

WineSide Sumilleres/La Etiqueta. n° 12

Bimestral. P.V.P.: 8 euros

wine *Side*
umilleres revista profesional para
La Etiqueta

Vuelta a la
ESENCIA

COMANDO REGULADOR DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN
RIBERA DEL DUERO

Jesús Yllera

2016



93



93



93

WINE IN MODERATION
ELEGIR | COMPARTIR | CUIDAR

www.grupoyllera.com

Yllera
BODEGAS & VIÑEDOS

Estamos de Vuelta



Margarita Lozano
Editora WineSide Sumilleres-La Etiqueta

Hace casi tres años que no me dirigía a ustedes escribiendo el editorial de esta revista que tienen entre sus manos. La creamos en el año 2000 y, desde entonces, ha estado publicándose fielmente, primero con periodicidad bimestral que más tarde pasaría a ser trimestral.

Sobrevivimos a malos momentos, a la fuerte crisis de la prensa escrita e impresa y a la económica de 2008. Tuvo que llegar el Coronavirus para que tuviéramos que tomar la decisión de no hacer la edición impresa y comenzamos a hacerla en digital.

El último número que publicamos en soporte papel fue el Especial Navidad 2019, y aquí estamos de nuevo, con mucha ilusión y esperanza de que esta nueva etapa sea, al menos, tan larga como la anterior.

Para ello, esperamos tener buena acogida entre los lectores y que los antiguos suscriptores vuelvan a serlo a partir de 2023. Y también confiamos en contar con el apoyo de empresas y organismos del sector que, estoy segura, apreciarán un renacer de la prensa especializada escrita.

Muchas cosas han cambiado en el mundo del vino en estos años y, salvando la pandemia y sus efectos negativos en la industria, creo que los cambios han sido a mejor, tanto en el campo como en las elaboraciones.

Felicidades a todos los que habéis recorrido este duro camino y ahora volvéis, como nosotros, a una "nueva normalidad".

Aprovecho para desearos unas felices Navidades y un feliz 2023, siempre con buen vino.

Envía tus comentarios y sugerencias a:
marga-priv@hotmail.com

¿y si se lo contamos a todos?

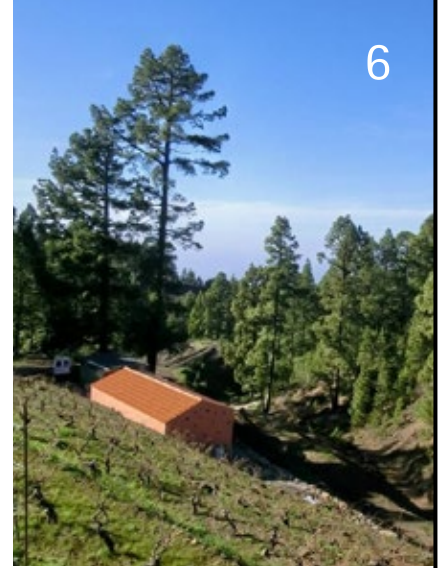


Margarita Lozano

Asesoría en comunicación nacional e internacional
www.margaritalozano.es

- 3 carta de la editora
- 6 de cerca. EL ENTORNO BOTÁNICO DE LAS VIÑAS AFECTA LOS AROMAS DE LOS VINOS
- 8 de cerca. EL ENOTURISMO GANA TERRENO EN ESPAÑA
- 9 gastronomía. WORLDCANIC
- 10 gastronomía. UMAMI, EL QUINTO SABOR
- 12 gastronomía. IV ENCUENTRO DE LOS MARES: EL POTENCIAL DE LOS 'SUPERALIMENTOS MARINOS'
- 14 comarcas. CAVA DE REQUENA: EL VALOR DEL ORIGEN
- 16 comarcas. SEMINCI BRINDÓ POR LOS 40 AÑOS DE RIBERA DEL DUERO
- 18 comarcas. VIÑEDOS DE ÁLAVA: LA RUPTURA DE LA DOCa RIOJA
- 20 destilados. ¿BRANDY BOOM?
- 22 cervezas.
- 26 internacional. LOS VINOS SUIZOS Y SUS DENOMINACIONES DE ORIGEN
- 28 el aliño. Y EL MOSTO SE CONVIRTIÓ...EN VINAGRE
- 30 restaurante recomendado. MARÍA DE LA O. UN NUEVO REFERENTE GRANADINO
- 32 nombres propios
- 35 comarcas
- 36 mercados y foros
- 40 empresas
- 46 producto
- 50 la enoteca de marga
- 52 bibliografía
- 54 staff. suscripciones

