estructura, buena acidez y un final largo y terroso.



**ALEGRIA DE BERONIA 2019**  
*BERONIA - DOCA RIOJA*

Delicado, limpio y con una excelente carga frutal y flores blancas, notas de caramelos de violeta y un fondo claramente mineral. La boca es intensa, golosa y con un aterciopelado recorrido. Buena acidez cítrica y un final persistente con recuerdos de cáscara de naranja.



**PAGOS DE ARAIZ ROSÉ 2019**  
*PAGOS DE ARAIZ - DO NAVARRA*

Intenso, limpio, aromático y varietal. La Garnacha está presente junto a aromas de frutillos rojos silvestres, gominolas de fresa y nata, flores blancas y un fondo de piel de cítricos. La boca mantiene la viveza y se hace con un ligero y agradable punto goloso. Con buena acidez cítrica y una gran carga frutal que se mantiene en el recorrido y en el recuerdo retronasal.



**LA HUELLA DE AITANA 2019**  
*GONZALO CELAYETA WINES*  
*DO NAVARRA*

Vino intenso y complejo, con una buena carga frutal a la que se suman notas de rosas, especias y un fondo de suaves tostados. Un rosado de carácter intenso, amplio y estructurado y con notas de un suave paso por barrica que se unen a las detectadas en nariz. El final es largo, con recuerdos de cremas y tierra mojada.



**INURRIETA CORAL**  
**ROSADO 2019**

*INURRIETA - DO NAVARRA*

Compagina elegancia, potencia y frescura a cada giro de copa. Ofrece fruta viva, recuerdos de pomelo, naranja sanguina y albaricoque junto a recuerdos florales entre los que sobresalen las lilas. La boca es aterciopelada, de media estructura, con presencia y aporte frutal en todo momento. La acidez cítrica es rica y el final proporciona un ligero y complejo toque mineral.

# Yo compro vino en caja de madera



Descubre esta y otras tendencias en el nuevo escenario  
del **comercio online** de vino en [www.vargas.es](http://www.vargas.es)



Ctra. Haro-Logroño - 26221 Gimileo (La Rioja)  
Tel (+34) 941 304 454 - [info@vargas.es](mailto:info@vargas.es)  
[www.vargas.es](http://www.vargas.es)

**VARGAS**



Artesanía creativa  
en packaging de madera

# La “nueva normalidad” del vino

Actuar de manera normal en un contexto que no solo es nuevo, sino completamente desconocido. El futuro se dibuja incierto para el sector del vino, con una previsible contracción del consumo en un escenario en el que la hostelería funciona a medio gas y las compras online han venido para quedarse. Así podría ser la “nueva normalidad” del vino.

**E**l oxímoron es una figura retórica que combina dos vocablos con acepciones opuestas y que tiene como objetivo la creación de un concepto diferente, imposible de concentrar en una sola palabra. Su carácter metafórico –no siempre fácil de interpretar a primera vista– lo convierte en un recurso muy utilizado en los diferentes géneros literarios, especialmente en la poesía, a la que aporta complejidad, invitando a la reflexión.

Algunos son muy recurrentes, como la denominada “tensa calma”, referida a un periodo de sosiego pese a la latencia de un problema aún sin resolver. O como el “silencio ensordecedor”, que resume lo desconcertante que puede resultar la ausencia total de sonidos.

Otros son de nuevo cuño, como la ya manida expresión de “nueva normalidad”, pronunciada constantemente por la clase política para referirse al modo de vida que nos aguarda cuando cese la pandemia. O al menos, cuando nos desconfinemos del todo. Un modo de vida en apariencia normal, como el de antes, pero con cambios sustanciales. De ahí la contraposición entre “nuevo” y “normal”.

Cómo será la “nueva normalidad”, nadie lo sabe. Aunque ya hay expertos que se aventuran a enmarcarla dentro del mismo mundo digital que ha posibilitado la continuidad de innumerables actividades durante el periodo de confinamiento. Aseguran que muchos de los cambios impuestos por los recientes acontecimientos han llegado para quedarse. Y así lo deben interpretar las cada vez más numerosas empresas que, bombardeando diariamente nuestros correos electrónicos, ofrecen sus servicios para digitalizar cualquier tipo de negocio en una España que, hasta ahora, había sido básicamente “analógica”.

### **El vino frente al cierre de la hostelería**

La crisis de 2008 trajo consigo una fuerte caída del consumo de vino, lastrado especialmente por la difícil situación que atravesaba la hostelería. Cuando este sector comenzó a recuperarse, también lo hizo el del vino, que además ganaba en valor. Sin embargo, tras años de cierta bonanza, 2019 cerraba con una caída en volumen del 3%, si bien en valor apenas descendía un 1%.

Mientras tanto, el canal alimentación crecía de manera tímida, en una línea ascendente de la que nunca conoceremos su evolución natural, pues llegó el coronavirus. Y con él, semanas de confinamiento que traerían consigo comportamientos nunca antes observados. También en el consumo de vino.

Ricardo Alcón, responsable de Nuevos Negocios en Nielsen, aportaba estos datos en una entrevista con Vivir el Vino, a la vez que matizaba que el área para el que trabaja se ocupa de analizar únicamente el consumo de vino en los canales de hostelería y alimentación, correspondiente en la realidad con el 70% del total. Aclaraba también que, del mencionado porcentaje, más de la mitad se correspondía exclusivamente con el consumo realizado en el canal hostelería.

Con los bares y los restaurantes cerrados, el canal alimentación, representado por supermercados e hipermercados, tenía que canalizar al menos parte de ese consumo perdido. Y eso es exactamente lo que sucedió.

Durante las dos semanas previas al anuncio del Estado de Alarma, “la compra de vino” –online o presencial– “repuntó ligeramente, aunque nada que ver con otras categorías”. Una tendencia que se aceleraría rápidamente, “cuando nos vimos obligados a quedarnos en casa y comenzamos a tomar conciencia de ello”.

“A partir de la semana 11 del año”, coincidiendo con el cierre de los colegios, “el consumo de vino ya había crecido un 26,5% respecto a la misma semana de 2019”. “Durante la semana 12, cuando ya empezamos a tomar conciencia de que nos quedábamos en casa y comenzamos a llenar los carros”, el consumo de vino “también creció, pero solo un moderado 10%”. El cambio más drástico llegaría a producirse a lo largo de la semana 13, “cuando decidimos ver el lado bueno de la situación y nos permitimos tomar un buen aperitivo”. En aquellos días, el consumo “se disparó un 30%, para alcanzar el 37% una semana después y casi el 41% en la semana 17”.

Unas cifras que “nunca llegarán a compensar las pérdidas registradas en hostelería”, especialmente entre aquellas “bodegas y denominaciones de origen que destinan un alto porcentaje de su producción a bares y restaurantes”.

Sin embargo, también representan “un comportamiento positivo” para los hipermercados y supermercados. Sobre todo en su venta online, “donde el vino apenas representaba un 1% frente al 4% actual”.

Este cambio de hábitos implica muchas cosas, como que “hemos perdido el miedo a comprar vino online a través del canal alimentación”. Una opinión compartida también por Yolanda Rueda, responsable de la fundación Cibervoluntarios. “Parece que ya no tenemos tantos reparos a la

hora de facilitar nuestro número de tarjeta a una página web”, aseguraba a Vivir el Vino. “Sucede así incluso con las personas mayores, que también se dan cuenta de que resulta más cómodo que te traigan la compra a casa o recogerla en el parking, sin tocar ni ver a nadie”.

En opinión de Alcón, esta vía de consumo invita a que tengamos menos reparos a la hora de gastar más, “porque estamos dispuestos a comprar vinos más caros, que no son fáciles de encontrar en las tiendas”. Tanto es así, que “en el total de facturación, el valor puede haberse incrementado entre un 300% y un 400%”. Y eso que el precio “se ha mantenido prácticamente estable”, aunque en algunos casos, “grandes denominaciones de origen los hayan bajado algo mientras que algunas pequeñas incluso los hayan subido”.

La compra online es, en este caso, “mucho más relajada”. Nada que ver con la opción que ofrecían las tiendas físicas, “donde hemos tratado de pasar el menor tiempo posible”, por miedo y porque “nos hemos tenido que conformar con el stock disponible”. Hasta ahora, “apenas se podían encontrar promociones y no ha habido ocasión de incorporar nuevos formatos”. La prioridad ha sido “garantizar el abastecimiento y es ahora cuando ha llegado el momento de innovar”.

En un futuro próximo, “sin una garantía de cuándo estará la hostelería abierta al 100%”, se prevé “una contracción de la demanda”, empujada por la “crisis a la que vamos a estar sometidos”, que podría extenderse “durante un año”.

Y el balance que podremos hacer entonces será que “aunque durante dos meses hayamos observado un incre-



mento muy fuerte del consumo de vino en el canal alimentación”, de ningún modo “compensará las pérdidas registradas en el canal hostelería”.

### El tercio restante

Aproximadamente un tercio del total de vinos comercializados en España, tanto de manera presencial como a través de tiendas online, se corresponde con “otros canales de venta menos estudiados”, por lo que “las estimaciones de cantidad y valor del vino comercializado resultan más difíciles de obtener”.

Eso es al menos lo que se desprende de un estudio sobre la realidad del consumo del vino en nuestro país que, impulsado por la Organización Interprofesional del Vino de España (OIVE) y desarrollado por el Observatorio Español del Mercado del Vino (OeMv), analiza, con datos de 2018, la venta de vino online no retail, clubes de vino, autoconsumo y venta directa en bodegas, entre otras cosas. Unos datos a los que se suman también los recogidos por Nielsen en otro estudio realizado para la OIVE entre los canales de vinotecas, tiendas gourmet y especialistas.

A todas estas ventas habría que añadir las realizadas entre turistas, casi 83 millones el año pasado, que consumían mayoritariamente en bares y restaurantes y de los que se desconoce su reacción frente a una temporada de verano todavía en el aire.

El estudio de la OIVE, basado en datos estadísticos y entrevistas realizadas entre distintos agentes del sector, representa la mejor aproximación hasta la fecha sobre la realidad del consumo de vino en España. Sin embargo, las actuales circunstancias pronto lo dejarán obsoleto, pues el escenario ya no es el que era. A lo largo del mes de junio, otro estudio también impulsado por la OIVE y encargado a Afi Escuela de Finanzas tratará de arrojar algo de luz en este sentido.

Definitivamente, todavía es pronto para evaluar lo que ha sucedido durante el Estado de Alarma, aunque se da por sentado que también en este segmento las ventas se han disparado. De hecho, así lo han reconocido desde las principales tiendas online de vino de nuestro país en diversos medios. Alguna incluso ha llegado a calificar la experiencia de “Navidades adelantadas”.

### Hacia un mundo digital

La actual crisis, sanitaria y financiera, no ha hecho más que acelerar una tendencia que ya venía tiempo observándose. En 2019, las compras online de vino en hipermercados y supermercados habían crecido un 20% respecto a 2018, por lo que cabe esperar que “una vez se solucionen los problemas de logística surgidos de esta avalancha”, la compra online “habrá llegado para quedarse”, afirmaba Alcón.

Y en tiempos de crisis, el consumidor español es dual. Por un lado, “miramos mucho el ticket de la compra” y, por otro, “también nos gusta darnos un capricho, que substituímos por otros como consumir fuera de casa”. Y el vino sería eso, un capricho, también vinculado con una serie de atributos positivos muy bien considerados por el consumidor, “como su componente saludable, su vínculo con la



sostenibilidad y su origen local”. Y aunque esté considerado un capricho, “el consumidor demanda un surtido amplio que quiere rápido en casa, con unos gastos mínimos”. Sobre este escenario, muchas bodegas que no contaban con una tienda online propia no han tardado en ponerla en marcha, como Pagos del Rey, Marqués de Vargas, Dominio de Tares o Marqués del Atrio. Otras no han dudado en lanzarse a *marketplaces* como Amazon o Ebay. Eso es lo que ha hecho, por ejemplo, Otazu, que ya opera con página propia en Amazon. Por su parte, las que ya disponían de tienda no han dejado pasar la ocasión para proponer todo tipo de ofertas con las que captar la atención del consumidor, habitual o potencial.

Y no es que esta opción compense las ventas al canal HoReCa, especialmente entre aquellas bodegas que destinan la mayor parte de su producción a este punto de venta, pero ante la incertidumbre generada por un futuro desconocido, que no puede descartar nuevos confinamientos, nunca está de más buscar otras vías de comercialización. Podría suceder que, quien no se adapte ahora, no tenga más oportunidades. Porque si un producto no es visible para el público, sencillamente no existe.

Lejos de lamentarnos, los expertos en marketing recomiendan tomar el control y agradecer que la tecnología actual permita continuar con la comercialización, sin desdén por ello las tradicionales vías que, por otra parte, podrían ver alterada su operatividad durante un tiempo indeterminado.

### Redes sociales, elemento clave

Durante el confinamiento, las redes sociales se han convertido en una vía de escape para muchos. Tanto es así que su uso se ha llegado a incrementar en más de un 50% en algunos momentos, según desvela la auditora Comscore en un informe. Ya sea para volcar sus iras, buscar un poco de humor, agradecer la implicación de determinados sectores durante esta crisis o realizar sus compras online, lo cierto es que también se han revelado como un magnífico escaparate para las empresas del vino.

En la realidad, hemos podido ver de todo, desde ofertas

## LA IMPORTANCIA DEL MARKETING

Una de las herramientas más poderosas –si no la principal- para visibilizar y vender un producto es el marketing. Esta disciplina, cuyo desarrollo dio comienzo en Estados Unidos allá por la década de 1950, se hace hoy más imprescindible que nunca. Así lo entiende al menos Luli Halstead, CEO de Wine Intelligence, agencia británica dedicada a la investigación y análisis de los mercados del vino.

En una infografía publicada durante el mes de abril, la experta establecía cinco claves para el sector del vino en esta situación que nos ha tocado vivir. Y lo hacía basándose en las conclusiones obtenidas desde los tiempos de la Gran Depresión hasta nuestros días.



### 1. La inversión en marketing es ahora más efectiva que antes

En tiempos de crisis, son muchas las empresas que deciden reducir drásticamente su inversión en marketing, sin saber muchas veces que cada céntimo gastado en este escenario devuelve una rentabilidad proporcionalmente más alta de Share of Voice (SOV) o porcentaje de participación de un anunciante en un mercado. En este sentido, diversos estudios demuestran que, “en igualdad de condiciones, es probable que una marca con un SOV más elevado que su SOM (Serviceable Obtainable Market) -o participación de mercado- acabe ganando cuota de mercado a largo plazo, incluso en medio de una recesión”.



### 2. Centrarse en marcas insignia

En tiempos de estrés y crisis económica, los consumidores tienden a volver a lo conocido, a lo que les hace sentir más seguros. Esto es especialmente así cuando salir a comprar se convierte en un desafío y es necesario buscar nuevos canales de compra, como el online. Se ha demostrado que los hábitos de consumo registrados durante otras recesiones potencian la adquisición de marcas insignia. En estos momentos conviene dejar a un lado otros proyectos y centrarse en lo que realmente funciona.



### 3. Oportunidad para la innovación y nuevos proyectos

Además de reforzar las marcas insignia, la actual situación también ofrece oportunidades para el desarrollo de nuevos productos que contribuyan a resolver los problemas del consumidor. En estos momentos son muy apreciados los formatos más grandes y económicos, así como las propuestas de participación online. La colaboración con empresas de la competencia también puede brindar nuevas posibilidades.



### 4. Evitar descuentos promocionales

Habrà muchas discrepancias entre los precios de las promociones a corto plazo, pero una bajada de precios provocará problemas a largo plazo. A pesar de que serán tiempos difíciles para muchos, los consumidores seguirán dándose caprichos en tiempos de recesión y el vino será uno de ellos, independientemente de su precio.



### 5. Pensar en local

En tiempos de estrés tendemos a centrarnos en nuestras comunidades locales o nacionales. Algo todavía más cierto en la era del confinamiento. Los consumidores locales tienen la habilidad de comprar directamente de manera más sencilla, de acercarse a la tienda cuando se levantan las restricciones de movimiento y sentir el compromiso de apoyar a las marcas más cercanas a casa. En el caso del vino, este punto no representa en absoluto ningún problema, pues la mayoría de los que se comercializan en nuestro país están producidos también aquí.

Y un modo muy recurrente de promoción estos días han sido las catas virtuales, que cada bodega ha organizado de una manera diferente con unos fines también distintos. Unos fines que, al fin y al cabo, también revierten en las comunidades locales.

agresivas que incluso han podido ser malinterpretadas hasta todo tipo de acciones encaminadas a hacer más llevadero el encierro. Desde solidarias hasta aquellas ideadas para provocar una sonrisa.

La buena acogida de las publicaciones en este caso depende, según los expertos, de la aplicación de una serie de medidas de precaución con las que evitar meter la pata.

En este sentido, se recomienda mantenerse al día de la actualidad, para no compartir nada fuera de contexto y transmitirlo siempre con un tono cuidado. Es aconsejable también interactuar con los clientes y reforzar el sentimiento de comunidad mediante mensajes positivos.

Con estas máximas casi siempre presentes, hemos podido participar en concursos, charlas y catas, aprender a cocinar recetas armonizadas con vino, asistir a multitud de homenajes en el día de la madre o recibir consejos para una cita romántica. Cualquier fórmula es buena, siempre dentro de unos límites.

### **El papel de las Denominaciones de Origen**

Durante estos tiempos de crisis, la mayoría de Denominaciones de Origen no han escatimado en ingenio a la hora de apoyar su producto. Eso, por no hablar de los esfuerzos realizados para hacer más llevadero el pago de las obligaciones de sus socios. En cualquier caso, cada una ha hecho todo lo que su presupuesto y capacidad de reacción les ha permitido.

Con el auge de las compras online, algunas han apostado por potenciar la venta directa de sus productos a través de plataformas digitales, como las desarrolladas por las Denominaciones de Origen Rías Baixas, Ribera del Duero, Cava, Empordà, Rueda, Jumilla o Penedès.

Otras, como Jumilla, Bizkaiko Txakolina, Montilla-Moriles o Conca de Barberà optaron por las catas online, organizadas a través de las redes sociales. DO Valencia se adaptaba a la formación online para continuar con su Máster de Sumiller Especialista de Vinos Valencianos y Condado de Huelva participaba en un brindis virtual.

Por su parte, instituciones como la Organización Interprofesional del Vino de España (OIVE) promovía un programa de formación online gratuito para Escuelas de Hostelería, que englobaba el conocimiento del vino, su elaboración y el servicio en sala a lo largo de dos sesiones semanales durante un mes.

### **Qué han hecho las bodegas**

En el contexto actual, el marketing no debe ser necesariamente entendido como una acción publicitaria agresiva que trate de dar visibilidad a un producto de manera machacona. Por el contrario, este modo de actuar podría resultar contraproducente. Con el panorama que tenemos, la opción más conveniente pasaría, según los profesionales, por apelar a las emociones desde el corazón, como lo hacen las campañas solidarias en sus múltiples interpretaciones. Con este tipo de marketing, todos salen ganando: el esfuerzo realizado por la bodega refuerza su marca, los compradores sienten que aportan su granito de arena y determinados segmentos de la población se benefician de esa colaboración, especialmente los vinculados con la sanidad, la hostelería y los bancos de alimentos.

A lo largo de todo el Estado de Alarma hemos podido ser testigos de iniciativas de lo más variopintas, todas tratando de dar ánimos y ayudar en unos momentos tan complicados.

### **Los sectores más vulnerables**

Los sectores más vulnerables de la sociedad, identificados durante esta crisis con segmentos como el personal sanitario, la hostelería o las personas de bajos ingresos, también han sido los principales beneficiarios de las distintas acciones solidarias desarrolladas por las bodegas españolas.

Grandes Vinos aportaba 50.000 euros a su proyecto solidario *Over the Rainbow*. Una cifra que confiaba elevar hasta los 265.000 euros con la venta de una serie de lotes de vino a través de su página web y que destinará íntegramente a Médicos del Mundo y #YoMeCorono. Ramón



Bilbao entregaba 400.000 euros a entidades como Cruz Roja, Cáritas o la Fundación Banco de Alimentos.

Otras bodegas colaboraron de distintas maneras. Algunas donaron gel hidroalcohólico, como las once pertenecientes a la Asociación de Bodegas por la Calidad (ABC), o la jerezana González Byass, que también ponía a disposición de la Administración sus instalaciones para la fabricación de este producto. Además de gel hidroalcohólico, Muga entregaba otros materiales de primera necesidad como guantes de látex, mascarillas sanitarias, batas hidrófugas, equipos de protección individual y pulsioxímetros. También fletaba dos vuelos chárter Félix Solís, con los que traía de China 500.000 mascarillas que donó al Servicio de Salud de Castilla-La Mancha.

Matarromera, por su parte, repartía entre bares y restaurantes un total 4.000 packs de vinos blancos, rosados y tintos, aguardientes y aceites. Valorados en 300 euros cada uno, la bodega pretende así facilitar la reapertura, ofreciendo para ello unas facilidades de financiación de hasta seis meses. El sector de la hostelería también recibía el apoyo de otras muchas bodegas que, como en el caso de Ramón Bilbao, se materializaba en la entrega de una botella de vino por cada botella vendida a través de su tienda online. Raventós Codorníu, con el mismo objetivo, ponía en marcha la campaña de apoyo #FUERZABAR, a través de la cual donaba medio millón de copas de cava o, lo que es lo mismo, 100.000 botellas de su emblemático espumoso.

En esta misma línea, al cierre de esta edición, Paco García ponía en marcha la acción #EstaRondaLaPagaPaco, por la que la bodega donaba 10.000 botellas de Paco García Crianza. Para disfrutar de ello, tan solo había que apuntarse en su página web y elegir restaurante.

Familia Torres hacía entrega de una serie de alimentos al proyecto solidario Comer Contigo, procedentes de la empresa de distribución de productos gourmet Torres Import. La empresa catalana también donaba mascarillas quirúrgicas y protectores faciales, fabricados con impresoras 3D. Desde un punto de vista más social, Torres también participó activamente en la recaudación de fondos para niños en edad escolar sin recursos.

Durante estos días, incluso hemos podido formar parte de subastas benéficas, como la organizada por El Grifo. La bodega más antigua de Canarias donaba una botella de Malvasía de 1881 para apoyar a Cruz Roja. Asimismo, bodegas como Valtravieso, Habla, Astrales, Pago de los Capellanes o Attis, entre otras muchas, entregaban desinteresadamente productos a la tienda solidaria de #JuntosSaldremos.

Estate, por su parte, ponía a la venta en su tienda online un pack de tres vinos que, entregados sin gastos de envío gracias a la colaboración de Somontano Social, daban derecho a una cata virtual. La recaudación se destinaba, en este caso, al Banco de Alimentos.