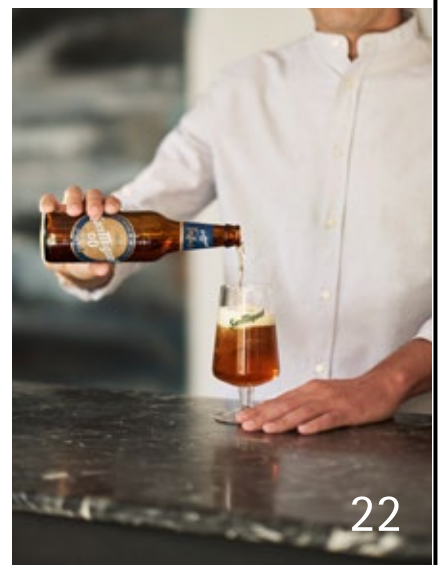
La Dirección de la revista no se identifica ni comparte necesariamente la opinión vertida por sus colaboradores en las distintas secciones en las que estos participan.



28



46



22



52

EL ENTORNO BOTÁNICO DE LAS VIÑAS AFECTA LOS AROMAS DE LOS VINOS

Por: Margarita Lozano



Los factores ambientales que rodean a un viñedo para que así, se llegue a producir productos de calidad son muy importantes. Veamos cómo

Las relaciones de comportamiento existentes entre la vid y el medio ambiente influyen en la calidad de los vinos, ya que las características del medio natural que rodea a una planta son de naturaleza diversa, estableciendo el comportamiento y el conjunto de reacciones de la vid.

LA INFLUENCIA DEL MEDIO AMBIENTE EN LA VID

En el mundo hay diversas regiones que producen un tipo u otro de vino porque las condiciones naturales que originan su calidad es difícil en una región y prácticamente imposible en otra, por similares que parezcan. Por ello, es imprescindible analizar los factores que tienen más influencia en la viticultura, producción y calidad del vino.

EL CLIMA: Los elementos meteorológicos de un lugar son uno de los factores ambientales que propician o no el crecimiento de la uva porque para conseguir que los racimos adquieran la perfección y armonía deseable es necesario un clima óptimo y que esa producción esté adaptada a un ambiente propicio. El carácter que condiciona el clima se ve reflejado en distintas regiones, por ejemplo, en el norte de Europa la influencia de su clima produce vino de menos graduación alcohólica y con mucha más acidez en comparación con el sur de Europa donde se producen vinos con más graduación alcohólica, de baja acidez y aromas que se exaltan con la crianza.

TEMPERATURAS Y ENERGÍA: Los viñedos requieren de luminosidad, ya que una mayor intensidad luminosa favorece la actividad vegetativa y la maduración de las uvas. Por ello, la luz y la temperatura desempeñan un papel determinante en el proceso de fructificación. Una temperatura de 20° a 25° y un tiempo seco favorece la floración, pero por el contrario un tiempo fresco y lluvioso determinan malas condiciones.

PRECIPITACIONES: Las lluvias tienen un gran grado de importancia en el desarrollo de la vid porque determinan la cantidad y la calidad del producto, ya que junto con las temperaturas e hídricos del suelo, determina el agua disponible para la planta. Unas lluvias excesivas determinan situaciones negativas en la vid como son el desarrollo de enfermedades, asfixia de las raíces, rotura de bayas en la maduración... Por ello, se considera que cada cepa, a lo largo de su maduración, necesita entre 700 y 1000 litros de agua.

Otros factores como la humedad, el viento o el granizo pueden causar un daño irreparable en la estructura de la vid y sobre todo cuanto más se acerca al periodo de maduración de la uva.

Todo esto es conocido casi desde el comienzo de la viticultura, pero ahora, un estudio impulsado por el departamento de Acción Climática de la Generalitat, con el clúster vitivinícola INNOVI y cinco bodegas catalanas con denominación de origen concluye que el paisaje botánico del entorno de las viñas influye en los aromas de sus vinos, según un estudio impulsado por el departamento de Acción Climática de la Generalitat, con el clúster vitivinícola INNOVI y cinco bodegas catalanas con denominación de origen, según informa EFE.

Este estudio ha confirmado algo que muchos ya sospechaban: que el paisaje botánico del entorno de las viñas influye en los aromas de sus vinos. Según han expresado las entidades asociadas al estudio, aunque es sabido que las características de un vino vienen dadas por factores como la variedad de uva, el terreno o el microclima, la influencia del entorno sobre las características del vino son aún "poco conocidas", lo que abre nuevas posibilidades de estudio que permiten denominar el entorno como "un factor más de calidad" y un "valor añadido para las bodegas".