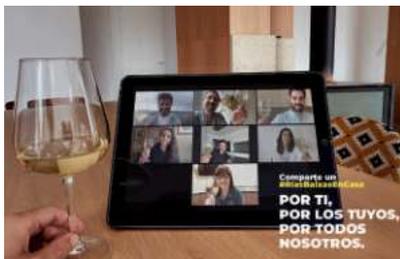
Y pensando ya en el fin de la pandemia, más de 50 bodegas y consejos reguladores de toda España se adherían a la iniciativa solidaria #EnoturismoParaSanitarios, que pretende reconocer el esfuerzo realizado por los profesionales sanitarios, ofreciéndoles experiencias enoturísticas. Una manera original de desconectar mientras se conoce un poco mejor el patrimonio vitivinícola.

**Catas virtuales y descuentos**

Las catas virtuales han sido, sin lugar a dudas, el recurso más empleado por las bodegas durante el confinamiento. En ocasiones, condicionadas por la compra previa de di-



#FVRVIRTUAL



versos packs, como los ofrecidos por Monte La Reina, Barcolobo –que añadía un par de copas- o Matarromera, que ofrecía la posibilidad de descubrir, de la mano de un enólogo, los vinos que que elabora en distintas denominaciones. Paco García apostaba por las charlas sobre el vino, mientras que González Byass planificaba una auténtica agenda cultural para cada día de la semana, con vídeos informativos, clases de cocina y viajes virtuales, entre otras muchas opciones.

En un guiño al enoturismo, Familia Fernández Rivera combinaba sus catas con visitas virtuales a sus instalaciones y viñedos. Eso, al margen del material sanitario donado a asociaciones y centros de salud de Castilla y León o de la duplicación de su cuota anual de donación a Cruz Roja. Mientras tanto, Lecea organizaba tertulias con distintos profesionales para hablar, entre otras cosas, de tradiciones del vino o de barrios históricos de bodegas.

También se decantaba por la formación Marqués de Murrieta, que ponía en marcha un curso online de iniciación a la cata que incluía, entre otras, visitas virtuales y precios especiales de sus vinos, sin gastos de envío. Una opción, la de los precios especiales, igualmente adoptada por Emilio Moro y Cepa 21, que ofrecían hasta un 25% de descuento en todos sus vinos, que acompañaba de un mensaje de esperanza.

#### Una vuelta de tuerca

El confinamiento ha impedido la celebración de acontecimientos tradicionales como la Feria de Abril de Sevilla. Al

menos en el Real, porque lo que no pudo evitar es que algunas bodegas se propusieran llevar la alegría a los hogares de la capital hispalense con propuestas innovadoras. Como las de Barbadillo y La Guita, que amenizaron la cuarentena con vino, catavinos, cubos enfriadores, vasitos, servilleteros y hasta farolillos con los que adornar los balcones.

Un objetivo parecido al de Tío Pepe, que trató de llenar el hueco dejado por la Feria del Caballo de Jerez con un programa especial en Facebook que incluía una actuación humorística y un repaso por los momentos más destacados del evento. Matarromera, entre otras cosas, apostaba también por el entretenimiento durante estos días poniendo a disposición de sus clientes su plataforma enológica oinoz.es, que ha estado ofreciendo una fusión única entre vino y música, con posibilidad de acceder a *playlists* musicales, blogs y juegos.

Y en medio de un confinamiento que nos impedía relacionarnos con nuestros seres queridos, algunas bodegas como Lolea, perteneciente a Grupo Zamora, ideaban una curiosa manera de enviar mensajes a través de sus botellas mediante un enlace de descarga.

Las reflexiones y enseñanzas obtenidas durante esta pandemia podrían caer pronto en el olvido. Así somos los humanos. Para impedirlo, la bodega familiar Murillo Viteri ha ideado una cápsula del tiempo que recoge todas las vivencias de sus clientes y que permanecerá enterrada hasta el 20 de abril de 2070, fecha en la que se desvelará su contenido a las generaciones venideras.

*Las catas virtuales han sido, sin lugar a dudas, el recurso más empleado por las bodegas durante el confinamiento.*

Editor de The Wine Economist

# Mike eseth

*"La mayoría de los expertos están de acuerdo en que el cambio al comercio electrónico se mantendrá"*



La columnista Lettie Teague escribía en el *Wall Street Journal* que “de todos los blogs en la enorme, enorme blogosfera, uno de los que más estoy deseando leer es *The Wine*

*Economist*, de Mike Veseth. No hay nada que se le parezca. Una mezcla de visión económica y, a menudo, un portavoz irreverente del vino”.

Y es que, este profesor emérito de Política Económica es toda una autoridad en los mercados internacionales del vino. Unos mercados que recorre incesantemente para obtener información y elaborar sus conclusiones. Unas conclusiones que publica en *The Wine Economist*. Y en más de una docena de libros.

Uno de ellos, *Globaloney*, era seleccionado como el “Mejor Libro de Negocios de 2005” por *Library Journal*. En 2010, Veseth recibía la distinción de Profesor del Año en Washington por la Fundación Carnegie para el Avance de la Enseñanza. Jancis Robinson reconocía su *Wines Wars* como uno de los libros de vino del año 2011 y, en 2015, la prestigiosa publicación gastronómica *Gourmand International* consideraba su blog, *The Wine Economist*, como el mejor del mundo en la categoría de vinos.

Con ese curriculum, lo que tuviera que contar sobre la situación que actualmente atraviesa el vino merecía ser escuchado. Y él, muy profesional, se prestó a hablarnos.

**Las cosas ya no iban del todo bien para la industria del vino antes de la actual crisis por la COVID-19: aranceles estadounidenses a los vinos europeos, consecuencias impredecibles de un Brexit que nunca llega a término, caída de las exportaciones a China... ¿Cómo era realmente la situación y cómo ha empeorado debido a la pandemia?**

La situación antes del coronavirus era seria. Cada país lidiaba con sus propios problemas, aunque había uno que era común para todos: un superávit estructural de vino y de uvas que se combinaba con una caída de la demanda por parte del consumidor en algunas regiones, mientras se estancaba en otras. No era una situación cómoda.

*“Desafortunadamente, creo que la recuperación del sector del vino se retrasará hasta 2021”*

**¿Cómo afectará la recesión económica y la creciente tasa de desempleo en todo el mundo a la industria vitivinícola a corto y largo plazo?**

El corto plazo será complicado. Las ventas en supermercados y online se han incrementado en muchos sitios, mientras que las de los bares, restaurantes y tiendas físicas de las bodegas se han desplomado porque se han visto obligados a cerrar. Algunas bodegas han sabido aprovecharse de estos cambios pero otras, especialmente aquellas que principalmente destinan su producción al canal HoReCa, han sufrido grandes pérdidas. Algunas bodegas pequeñas lo tendrán muy difícil para recuperarse si la crisis se prolonga durante muchos meses más.

El largo plazo es más difícil de pronosticar. La mayoría de los expertos están de acuerdo en que el cambio al comercio electrónico se mantendrá. Lo que tardan en recuperarse las bodegas que venden a través de sus tiendas físicas o que cuentan con la restauración como su principal cliente es complicado de saber.

**¿Cuándo cree que la industria del vino comenzará a recuperarse tanto global como localmente, especialmente en países como Estados Unidos, España, Italia, Francia y Reino Unido, tan azotados por el coronavirus?**

Desafortunadamente, creo que la recuperación del sector del vino se retrasará hasta 2021, lo cual supone un problema porque las existencias de vino aún serán muy elevadas cuando se realice la vendimia de 2020. Los productores tendrán que hacer elecciones difíciles cuando se encuentren con los depósitos llenos y con nuevas uvas llegando a la prensa.

**No hay acuerdo sobre el modo en el que la economía se recuperará (en forma de V, W, U o L)... ¿Cuál cree que será la opción más probable?**

Sospecho que muchas economías experimentarán una recuperación en for-

ma de W, en la que se producirá una crisis financiera al tiempo que el sistema económico comience a recuperarse de los efectos del confinamiento.

Me temo que, en Estados Unidos y algunos otros países –quizás Italia-, la recuperación tendrá forma de L, con un largo periodo de estancamiento. Este escenario contempla negocios “zombie” fallidos, que no acabarán desapareciendo debido a las ayudas de los gobiernos, pero tampoco crecerán ni crearán nuevos empleos. Este es, sin ir más lejos, el problema al que se enfrentó Japón tras el colapso de su economía hace unos años.

**La COVID-19 es una pandemia que los países no están combatiendo globalmente, sino de manera individual. ¿Espera que suceda lo mismo con la recuperación de la industria vitivinícola?**

Sí. No tengo muchas esperanzas en una cooperación seria entre países en respuesta a la crisis del sector del vino, pero me encantaría estar equivocado.

**Algunos expertos apuntan a que nuestro estilo de vida cambiará para siempre. Si esto es así, ¿de qué manera se debería preparar la industria del vino?**

El famoso economista Kenneth Boulding estudió una vez la historia del futuro. Es decir, miró hacia atrás en la historia para ver qué es lo que la gente había vaticinado para el futuro. Luego comparó esas predicciones con lo que realmente había sucedido y se dio cuenta de que, cuando el futuro finalmente llegaba, la gente se llevaba muchas sorpresas. Así que dio este consejo: “la mejor manera de prepararse para el futuro es ¡prepararse para sorprenderse!”. Creo que ese es el mejor consejo que le podemos dar a la industria del vino en estos momentos.

**Con la mayoría de bares y restaurantes cerrados en buena parte del mundo, ¿de qué manera está reac-**

*“Lo pequeño es bello. Esta idea será más importante que nunca para el sector enoturístico”*

## Test del vino...

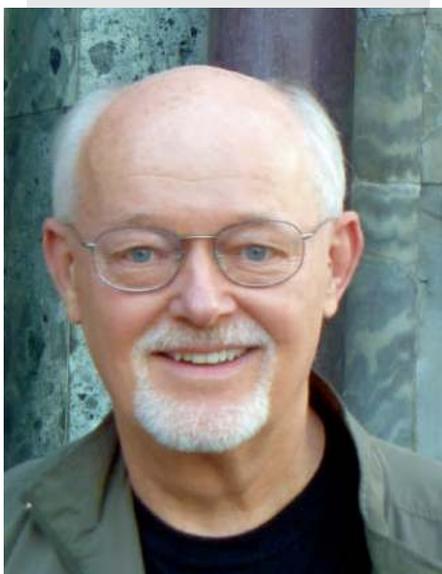
✓ **Un momento para tomar un vino:** *Cualquier reunión de amigos. El agua nos aleja, como suelo decir, mientras que el vino nos acerca.*

✓ **Una zona de viñedos para perderse:** *¿Puedo elegir dos zonas? Collio y Collio Orientali del Friuli, al noreste de Italia, y Cape Winelands, en Sudáfrica.*

✓ **Un restaurante para disfrutar de un vino y la gastronomía:** *¡Hay tantos entre los que elegir! Si debo quedarme con solo uno, eligo Vinum Restaurant, en la hospedería de Graham's Port, en Oporto (Portugal). Eso, sin olvidar terminar el menú con queso Stilton y una copa de Graham's Tawny Port de 20 años.*

✓ **Un plato y un vino:** *Un jugoso chuletón argentino con un delicado Malbec, quizás del Valle de Uco.*

✓ **Un recuerdo con vino:** *Pinchos y vino en la calle Laurel de Logroño compartidos con buenos amigos. ¿Qué podría haber mejor?*



### **cionando la industria del vino?**

Aún es demasiado pronto para responder esta pregunta. Todo el mundo está tratando de asimilar el impacto ahora y tardaremos todavía unos meses antes de poder plantear diferentes estrategias y determinar cuál podría ser la más efectiva.

### **Las ventas de vino online están incrementándose exponencialmente en todo el mundo. ¿Cree que esta tendencia se mantendrá en el futuro o, al menos, no decrecerá una vez se controle la pandemia?**

Sí, ese es sin lugar a dudas mi punto de vista. La inclinación del consumidor hacia el comercio electrónico y al reparto a domicilio existía ya antes de la crisis del coronavirus y no desaparecerá cuando se acabe la emergencia. Esto será parte de la “nueva normalidad” a la que nos tendremos que adaptar. Aquí, en Estados Unidos, el sistema de “Amazon Prime” ha acostumbrado a los consumidores a creer que todo lo que deseen debería estar disponible casi inmediatamente. Solo basta con hacer unos pocos clics en la web y llegará como por arte de magia al día siguiente, o incluso antes. Si el vino no se integra en este sistema de gratificación instantáneo, entonces sufrirá.

### **En términos generales, ¿están los productores y distribuidores de vino bien preparados para vender sus productos online? ¿Qué países están más adelantados?**

Los productores han aprendido muy rápido sobre cómo crear o mejorar sus infraestructuras para vender online. El tema aquí es el cumplimiento o, lo que es lo mismo, quién puede entregar de manera más efectiva sus pedidos una vez que se han realizado. Mi percepción es que –y aquí podría estar equivocado– muchos sistemas de distribución europeos son más avanzados que los nuestros en Estados Unidos.

### **En su opinión, ¿qué futuro le espera a la industria del vino española?**

El sector del vino español tiene un fu-

turo brillante por delante, a pesar de que, como sucede en todas partes, se enfrenta a ciertos desafíos a los que debe adaptarse. El foco –y ahora más que nunca– debe ponerse sobre la mejora de la calidad y en enfatizar las cualidades que lo hacen distinto. El hecho de que los vinos españoles se ofrezcan a buenos precios es una ventaja ahora, pero es importante que construyan una imagen de marca, de modo que se perciban como vinos de excelente calidad y valor, no como vinos baratos.

### **Otra fuente, más o menos importante, de ingresos para las bodegas es la actividad enoturística. ¿Qué debería hacer la industria para adaptarse a los nuevos tiempos?**

Lo pequeño es bello. Esta idea será más importante que nunca para el sector enoturístico e, igualmente, para el turismo en general. Las visitas a las bodegas serán más personalizadas y se reservarán las grandes reuniones a los espacios virtuales en muchos casos.

### **Por favor, envíenos un mensaje de esperanza. ¿En qué debería creer la industria del vino a partir de ahora?**

Soy muy optimista sobre el futuro del sector del vino a largo plazo. La del vino no es la única industria que se enfrenta a cambios en estos momentos. No estamos solos y, de hecho, nuestros problemas son menores que los de otras muchas industrias. Encontraremos soluciones porque la gente del vino es creativa y determinada. Tanto el vino como la gente que lo elabora y lo disfruta resistirán. ¿Qué tienen los vinos que inspiran tal devoción? Para intentar responder esa pregunta, he escrito un libro. Se llama *Around the World in Eighty Wines* (La vuelta al mundo en ochenta vinos) y transporta a los lectores a los cuatro rincones del mundo en busca de la gente que hacen indispensable el vino y sus inspiradoras historias.

No puedes completar este viaje si no crees, como yo lo hago, que el vino ¡saldrá victorioso frente a los desafíos de la actual crisis!

# Tocadas por la *COVID-19*

La crisis sanitaria originada por el coronavirus ha azotado brutalmente a la mayoría de bodegas españolas. El cierre de HoReCa durante el confinamiento y la paralización de mercados exteriores han puesto en jaque a un sector, que venía ya castigado por aranceles estadounidenses y el Brexit. Algunas fuentes hablan de un desplome en las ventas de hasta el 50%. Solo las bodegas que apostaron por los canales de alimentación tradicionales y por internet registran mejores balances. Las ventas online de vino se elevaron hasta un 236,7 % en los peores días de la pandemia.



**D**e las 4.000 bodegas que vertebran la España del vino, solo el 4% de las mismas dicen no estar demasiado afectadas por la COVID-19. Son aquellas empresas que venden la mayor parte de sus productos a los grandes canales de alimentación, tanto dentro como fuera de España. Pero esto no es lo normal. A prácticamente todas (al 96% del total) les toca de lleno esta crisis sanitaria, que impacta de forma notable en su negocio. Tanto es así que ya se habla de un desplome de las ventas del 35% en el primer cuatrimestre (en volumen), según datos de la Federación Española del Vino (FEV) recogidos en una encuesta realizada entre sus asociados durante el confinamiento.

La Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV), presidida por el español Pau Roca, va más allá. Augura que “la crisis generada por la pandemia del coronavirus y el confinamiento forzoso tendrá efectos devastadores” sobre la industria del vino. Serán secuelas “irreversibles si no se toman medidas”. Así lo explicó durante una rueda de prensa celebrada en abril, en la que comparó estos efectos con los que vivió el vino después de la II Guerra Mundial. Según las cifras que aporta Roca, la crisis de la COVID-19 implica un importante cambio en los canales de distribución. Sobre todo, porque en este tiempo se ha destruido el canal de HoReCa (hoteles, restaurantes y cafeterías), lo que ha supuesto, solo en la UE, un derrumbe de las ventas del 50% en valor.

Por el contrario, la comercialización de vino en los canales tradicionales de alimentación y por internet ha cobrado gran protagonismo durante el estado de alarma decretado el 14 de marzo por el Gobierno. El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación recoge en sus últimos informes sobre *Consumo en los hogares españoles* que en el periodo de confinamiento -entre marzo y junio de 2020-, es decir, durante las semanas 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20 y 21, las ventas de vino y otras bebidas se duplicaron respecto a las mismas semanas de 2019. Incluso en los días más duros del contagio (durante las semanas 14, 15) fueron aún mayores (62,2% y 73,5%, respectivamente). Sin embargo, en la semana 18 (27 de abril al 3 de mayo) el aumento de venta en hogares no fue tan alto (37,4%) porque las compras coincidían con el inicio de la desescalada y la apertura a paseos de una hora al día.

Por canales, internet fue el gran protagonista. Las ventas de vino y bebidas online fueron excepcionales. En los días más críticos de la pandemia se impulsaron hasta un 236,7% (en la semana 16), y un 181,2% (en la semana 18), respecto a las mismas semanas de 2019. La primera semana de mayo (la 19) coincidiendo con la relajación de las restricciones en algunas comunidades, ese aumento fue menor, del 67,2%. Sin embargo volvió a ascender un 174,2% en la semana 21 con la llegada del calor y el ánimo de refrescarse en casa.

Además, en todo este tiempo de confinamiento, se ha llegado a duplicar la compra de vino en tiendas tradicionales (un 53% más) y en supermercados cercanos al hogar, donde ese avance en las últimas semanas oscila entre un 16,5% y un 36,7%.

#### **Las ventas en alimentación no compensan los balances**

Vistos estos informes, “parece que al sector del vino le va muy bien, pero no es así”, nos cuenta el director de la Federación Española del Vino (FEV), José Luis Benítez. Y explica que “el aumento de las ventas registrado en los supermercados durante las últimas semanas de ninguna manera compensa el cierre de bares y restaurantes”. Hay muy pocas bodegas, normalmente grandes, que tienen la mayoría de sus ventas puestas en canales de alimentación. En ese caso, la caída que le venga de HoReCa puede verse compensada con el crecimiento en alimentación. “Pero esto no es lo habitual”,

insiste Benítez. Existen muchísimas bodegas (pequeñas, grandes y medianas), cuyo canal de venta casi exclusivo es HoReCa y “la prolongación en el tiempo de esta coyuntura podría abocarles a una situación crítica”, advierte.

Desde la FEV comentan que dos tercios de los ingresos de las bodegas españolas procedentes de sus ventas en el mercado nacional vienen de la hostelería, ya que en este canal se comercializan “referencias de mayor valor”. Si bien las bodegas reconocen que existe un crecimiento “muy significativo” de las compras de vino a través de internet, recuerdan que este canal representa un escaso 1% de su facturación global.

El 85% de las bodegas mantiene su actividad productiva “pero prácticamente a la mitad, en la mayoría de los casos”, subraya el director general de la FEV. Unas bodegas han dejado de producir en este tiempo porque no les compensa asumir los gastos, y otras han parado sus equipos comerciales y abordan solo la elaboración de vinos de crianza, aunque no los vendan.

Y es que, aunque se vea la luz al final del túnel, la restauración no ha recuperado el ritmo de actividad. El 11 de mayo se inició la primera fase de la desescalada en algunas comunidades y, con ella, la reactivación y apertura de terrazas con limitaciones de ocupación hasta el 50%. Sin embargo, las restricciones de protección y de aforo frenan todavía hoy el consumo de comidas y bebidas en este canal. “La caída de las ventas al cierre del año dependerá de la evolución de la situación”, sostiene el presidente de la FEV, Miguel Ángel Torres, quien alerta sobre el turismo que recibirá España. “No tiene muy buena perspectiva”, por lo que insiste en “la necesidad de que la restauración gane fuerza en otros países”. En este sentido, el sector ha pedido al Ministro de Agricultura Pesca y Alimentación, Luis Planas, que “ponga el foco en los principales destinos de exportación de vino para recordar al consumidor internacional que puede seguir pidiendo nuestros productos”, mientras se levantan todas las restricciones impuestas en España.

### **Exportaciones de forma desigual**

Del exterior tampoco vienen buenas noticias. El 80% de las bodegas ha tenido anulaciones y retrasos en los pedidos. La FEV asegura que la exportación se está comportando de una manera muy irregular. Las dificultades actuales a la hora de enviar vino fuera de España se deben fundamentalmente al cierre de bares y restaurantes en otros países. “El volumen de exportaciones no está en función de los destinos, sino de los canales de venta en esos destinos”, sostienen en la FEV. Por ejemplo, la venta a granel sigue funcionando bien en países como Francia e Italia mientras que lugares como Alemania, Reino Unido o Estados Unidos continúan importando vino español para abastecer a sus supermercados. “La situación es muy desigual y, aunque afortunadamente algunos países comienzan a superar esta situación, como es el caso de China o Japón, las ventas a nuestros principales mercados están casi paralizadas”, apunta Benítez.

La Interprofesional de Vino de España (OIVE) se hacía eco precisamente de esto en su informe anual *Estado del mundo sobre el sector vitivinícola*. Mike Veseth, editor de Wine Economist explicaba que “los países que ocupan los primeros lugares en el consumo total de vino (Estados Unidos, Reino Unido, España, Italia, Francia, etc.) son también los que han sufrido el impacto más severo por la pandemia del coronavirus”. En su opinión, “pueden ser los más afectados por la recesión, por tanto, el impacto global en el sector del vino será mucho más grave que si uno o dos de estos mercados se vieran afectados”.