"Con un mejor conocimiento de las plantas aromáticas y los aromas que tiene el vino se podrá profundizar en la singularización de los vinos de las bodegas y aumentar su competitividad", ha señalado la directora general del Instituto Catalán de la Viña y el Vino (INCAVI), Alba Balcells.

El estudio, iniciado en septiembre de 2019 con el objetivo de "estudiar si existe una relación clara entre la biodiversidad de las viñas y los vinos elaborados", ha estudiado 168 plantas presentes en las parcelas de las cinco bodegas participantes, que se ha puesto en relación con los resultados de un análisis sensorial de los vinos elaborados de estas viñas entre los años 2020 y 2021.

El estudio también incide en el aspecto ambiental, en la "posibilidad de restaurar, preservar y mejorar la biodiversidad al promover el conocimiento de las plantas del entorno de las viñas".

"Incorporar un aspecto diferencial de sostenibilidad y autenticidad en los productos por el hecho de conservar plantas autóctonas de la zona vitivinícola es algo que los consumidores pueden apreciar y dotan de valor añadido a nuestros vinos".

Todo esto quiere decir que las plantas que rodean un viñedo podrían inferir características aromáticas al fruto de este que, al ser vinificado, pasaría al propio vino. Algo que, sin duda, merece mucha más investigación en todas las zonas de España.

Entre los expositores presentes en esta última edición, hemos podido apreciar los vinos de Bodegas de Fuente Reina (Constantina, Sevilla), una emblemática bodega con más de 80 años de historia, pionera en Andalucía en el embotellado de vino con crianza en barrica y últimamente en tinajas del s. XVII para ediciones limitadas. Bodegas y Viñedos Aníbal de Otero (Bierzo), con vinos singulares de paraje realizados por José Hidalgo, uno de los enólogos más reconocidos en el panorama nacional. Un proyecto familiar de Elva García Amigo, basado en el cariño y dedicación que merecen las cepas centenarias de uva Mencía, cultivadas manualmente en el paraje de "los Hornos" en Otero del Toral (León). Bodegas y Viñedos Larraz (Cenicero, La Rioja), que presentó algunos de sus vinos Caudum mejor valorados entre la prensa especializada del país. Bodegas Dimobe (Moclín, Málaga), una bodega familiar de la Axarquía malagueña, que nos mostró orgullosa los vinos mejor puntuados en el XXV Concurso Ibérico de Vinos Premios Mezquita; Arcos de Moclín 1974, seco y dulce (ambos obtuvieron 98 puntos sobre 100, en los últimos premios). Vinos para bocas exigentes hechos con la herencia de dos generaciones dedicadas al vino de calidad en la sierra malagueña.

Tampoco faltaron Bodegas Bocopa (Petrer, Alicante), una de las más premiadas en el Concurso Ibérico de 2019, que hizo las delicias del público asistente con sus creaciones de sugerente burbuja (marina espumante) y extraordinario paladar (Laudum). Bodegas La Aurora, de Montilla (Córdoba), una de las imprescindibles para entender el panorama vitivinícola cordobés. Viñedos de Pozanco (Mérida, Badajoz), una de las bodegas más jóvenes de las presentes, y que nos sorprendió por la calidad de elaboración de sus vinos, amparados bajo la D.O. Ribera del Guadiana, que cuentan con la última tecnología dedicada a la elaboración y reducción de huella de carbono. Bodegas de Catalina de Mañán (Alicante); Bodega Los Gabrieles (Moriles, Córdoba), o Bodegas Tierras de Orgaz, entre otras.

Dentro de los productores de Aceite Virgen Extra presentes en la Muestra, llamaron la atención del público los aceites de Castellanotti (Córdoba), monovarietales de Arbequina, Picual y Koroneiki, todos de gran expresión y relieve, que aderezaron la satisfacción de quienes se acercaron por el stand. Aceites Olisierra, de la SCA. Ntra. Sra. de la Fuensanta (Fuensanta, Jaén), que presentó sus aceites de cosecha temprana, vivos y frutados, con toda la amplitud aromática de los vírgenes extra picuales de la comarca jiennense. Aceites "El Fundo" (Alcalá la Real, Jaén), de olivares de montaña y altura, que basa su producción en la dedicación y tradición familiar para una agricultura sostenible. Aceites Ecológicos como Villaoleo (Ubeda, Jaén) que después de años de reconversión en ecológico, dedica su pequeña explotación a elaborar vírgenes extra de la variedad picual y cosecha temprana.