*“El 80% de las bodegas ha tenido anulaciones y retrasos en los pedidos internacionales. La FEV asegura que la exportación se está comportando de una manera muy irregular”*



Aunque parezca mentira, el año 2020 empezaba bien en cuanto a exportaciones. Según el último informe del Observatorio Español del Mercado del Vino, en enero España vendía casi 159 millones de litros por valor de 199,6 millones de euros a otros países, a un precio medio de 1,26 euros el litro. Fue un buen arranque de año para las ventas de espumosos, vinos de licor y de aguja. Los datos interanuales, que abarcaban los doce meses comprendidos entre febrero de 2019 y enero de 2020, mostraban un buen comportamiento, ya que las ventas en el exterior avanzaban un 5,5 % (en volumen), hasta los 2.110,1 millones de litros.

Sin embargo, en febrero empezaron a sentirse los fatales síntomas de la COVID-19 en el mercado vinícola. No hizo falta que se decretara el estado de alarma en España para que ya se viera afectado. China inició antes el cierre de fronteras y se resintieron las exportaciones (por ser el quinto consumidor de vino del mundo, y porque España es su cuarto proveedor de vino). En ese mes, las caídas de las ventas al exterior se iban sucediendo tanto en valor como en volumen (el 15 % y el 20 %, respectivamente), hasta los 185,8 millones de euros y los 152,2 millones de litros en volumen, aunque con aumento del precio medio del 6,7%.

EEUU y Canadá, en Norteamérica; y Suecia y Noruega, en Escandinavia, junto con Irlanda, aumentaban sus compras de vino español en los dos primeros meses de 2020, pero no lograban compensar las pérdidas que se registraban en Rusia, China, Japón, Italia, Francia y Reino Unido, entre otros.

Desde el sector recuerdan que a esta complicada situación se han ido sumando otros obstáculos como los aranceles extraordinarios establecidos por Estados Unidos desde octubre de 2019, y la incertidumbre provocada por el Brexit.

#### **Máxima prioridad: reactivar HoReCa**

En este contexto de crisis, la FEV considera que la reactivación del canal HoReCa es fundamental para la supervivencia del sector del vino. Este organismo ha reclamado durante este tiempo al Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y al Ministerio de Comercio y Turismo la recuperación de esa actividad en los bares, restaurantes y cafeterías. En este sentido, trasladaban al ministro Luis Planas “la necesidad de una apertura rápida y lógica del canal HoReCa” que contase con el consenso de los sectores afectados, y con todos los requisitos necesarios de sanidad y seguridad”. Y aseguraban que “una apertura así podría ayudar a reducir el impacto de la crisis en el sector”.

El sector (FEV, FIAB, Hostelería de España y AECOC) envió un documento al Ministerio con propuestas concretas de cómo podría ser la desescalada para recuperar la confianza y la seguridad de los consumidores a la hora de regresar a los bares y restaurantes. “Consideramos que una de las patas de esa recuperación es que el consumidor perciba seguridad y vea que el camarero que le sirve no está contagiado y toma todas las medidas de protección en el establecimiento. Es fundamental trasladar esa idea de seguridad con campañas de comunicación y relanzar la imagen de calidad y salubridad de los alimentos y vinos”, sostienen en la FEV. En estos momentos, el sector considera que “hay que ser proactivo y ofrecer la colaboración con datos concretos a quien tiene que tomar las decisiones”.

Existe un *Programa de Apoyo al Sector Vitivinícola Español* (PASVE), promovido por el Ejecutivo, que incluye medidas que van desde la reestructuración y replantación de viñedos a la promoción de vino español en terceros países. Las bodegas entienden que entre esas medidas hay dos (inversiones y promoción), “que son las que están verdaderamente vinculadas al mercado”. También abogan por acciones

“que mejoren la tecnología, su capacidad y su productividad”, ya que –advierten– “repercuten en el rendimiento, y en el producto”.

Pero reclaman algo más: que la Comisión Europea apoye al sector vitivinícola europeo con un presupuesto extraordinario que permita implementar medidas extraordinarias, más allá de la dotación anual del *Programa de Apoyo al Sector Vitivinícola Español*. Además, desde la FEV destacan la necesidad de flexibilizar este programa para apoyar al sector y reactivarlo una vez termine el estado de alarma y sus consecuencias inmediatas. Por ejemplo, valoran medidas de ayuda como el almacenamiento temporal voluntario y la cosecha en verde, pero solicitan el impulso de campañas de comunicación coordinadas que contribuyan a recuperar la confianza y la seguridad a la hora de regresar a los bares y restaurantes.

### **El enoturismo, clave en la desescalada**

La hostelería tiene aún que fijar muchas restricciones para ofrecer seguridad a sus clientes, y la vuelta al escenario anterior a la pandemia queda muy lejos. Mientras tanto, cualquier actividad al aire libre y apartada de los núcleos urbanos y concentraciones de gente puede ser una gran opción de negocio para las bodegas españolas. Según el director general de la FEV, “se trabaja en un plan de reactivación del enoturismo con el objetivo de impulsar las visitas a las bodegas una vez que se las restricciones de movilidad se flexibilicen y se permitan los viajes entre provincias”.

El sector ha pedido al Ministerio que se contemple específicamente al enoturismo en el plan de la desescalada de las diferentes actividades económicas ya que, para muchas bodegas, es una fuente de ingresos notable, una oportunidad de venta directa de sus vinos y una mejora de la imagen. Las empresas piden que este negocio “se pueda recuperar urgentemente con las condiciones de seguridad adecuadas para los visitantes, y como alternativa para relanzar el turismo durante el verano, ayudando a la generación de riqueza en zonas donde los turistas no llegan”.

### **Preocupación por la vendimia de 2020**

Lo que también inquieta a los bodegueros es la vendimia de 2020, ya que por el momento se desconoce en qué condiciones se podrá realizar y cómo afectará la bajada de ventas a la demanda de uva y vino, según indican en la FEV. “Habrá mayores problemas en función de las diferentes zonas y de cómo se den los cultivos”, aseguran.

Porque, precisamente, que venga una vendimia muy abundante significará que se produce una situación de stock muy elevada. “Esto nos inquieta porque lógicamente las bodegas van a comprar menos y eso tiene consecuencias”, explica Benítez. Por eso, el sector reclama medidas extraordinarias para evitar este mayor stock. De hecho, ha insistido al Ministerio de Agricultura en que “la medida de cosecha en verde pueda ser de aplicación parcial y permita compensar una potencial reducción de los rendimientos en la próxima vendimia en zonas con Denominación de Origen Protegida (DOP)”. Tampoco saben cómo será el trabajo de la próxima vendimia, porque desconocen cómo se aplicarán las medidas de seguridad. “No sabemos si tenemos que utilizar siete o dos furgonetas para tomar precauciones entre los vendimiadores”. Todo está en el aire, dicen en el sector.

En Rioja Alta, por ejemplo, temen que haya problemas de empleados en la recolecta de uva y trabaja para disponer del personal necesario para la próxima vendimia. “Es evidente que empresas y trabajadores tenemos que afrontar conjuntamente la crisis que se avecina, y asumir corresponsablemente, las consecuencias”, explican. También en Protos, bodega situada en Peñafiel (Valladolid),

*“Las bodegas que se salvan, de alguna manera, son las que tienen su negocio repartido en varias ramas de distribución”*



creen que “habrá problemas de personal en la próxima vendimia, sobre todo, si las fronteras no recuperan la normalidad”.

**Efectos dispares de la crisis en el sector**

Es cierto que el sector del vino está muy tocado por esta crisis sanitaria. La mayoría de las bodegas así lo expresan, aunque algunas parecen llevarlo un poco mejor. Las que se salvan son las que tienen su negocio repartido en varias ramas de distribución. Félix Solís es un ejemplo. Trabaja casi con normalidad porque gran parte de su negocio procede de la cadena de abastecimiento de alimentos y bebidas, permitido durante el confinamiento. Además, su actividad comercial se ha reanudado en el exterior, con especial relevancia en su red de delegaciones chinas: Shanghai Félix Solís Winery y Pagos del Rey Shanghai.

Las exportaciones de Félix Solís con mayores problemas son solo las destinadas a países de Asia y Latinoamérica, “donde la cultura del vino no está muy arraigada y dependen de la tienda tradicional y de la hostelería”, sostienen fuentes de la empresa.

Otro caso de buen balance en época de crisis es el de Cuatro Rayas-Agrícola Castellana, en la DO Rueda. Con su vino estrella, *Cuatro Rayas Vendimia Nocturna Verdejo*, ha recogido buenas ventas durante los últimos cuatro meses. El número de botellas vendidas se triplicaron (un 120% más) gracias al impulso de la demanda en las principales cadenas de España, como El Corte Inglés, Carrefour, Día, Eroski, Froiz, Alcampo, Sabeco (Simply), Unide, Gadis, Covirán, Ahorramás, Establecimientos Plaza, Supermercados Villa de Madrid, La Despensa, La Salve, E.Lecrerc y Lupa. Otros vinos blancos y tintos de la bodega han visto elevada la cifra de botellas vendidas un 80 % en los citados centros.

Otro ejemplo es el de Protos. Esta bodega, situada en Ribera el Duero, vende el 60% del total fuera de España, y el 70% de estas ventas van destinadas a alimentación. El 40% restante de ventas se producen en el mercado nacional, y el 80% de las mismas proceden de supermercados y tiendas. “En este canal, sus ingresos se elevan un 30% con respecto al año anterior”, dicen fuentes de la firma, aunque reconocen que “la hostelería está muy afectada en el mundo, y que sufre un retroceso del 70% en ventas”.

El negocio de vino por internet en Protos representa un porcentaje más alto (7%) que la media del sector (un 1%). La bodega de Peñafiel teme que “las ventas se vean afectadas en el sector en los mercados nacionales e internacionales por el cierre y las restricciones de bares y restaurantes”.

También Vega Sicilia vende gran parte de su negocio en el exterior (el 70%), concretamente a 150 países, pero aunque el mercado asiático está reactivando los pedidos, la bodega tiene claro que “algo va a cambiar con la restauración y los hoteles cerrados”. La bodega vende un 25% de su producción a hoteles y restaurantes en España, aunque constata que “clientes particulares y del comercio siguen demandando y consumiendo vino”.

Con este panorama, y tras analizar diferentes escenarios en el mercado interior y exterior, sus responsables estiman que, en el peor de los casos, “podrían perder un 20% de las ventas en 2020”. Aunque consideran que es prematuro realizar previsiones, pronostican que “la crisis podría afectar más a los vinos del segmento más bajo”.

El resultado de Bodegas Riojanas también se resiente. Durante el primer fatídico trimestre de este año sus ganancias mermaron un 67,2% ya que pasaron de los 175.000 euros de 2019 a los 57.000 de 2020, según datos registrados en la Comisión Nacional del Merca-

do de Valores (CNMV). Sus ventas también fueron a la baja. Facturó un 29% menos hasta los 2,4 millones de euros, debido al desplome de sus exportaciones. Vencieron un 49,5% por efecto de la pandemia, mientras que las ventas dentro de España retrocedieron un 23,7%. Como el resto de las bodegas, Riojanas apunta al cierre de HoReCa como causa principal de esta caída, aunque expresa el alivio de las exportaciones a países como China que empiezan a recobrar el pulso.

Bodegas Familiares Matarromera también ha reactivado su actividad en China. Uno de sus clientes de aquel país asiático ha realizado un pedido al grupo español (concretamente de vinos de las bodegas Cyn y Oinoz). "Esto significa que China se va reponiendo poco a poco de los efectos de la COVID-19, y se convierte en una esperanza para los países que atraviesan la pandemia", según el grupo bodeguero. Este cliente está ubicado en la ciudad de Qingtian, en la provincia de Zhejiang, en China. "Posee un alto conocimiento de nuestros vinos puesto que gran parte de la comunidad china que vive en España procede de dicha ciudad. De hecho, este distrito lleva tiempo realizando un esfuerzo por importar productos internacionales", aseguran. El pedido ha supuesto un balón de oxígeno para la compañía de Carlos Moro.

En las bodegas de la Denominación de Origen Protegida (DOP) Montilla-Moriles, en la provincia de Córdoba, la actividad comercial ha descendido un 80 % por efecto de la pandemia de la COVID-19. Así se recoge en los resultados de la *Encuesta de situación ante las medidas derivadas de la COVID-19*, que ha realizado el Consejo Regulador entre las empresas que la conforman. El estudio demuestra que el sector de esta zona "depende de HoReCa nacional en un 73%", mientras que del resto de canales de distribución en un 27%".

Por su parte, el Consejo Regulador de la DOCa Rioja trabaja en el diseño de un plan de actuación para paliar los efectos de la COVID-19, junto con otras asociaciones del sector. De hecho, ha desarrollado una hoja de ruta de recuperación económica que recoge las necesidades planteadas por sus asociados. Además, el Consejo solicita "respaldos necesarios" para salir de esta crisis. En una reunión celebrada el 7 de abril el sector planteaba un nuevo plan de financiación de los presupuestos.

### **Balance final**

Tras recorrer las diferentes empresas y zonas vitivinícolas españolas, el balance global esperado para las bodegas (sobre todo, las pequeñas) es una merma del consumo, una disminución de los precios medios, una caída del valor de las ventas, del volumen de negocio, de los márgenes y, en consecuencia, de los beneficios.

En lo que respecta a las exportaciones, mercados clave para el vino, tanto del lado exportador como importador, están entre los más afectados por la COVID-19 por lo que, para algunos, el futuro cercano no es muy optimista. Sin embargo, todos los agentes confían en que en un futuro no muy lejano "los flujos comerciales tengan la capacidad de recuperarse".

También, por los cambios originados en los canales de distribución del vino (se espera una caída del 40% en las ventas del canal HoReCa para este año) podrían producirse algunas modificaciones en los hábitos de consumo. Y es que el sector del vino depende mucho de la hostelería. El 66% de lo que se consume en vino, se atiende en bares y restaurantes lo mismo que sucede con la cerveza (el 65% del total) y con las bebidas espirituosas (el 60%). Falta ahora ver cuáles son esos cambios y qué grado tienen de permanencia en el futuro.

*"Que venga una vendimia muy abundante significará que se produzca una situación de stock muy elevada. Esto nos inquieta a las bodegas"*

# CUMPLEN AÑOS

150  
Aniversario

FAMILIA  
TORRES

Desde 1870

Si hay una bodega familiar española conocida y respetada en el mundo -no solo por la calidad de sus vinos sino también por el admirable saber hacer que imprime a la empresa- esa es, sin lugar a dudas, Familia Torres. Tanto es así que, hasta en cuatro ocasiones, la prestigiosa revista británica *Drinks International* la ha colocado en lo más alto de su listado anual de "Las 50 marcas de vino más admiradas del mundo".

Aunque la relación de la familia con la viticultura está documentada desde 1559, no sería hasta 1870 cuando Jaime Torres Vendrell -que había hecho fortuna en Cuba- decidiera asociarse con su hermano Miguel para fundar "Casa Torres Compañía, cosechero y exportadora de vinos" en la localidad barcelonesa de Vilafranca del Penedès.

Más tarde, sería la segunda generación familiar, representada por el hijo de Miguel, Juan Torres Casals, la que comenzara a destilar vinos para elaborar brandis. Una tarea que se vio interrumpida tras quedar devastada la bodega a causa de un bombardeo durante la Guerra Civil. La reconstrucción correría a cargo de la tercera generación, encarnada en este caso por Miguel Torres Carbó, que apostó por embotellar sus propios vinos, contribuyendo así a la consolidación de la marca Torres y a su expansión por el mundo.

En la cuarta generación, la modernización de las técnicas

enológicas y la introducción de variedades francesas con las que la bodega catalana elabora vinos como *Mas La Plana* o *Milmanda* correría a cargo de Miguel A. Torres, responsable también de la construcción, en 1979, de una bodega en Chile y, años más tarde, otra en California: *Marimar Estate*.

Hoy es la quinta generación, con Miguel y Mireia Torres Maczassek al frente, la encargada de continuar con el legado familiar. Suyo es el mérito de haber conquistado otras denominaciones de origen como Ribera del Duero, Rioja, Rueda y Rías Baixas, que se suman a otras en las que ya estaba presente como Penedès, Priorat, Conca de Barberà y Costers del Segre. Su actual hoja de ruta se basa, principalmente, en la elaboración de vinos singulares y en la recuperación de variedades ancestrales para adaptarse al cambio climático. En este sentido, Familia Torres lideraba recientemente la creación del grupo internacional *Wineries for Climate Action*, constituido para impulsar la descarbonización del sector.

En la actualidad, Familia Torres forma parte de las *Primum Familiae Vini*, una asociación que integra 12 de las familias centenarias elaboradoras de vino más prestigiosas del mundo. En su 150 aniversario, la bodega publicará un libro conmemorativo que recogerá los principales hitos de su larga trayectoria, ilustrados con anécdotas y fotografías inéditas.



**1870**

Los hermanos Jaime y Miguel Torres fundan la bodega en Vilafranca del Penedès e inician la exportación de vinos.



**1928**

Juan Torres, segunda generación, elabora los primeros brandis a partir de la destilación de vinos del Penedès.



**1942**

Miguel Torres, tercera generación, reconstruye la bodega bombardeada durante la Guerra Civil y empieza a embotellar vinos y a expandirse por todo el mundo.



**1970**

Miguel A. Torres, cuarta generación, elabora *Mas La Plana* (llamado entonces *Gran Coronas Etiqueta Negra*), que se convertiría en el vino insignia de la bodega tras vencer a grandes Cabernets del mundo en las Olimpiadas del Vino de París en 1979.

# CUMPLEN AÑOS



**2020**

## *Mas de la Rosa 2017*

### FICHA TÉCNICA

- **Denominación de Origen:** DOCa Priorat
- **Variedades:** Cariñena y Garnacha
- **Origen de las uvas:** Porrera-Finca Mas de la Rosa, viñedo de más de 80 años de antigüedad que, orientado al su-reste, se asienta sobre suelos poco profundos y con escasa materia orgánica.
- **Vendimia:** La recolección de la Cariñena comenzó el 13 de octubre, mientras que la de la Garnacha se produjo el 6 de octubre.
- **Elaboración:** Maceración durante 8-9 días y fermentación durante 7- 8 días en pequeños depósitos de acero inoxidable a una temperatura de 24°C.
- **Crianza:** 16 meses en barricas de roble francés de 500 litros.
- **Grado Alcohólico:** 14% vol.
- **Número de botellas:** Standard (750 ml): 2.328, Magnum (1.500 ml): 70 y Jeroboam (3.000 ml): 35.

### CATA

- **Color:** Rubí con reflejos cereza.
- **Nariz:** Intenso, fragante y seductor, con aromas de arándano y grosella, sobre un fondo especiado y mineral.
- **Boca:** Profundo, con tensión y acidez marcados, taninos elegantes y un largo y sedoso final.



**1979**

Familia Torres llega a Chile y se convierte en la primera bodega extranjera en implantarse en el país.



**1992**

Marimar Torres construye su bodega en California, rodeada de los viñedos que había adquirido diez años antes.



**2008**

Se implementa el programa ambiental Torres & Earth para adaptarse al cambio climático y contribuir a mitigar sus efectos. El objetivo es reducir un 30% las emisiones de CO2 por botella en todo su alcance hasta 2020.



**2012**

Traspaso generacional. Miguel Torres Maczasek, quinta generación, es nombrado director general, y su hermana Mireia, directora de Innovación y de la bodega Jean Leon.

# 5 BODEGAS SOLIDARIAS

*9 vinos excelentes*



Los efectos de la pandemia por coronavirus y, en particular, el cierre y posterior reapertura al ralentí de la hostelería en medio mundo han dibujado un futuro incierto para el sector vitivinícola. Sin saber aún cómo reaccionarán los mercados ni cuán rápida será la recuperación, un gran número de bodegas ha dejado a un lado los lamentos y se ha volcado en prestar ayuda a los sectores de la sociedad más desfavorecidos. Cada una lo ha hecho según el nivel de sus posibilidades: desde donaciones de grandes sumas de dinero hasta interesantes descuentos para sus clientes, a quienes han amenizado con catas, charlas y sorteos virtuales.

En un pequeño homenaje, seleccionamos una muestra de bodegas y algunos de sus vinos, que han formado parte del Club Vivir el Vino durante los meses de mayo y junio.

## CONDADO DE HAZA

Apenas unos días después de la declaración del Estado de Alarma, Familia Fernández Rivera, propietaria de las bodegas Tinto Pesquera, Dehesa La Granja, Condado de Haza y El Vínculo, anunciaba la donación de material sanitario entre distintos colectivos vulnerables de Castilla y León y decidía duplicar su aportación anual a la Cruz Roja. Entre otras cosas, también se unía a la iniciativa #Enjoyathomefestival, un espacio virtual en Instagram que proponía catas de vino, visitas virtuales a bodegas, recetas y consejos de belleza y nutrición.

### Condado de Haza Crianza 2017

#### DO Ribera del Duero

Este monovarietal de Tempranillo, criado en barrica de roble americano durante 18 meses, presenta una nariz intensa, con destacados aromas a frutillos negros, que se muestran acompañados de recuerdos de juanolas y suaves especiados sobre un fondo de gratos tostados integrados. En boca es un vino con estructura, de trago amplio, acidez bien integrada y un tanino redondo y de larga persistencia en la retronasal, donde regresa la fruta y el regaliz.



## PAGO LOS BALANCINES

La extremeña Pago Los Balancines también ha manifestado su interés por el bienestar de los demás y, en especial, de sus propios trabajadores, con los que en unos tiempos convulsos también económicamente, se comprometía a mantener todos los puestos de trabajo en las mismas condiciones, sin dejar a nadie en la estacada.

### Balancines Roble sobre Lías 2018

#### DO Ribera del Guadiana

Nariz de intensidad alta, con aromas de albaricoque, melocotón, fruta tropical, especias dulces, notas de bollería, tostados suaves y almendras dulces. La boca es ancha, gustosa, con sabores frutales maduros, una muy buena acidez, cuerpo medio y mucha suavidad. Un vino ágil y sabroso a la vez.

### Balancines Crianza Colección 2016

#### DO Ribera del Guadiana

Nariz intensa, con abundante fruta roja dominada por la fresa y la frambuesa, notas de fruta negra fresca, balsámicos, especias dulces, ligeros tostados y cedro. La boca es ágil, de cuerpo medio y muy sabrosa, con buena acidez, equilibrio y un retrogusto medio. Muy disfrutable.





## DOMINIO DE TARES

La bodega berciana Dominio de Tares se sumaba a la iniciativa #ComparteunaSonrisa en Facebook y hacía entrega de una partida de alimentos al comedor social de Ponferrada, que actualmente ofrece unas 80 comidas diarias. Y lo hacía después de haber organizado un concurso en el que sorteaba tres packs de 2 botellas de su vino *La Sonrisa de Tares* en el que los participantes debían interactuar con el muro de la bodega en la mencionada red social. Además, su enólogo, Rafa Somonte, organizaba alguna cata virtual basada en la Mencía.