La restauración corrió a cargo de Juan Pérez, que supo armonizar las exquisiteces presentes con sus toques de sabor andaluz. En definitiva, tres días que amplificaron las excelencias de nuestro patrimonio vino, de aceites y vinos que, desde las buenas manos del Aula del Vino de Córdoba, supieron llevarlo a los mejores paladares allí presentes. Todo ello con la receta de la moderación y sabiduría que promueve el Aula y la Academia del Vino de Córdoba.



EL ENOTURISMO GANA TERRENO EN ESPAÑA

Fuente: Informe Rutas del Vino de España

La Asociación Española de Ciudades del Vino (ACEVIN) acaba de publicar su decimotercer Informe sobre el Análisis de la Demanda Turística, realizado a través del Observatorio Turístico de las Rutas del Vino de España. Los datos de este informe sobre el enoturismo en España a fecha 2022 permiten conocer el perfil del enoturista y su evolución en el tiempo.

El informe abarca el periodo comprendido entre el segundo semestre de 2021 y el primero de 2022 y parece confirmar la tendencia positiva del enoturismo. El análisis de aspectos como las motivaciones del viaje, los destinos elegidos, el perfil social del visitante, la duración de la estancia o el gasto en destino, entre otros, permiten tener una idea muy clara de cómo es el enoturista de las Rutas del Vino de España.

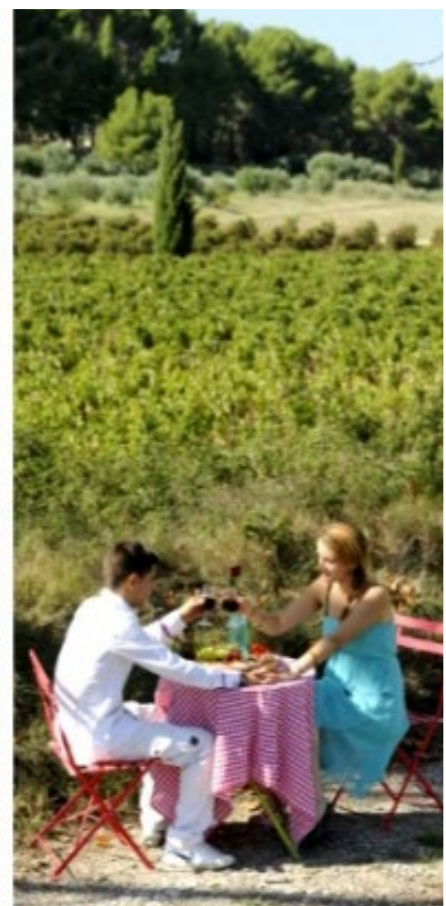
Uno de los datos aportados y que revela esa tendencia positiva y la rápida recuperación del sector es el relacionado con el gasto medio. Un gasto que ha experimentado un crecimiento nunca antes registrado y se sitúa en 199,99 euros por persona y día. Los días de media en destino también han experimentado una ligera subida y se sitúan en 2,47. Poniendo en relación estas dos variables, la cifra del gasto medio total en estancia alcanza los 493,97 euros. Los datos relacionados con la estancia en destino, con las pernoctaciones, continúan mostrando la tendencia a alargar el número de días que el enoturista pasa en el territorio. Las cifras del nuevo informe indican que el 65,36% de los visitantes de las Rutas del Vino de España pernoctan en destino, frente al 34,64% de visitantes excursionistas.

Al mismo tiempo, el nuevo informe sobre enoturismo en España a fecha de 2022 presenta un cambio en cuanto al tipo de alojamiento elegido por los enoturistas: los hoteles de cuatro estrellas vuelven a situarse en cabeza a la hora de elegir dónde alojarse. Esta opción, dominante en casi todos los informes anteriores, alcanza el 21,72%, seguida muy de cerca por el alojamiento rural (21,29%) y las casas de amigos o familiares (18,49%). El dato anterior guarda relación con el tipo de grupo predominante: los viajes en pareja siguen siendo los predominantes (48,76%), seguidos de los viajes en grupo de amigos (32,85%). Las familias con niños representan casi el doble que las familias sin niños, de lo que el informe deduce que sería razonable considerar el enoturismo como una alternativa vacacional familiar. En general, el tamaño medio del grupo se sitúa en 5,32 personas, habiendo aumentado en casi dos puntos respecto al informe precedente.