### Dominio de Tares Cepas Viejas 2016

#### DO Bierzo

De intensidad alta en nariz, este Mencía ofrece una excelente carga frutal que recuerda a la zarzamora, los arándanos, el fresón silvestre, las flores azules y los especiados, que se combinan sobre un fondo de monte bajo. Por su parte, la madurez y la frescura de la fruta se conjugan para ofrecer una boca viva, de trago largo, con maderas integradas, tanino por pulir y final persistente.



## INURRIETA

La navarra Inurrieta apostaba por hacerle la vida un poco más fácil a sus clientes y facilitaba el código "inurrietaencasa" en su página web, con el que sus vinos podían ser adquiridos con un 10% de descuento. Entre otras cosas, la bodega también organizaba una cata de su vino *Cuatrocientos Crianza 2017*, a cargo de su enólogo, Jabier Marquínez.

### Inurrieta Orchidea 2019

#### DO Navarra

De media intensidad y con una cierta complejidad en la que los aromas de manzana horneada y tierra caliente se fusionan con la madera sin entrar en conflicto, consiguiendo así un perfecto equilibrio. La boca es amplia, densa y con un punto oleoso que mantiene su peso en el recorrido. La frescura aparece gracias a la acidez, que se prolonga durante un final largo y mineral.

### Inurrieta Cuatrocientos 2017

#### DO Navarra

En nariz se muestra intenso y sobradamente varietal, con fruta viva, recuerdos de pensamientos azules y caramelos de violeta. La boca es sedosa y golosa a la vez, de trago medio y envolvente, con un tanino maduro y una perfecta acidez.

## PAGO DEL VICARIO

La bodega ciudadrealeña, integrada en un interesante complejo turístico enológico y recientemente reconocida como Vino de Pago, decidía sumarse al emotivo vídeo “Las voces de la Viña” que, a propuesta de la Consejería de Agricultura de Castilla-La Mancha, animaba a la gente a quedarse en casa, al tiempo que recordaba que los profesionales del campo seguían trabajando para que no faltara nada en nuestras mesas. La bodega también está presente en Bierzo, en este caso bajo el nombre de Soto del Vicario.

## Bancal del Río 2016

VT Castilla

Nariz de intensidad media, con aromas de frutillos del bosque francos y frescos, notas de flores azules, musgo y balsámicos sobre un fondo ligeramente vegetal. En boca, el recorrido es medio, y la fruta y los recuerdos balsámicos aún están presentes. Su tanino es vivo, su acidez correcta y su final, largo y goloso.

## Men de Mencía 2015

Soto del Vicario

Mucho más maduro que la añada anterior, más vivo y más hecho en general. La variedad está presente en todo momento, junto a notas terrosas, de flores azules y de regaliz. La boca es armada y de largo recorrido, dejando una retronasal de fruta y especiados.



## GRANDES PAGOS GALLEGOS

Representado por las bodegas Quinta Couselo (DO Rías Baixas), Pazo Casanova (DO Ribeiro) y Fragas do Lecer (DO Monterrei), el grupo Grandes Pagos Gallegos se sumaba virtualmente, entre otras cosas, a la iniciativa #BrindisMovimientoVinoDO para demostrar todo su apoyo a las denominaciones de origen, agricultores y bodegueros. El evento arrancaba en 2017 con el objetivo de poner en valor los vinos de calidad y acercarlos a los más jóvenes. Este año contaba con la participación de 30 denominaciones de origen, que tenían previsto organizar diversas actividades en las localidades donde se ubican sus respectivas sedes.

## Fraga do Corvo Godello 2018

DO Monterrei

Nariz limpia y límpida, llena de matices florales y frutales que se unen a una parte herbácea y mineral. En boca, este Godello sin crianza de Fragas do Lecer, destaca por su acidez cítrica, que le imprime frescor, así como por sus notas vegetales y herbáceas.





## Fettuccine Alfredo Di Lelio y la magia de Hollywood

La salsa Alfredo tiene ese “qué sé yo” que enamora. Este artículo os descubrirá cómo una feliz pareja selló su amor disfrutando de este famoso aderezo que suele acompañar a la pasta larga tipo fettuccine.

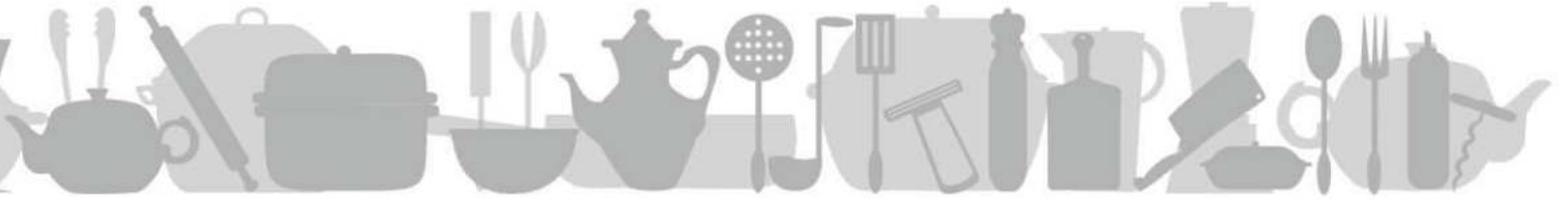
A principios del siglo XX, concretamente en 1907, Alfredo Di Lelio regentaba un pequeño local en la bella Roma (Italia), ubicado en la Piazza Augusto Imperatore, en el centro histórico de la capital. Se trataba de una posada tradicional que dirigía su madre, Angelina. En este local Alfredo llegó a ser un cocinero reconocido por su frondoso y espeso bigote. Servía platos de sencilla elaboración, pero de gran impacto visual. Posiblemente seguía la tendencia contemporánea de los futuristas italianos, un movimiento cultural que buscaba “dinamitar la tradición, el pasado y la anquilosada concepción del arte clásico”. Por supuesto, también infectó benévolamente la gastronomía: “Queremos destruir los museos, las bibliotecas, las academias y combatir el moralismo, el feminismo y todas las demás cobardías oportunistas y utilitarias”.

Sin embargo, Alfredo no sucumbió a uno de los principios de estos nihilistas de la tradición, pues uno de sus preceptos era: “la abolición de la pasta, absurda religión gastronómica italiana”. Decían que “aunque las pastas sean agradables al paladar, son un alimento ‘pasatista’ porque engordan, porque embrutecen, porque su poder nutritivo es ilusorio, porque os vuelven escépticos, lentos,

pesimistas”. Afortunadamente, Alfredo se limitó a hacer propias algunas de las nuevas tendencias, como dar mayor plasticidad a sus creaciones para que así entraran por los ojos. Aportó teatralidad al emplatado y buscó nuevas creaciones que excitaran no solo a las papilas gustativas. Cuentan que la persona que motivó a Alfredo a crear este plato fue su esposa, Inés. Tras dar a luz a su primogénito, Armando, la buena mujer sufrió una alarmante pérdida de apetito, manteniéndose postrada en cama, por lo que Alfredo se vio en la obligación de preparar una receta muy suculenta y a la vez nutritiva para tratar de ayudarla. Decidió acudir al recetario tradicional y modificar uno de los platos típicos: el fettuccine al burro. Una pasta con mantequilla (posiblemente en su simplicidad esté el éxito de este plato). Para incentivar la vista y el apetito de su esposa, jugó con la elaboración. Abandonaba la cocina con la pasta al dente y terminaba el plato ya en la mesa, poniendo unos trocitos de mantequilla, casi el triple de la que lleva la receta clásica, y mezclándolos ante la dama con sus propias manos. A esto le añadía un buen parmesano rallado. Todo ello acompañado por la música en directo de un cantante. Suponemos que sería un tenor y la dramática sonoridad de un violín.

Inés sucumbió al encantador plato de su marido y lo animó a incluirlo en la carta. Así nació la leyenda. Y Hollywood puso la promoción. Años más tarde, Douglas Fairbanks





y Mary Pickford, dos de las figuras más influyentes del cine americano de entonces, viajaron a Roma en su luna de miel y acudieron al restaurante 'Il Vero Alfredo', donde disfrutaron de la cocina de Alfredo y de su teatralidad. Fue tal el impacto de su experiencia que decidieron, en 1927, regalar al restaurante un par de cubiertos de oro, una cuchara y un tenedor, con una dedicatoria grabada: "To Alfredo, the King of noodles". La aportación de estos artistas no quedó solo en este bello gesto, pues a su regreso a EEUU concedieron una entrevista a los medios en la que hablaron de las maravillas de esta clásica ciudad europea y, cómo no, de las bondades de los 'fettuccini

Alfredo'. Convirtieron al plato, al local y al propio Alfredo en un mito, y en visita obligada para famosos, políticos y gente pudiente. Si bien Alfredo vendió el local, sus nuevos dueños mantuvieron los cubiertos dorados y cientos de fotos de célebres sonrisas que adornan aún las paredes de este insigne 'ristorante'.

Hoy puedes disfrutar de este plato y visitar el local 'Il Vero Alfredo', que está en el registro de 'Tiendas Históricas de Excelencia', en la Piazza Augusto Imperatore, número 30 de Roma. En esta misma localidad hay varios restaurantes llamados 'Alfredo', pero no pertenecen a la citada familia.

## La receta

### INGREDIENTES

- 500 g de fettuccini
- 1,5 l de agua con 2,5 g de sal diluida
- 250 g de mantequilla sin sal
- 250 g de queso parmesano finamente rallado
- 2 g de perejil fresco picado (opcional)
- Un tenedor y una cuchara de oro
- Un violinista y un tenor (yo tengo suerte, en casa hay dos)
- Sal y pimienta al gusto

### ELABORACIÓN

Para comenzar debemos preparar la pasta (te recomiendo que sea dura, pues es más fácil de trabajar) y guardar unos 250 ml de agua de cocción, que mantendremos caliente para servir después. Será conveniente calentar los

platos antes de ello. El horno será un buen aliado, pero recuerda avisar a la mesa para no terminar en urgencias sin huellas dactilares.

Ponemos sobre los platos la mantequilla en pequeños trozos. Después, servimos los fettuccini, ya cocidos y, por supuesto, colados. Sobre la pasta añadimos el queso parmesano rallado y vertemos el agua caliente que teníamos reservada. Es importante que mientras viertes suavemente el agua, mezcles todo con la ayuda de un tenedor y una cuchara. Debes ser ágil. Los cubiertos tienen que permitirte enrollar y levantar la pasta para poder mezclar todo bien. El calor derretirá tanto la mantequilla como el queso.

Recuerda seguir dos reglas fundamentales. Primera: La pasta debe estar recién cocida y muy caliente. Segunda: Has de mezclar los ingredientes en el plato del comensal. Si eres capaz, con las manos, como lo hacía "el bigotes".



1



2



3



### 1 Trío de aceites con la Picual como único ingrediente

Delicados, fragantes, sabrosos y de gran calidad. Así es el trío de aceites de oliva vírgenes extra de Magnum Sess Olive Oil, empresa familiar que extrae lo mejor de sus olivos tricentenarios y milenarios en Andújar (Jaén) para elaborar sus tres versiones: Premium, Superior y Organic. Más info: [www.mgnss.com](http://www.mgnss.com)

### 2 Primera lata de cerveza La Sagra

La Sagra Bohemia es la primera cerveza de la marca toledana que se lanza en formato lata (33cl). Una apuesta de la compañía para reforzar el canal alimentación, ya que el producto estará disponible en grandes superficies y en su tienda online. Es una cerveza premium, tipo lager, elaborada con malta 100% de cebada por el proceso tradicional checo. Más info: [www.cervezalasagra.es](http://www.cervezalasagra.es)

### 3 Un jabón 'cultivado' en la dehesa

Dehesa de Los Llanos presenta su jabón artesano de lavanda que elabora siguiendo un proceso ancestral. Aquí cada ingrediente (aceite de oliva virgen extra, esencia pura de lavanda y miel de abejas) conserva inalterables sus propiedades naturales. Todo procede de los campos de la dehesa. Más info: [www.dehesadelosllanos.com](http://www.dehesadelosllanos.com)

4



6



5



#### 4 Sacacorchos para profesionales by Koala

Koala presenta dos nuevos sacacorchos: AC y High Tech, con doble apoyo para extraer el corcho con comodidad y una espiral teflonada que garantiza su duración. El sacacorchos AC incorpora además una navaja dentada y el High Tech presenta una navaja con corte microfilo. Más info: [www.koala.es](http://www.koala.es)

#### 5 Larga vida al vermut

El Bandarra es un homenaje a la época dorada del vermut tradicional, allá por los años 60, cuando los bares pintaban sus ofertas en los cristales con coloridas letras para atraer al público. Bodega Casa Berger (2014) con la tercera generación al frente, sigue elaborando vermut como sus abuelos, con una receta propia y con las variedades Macabeu y Xarel.lo a partes iguales. Más info: [www.elbandarra.com](http://www.elbandarra.com)

#### 6 Agot, premiado como mejor 'Whisky Single Malt' de España

La pequeña destilería Basque Moonshiners está de enhorabuena. Su whisky Agot Basque Whisky Single Malt Pioneer Edition ha logrado el premio al mejor whisky de España en la categoría Single Malt que otorga la revista londinense Whisky Magazine. Más info: [www.basquemoonshiners.es](http://www.basquemoonshiners.es)

# La receta **SOLIDARIA** de RICARDO ÁLVAREZ CASADO



Roberto Cabrera y Ricardo Álvarez Casado comparten su pasión por lo verde desde su restaurante Huerta de Carabaña. Siempre han donado gran cantidad de verduras al Banco de Alimentos. En esta complicada época de COVID-19, redoblan sus esfuerzos para repartir alimentos entre quienes más lo necesitan.



## Pisto en niguiri de ventresca de atún rojo

**Ingredientes:** 2 cebollas rojas o cebolletas, 1 pimiento rojo, 1 pimiento verde, 2 calabacines, 5 dientes de ajo, 1 cebolleta, 600 g de tomate maduro, 2 patatas, 1 manojo de albahaca, 200 g de ventresca de atún rojo, aceite y sal.

**Elaboración:** Para realizar la salsa de tomate, picamos los dientes de ajo en láminas y doramos en aceite. Añadimos la cebolleta picada y la dejamos pochar. Incluimos los tomates cortados en trozos y cocemos. Ponemos un punto de sal y azúcar, lo trituramos y reservamos.

Pelamos la cebolla y los pimientos y picamos por separado. Cortamos el calabacín en dados muy pequeños sin semillas. En una sartén con aceite a fuego medio rehogaremos por separado la cebolla, el pimiento rojo, el verde y el calabacín. La clave es dejarlos al dente para que tengan sabor y textura. Escu-

rimos el aceite y mezclamos con unas cucharadas de salsa de tomate. Picamos una patata muy fina y la freímos hasta que esté dorada y con toque crujiente. La reservamos. Con otra patata haremos cilindros con un descorazonador de manzanas y confitamos a fuego lento con hierbas aromáticas.

Para el aceite de albahaca, deshojamos la albahaca, ponemos agua a hervir y cocemos un minuto. La sacamos a un bol con agua y hielo. Escurrimos el agua, trituramos con aceite, colamos y reservamos.

**Presentación:** Cortamos la ventresca de atún en rectángulo y láminas finas. Para el emplatado, haremos unas quenelles de pisto y las distribuimos en el plato. Encima pondremos la ventresca y un poco de patata frita. Al lado, extendemos los cilindros de patata confitada y terminamos con unas gotas de aceite de albahaca.

**VIVIR EL VINO** recomienda maridar este plato con...

Anayón Parcela 15 2017  
Grandes Vinos - DO Cariñena



Se trata de uno de los tres vinos que formaron parte de los 800 packs con los que la bodega zaragozana Grandes Vinos recaudaba fondos para las personas mayores y la investigación contra la COVID-19 a través de su proyecto *Over the Rainbow*. Un monovarietal de Cariñena que, perteneciente a la colección Enólogos del Mundo, apenas ha tenido una producción de 2.799 botellas. Sus uvas, proceden-

tes de viñas viejas de 44 años de edad, son vinificadas con esmero y criadas en barricas de roble francés durante 3 meses para ofrecer un vino de color rojo intenso con ribete violáceo y con una nariz que sorprende por su fruta madura, sus especia- dos, sus minerales y sus balsámicos. La boca, muy equilibrada, tampoco defrauda: buena acidez, per- sistencia, tipicidad, potencia y mineralidad.



Huerta de Carabaña  
Restaurante: c/Lagasca, 32 - Bistro: c/ Jorge Juan, 18 (Madrid)

# VIVIR EL VINO

¡Suscríbese a  
nuestra revista!

**6 números al año por solo 26€**

Y reciba de regalo un ejemplar de la  
**Guía 365 Vinos al Año 2020**

(Valorada en 16€)

Llámenos al 916 338 461

o envíenos un correo a

[suscripcion\\_revista@vivirelvino.com](mailto:suscripcion_revista@vivirelvino.com)

(Gastos de envío incluidos)



Además, si lo desea,  
llévese gratis\*  
un completo  
Kit de Cata by Koala

*Avalado por la sumiller  
Clara Isamat*

\*Gastos de envío 7€

Ediciones Vivir el Vino, S.L. le informa de que, en la forma y con las limitaciones y derechos que recoge la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales y su normativa de desarrollo. Los datos personales reflejados en el presente documento y los que se generen, como consecuencia de esta relación comercial o de las que podamos mantener en el futuro, serán necesariamente tratados en un fichero de su propiedad del que es responsable. La finalidad de este fichero es gestionar de forma adecuada las relaciones que mantenemos con usted, así como ser utilizado con fines comerciales, financieros, de operativa y estadística, publicitarios y demás actividades propias de su actividad social. Así mismo, autoriza expresamente a Ediciones Vivir el Vino, S.L. para la extracción, almacenamiento de datos y estudios de marketing al objeto para poder mantenerle informado a través de cualquier medio de comunicación, incluyendo la vía electrónica o telemática de las ofertas, concursos, promociones y todo tipo de productos y servicios propios que puedan ser de su interés.

En cualquier momento, usted podrá ejecutar sus derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición respecto a sus datos personales, mediante comunicación escrita dirigida al Departamento de Protección de Datos en la sede de la Sociedad a la siguiente dirección: Ediciones Vivir el Vino. P.I. Ventorro del Cano, C/Valdemorillo 8 BIS. 28925 Alcorcón, Madrid. Si usted no manifiesta lo contrario en un plazo de 30 días enviándonos una carta a la dirección antes indicada entenderemos que da su conformidad de forma expresa e inequívoca para el tratamiento de sus datos en los términos anteriormente expuestos.

# HERRERA

## EN COPE

*"Cuando todo es complicado de ver, es momento de escuchar."*

CARLOS HERRERA

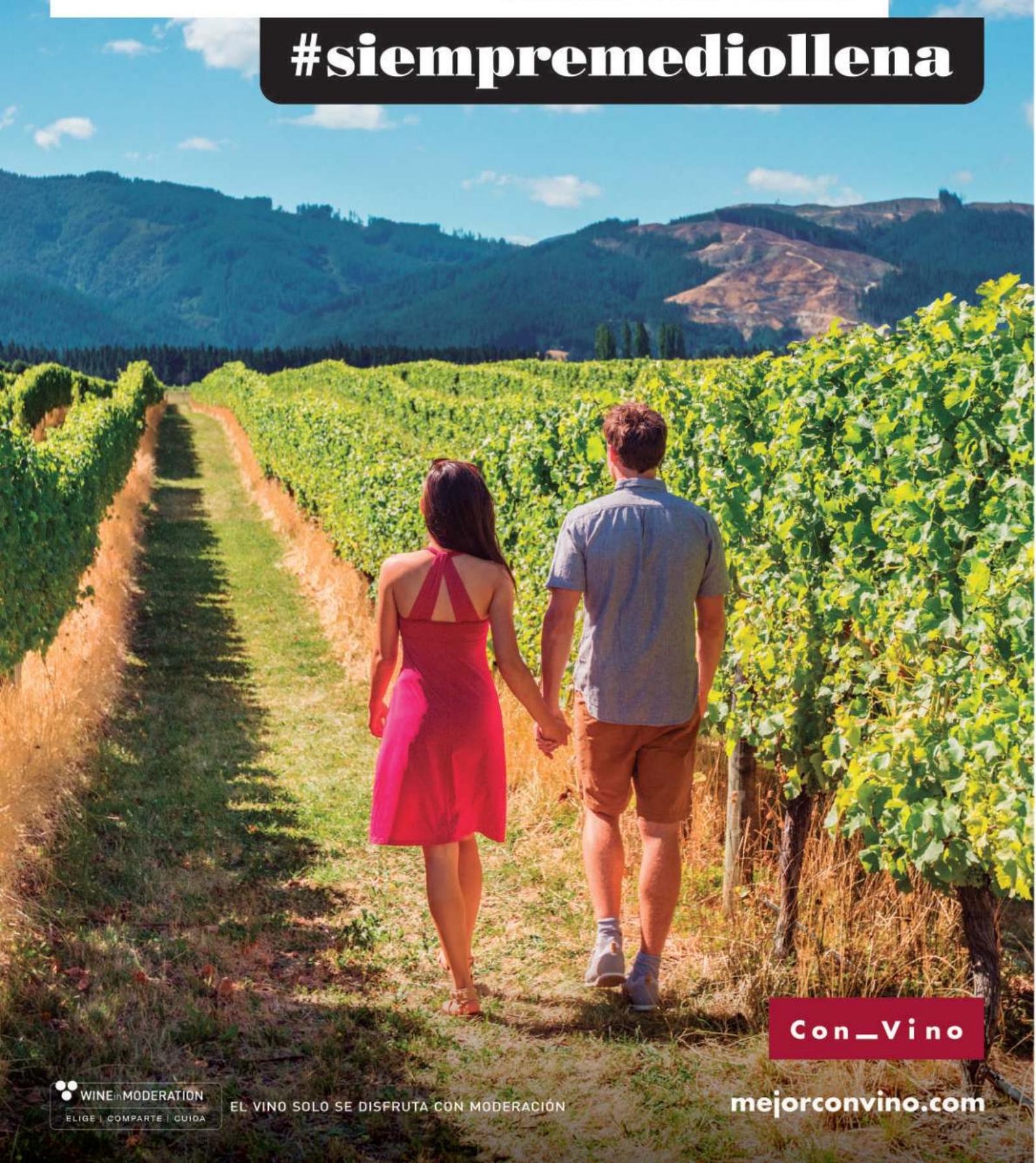
De lunes a viernes  
de 6:00 a 13:00 h



¿Mantener distancia social en playas abarrotadas?  
Entre viñedos hay espacio de sobra.

**Practica el enoturismo.**

**#siempremediollena**



**Con\_Vino**