Mientras que el Informe sobre Visitas a Bodegas y Museos de las Rutas del Vino de España ofrece datos relacionados con las rutas más visitadas, el Informe sobre el Análisis de la Demanda ofrece otros igual de relevantes, al preguntar a los enoturistas por las rutas que desearían visitar en el futuro, una vez que ya han conocido alguna. En el presente informe, las rutas que alcanzan los primeros puestos en el ranking de planificación de futuras visitas son Rías Baixas (35,95%), Ribera del Duero (34,79%) y Rioja Alavesa (27,37%). Rioja Alta, Navarra, Bierzo y Toro les siguen, con porcentajes que superan el 20%.

Por segundo año consecutivo, el informe muestra un aumento del público femenino, un hecho que en este caso se hace más relevante que en el periodo anterior, pues el porcentaje de mujeres es ya bastante más alto que el de hombres, con un 61,02% frente a un 38,98%. El grupo de edad predominante es el situado en la franja de 46-65 años (39,56%), que ha experimentado un aumento respecto a periodos anteriores, lo mismo que ha ocurrido, de forma significativa, con el tramo más joven, de 18-25 años, que ahora ocupan un 9,05%.

En cuanto a la vinculación con el mundo del vino, cada vez más visitantes manifiestan ser aficionados, es decir, conocer algunas características del mundo del vino. En el presente informe, el porcentaje alcanza el 42,26%. Un 23,21% se considera apasionado o entusiasta. Un 19,56% dice ser principiante, con escasos conocimientos enológicos pero muy interesado en la oferta enoturística.



WORLD CANIC

Redacción

LA II EDICION DEL CONGRESO DE COCINAS Y ECOSISTEMAS VOLCANICOS REUNE EN LOS JAMEOS DEL AGUA A COCINEROS Y CIENTIFICOS DE CINCO CONTINENTES

gastronomía

Una francesa, dos congolese y un islandés, cuatro voces de tres puntos cardinales separados por miles de kilómetros dibujaron en la primera sesión de Worldcanic la radiografía de la gastronomía volcánica y el estado de la vulcanología en todo el mundo.

La II edición del congreso fue inaugurado por el consejero delegado de los Centros de Arte Cultura y Turismo de Lanzarote, Benjamín Perdomo, y el director general de Vocento Gastronomía, Benjamín Lana, quienes destacaron la importancia y singularidad de estos territorios volcánicos. Un estreno en el espectacular recinto de los Jameos del Agua, obra de César Manrique, donde se celebraron las ponencias matutinas, y en el no menos vistoso Archipiélago Chinijo, la reserva marina más grande de la Unión Europea, donde el congreso llegó en barco para celebrar una comida a bordo.

"Una oportunidad para exponer lo que tiene la isla, una oportunidad para que los lanzaroteños aprendamos de otras culturas con casuísticas geográficas parecidas y sigamos creciendo", explicaba el consejero delegado de los Centros de Arte Cultura y Turismo de Lanzarote durante la inauguración de Worldcanic. Es el espíritu de intercambio que proyecta este congreso, el mismo que practicaron los vulcanólogos Anne Fornier y Charles Balagizi, o los cocineros Dieuveil Malonga o Gísli Matthías.

Anne Fornier, fundadora de la Volcano Active Foundation, incidió en la importancia de los volcanes, "el yin y el yang de la tierra". Uno de las vulcanólogas más respetadas de Europa advertía sobre la necesidad de investigarlos para mitigar sus efectos negativos, al tiempo que los avalaba como "creadores de diversidad". Fornier los alababa sin perder equidistancia. "Son los termostatos de la tierra, los que han creado su diversidad, por lo que podemos y debemos convivir con ellos. Pueden ser buenos a largo plazo pero a corto son devastadores, aunque podemos disminuir sus impactos y preservar los ecosistemas". Para ello, como hizo el año pasado, ha pedido inversión y ayuda, también atención mediática para sus investigadores, como los que colaboran con ella en la Volcano Active Foundation.

Entre ellos, está el doctor Charles Balagizi, quien ha estado en el congreso analizando el estado de la ciudad de Goma, en el Congo africano, cuyos habitantes viven con la amenaza diaria de los efectos causados por la actividad de los volcanes Nyamulagira y el Nyiragongo, "dos de los más activos de África". "En Goma viven más de dos millones personas que están en riesgo, pues los volcanes entran en erupción con frecuencia". "Nosotros Intentamos informar de sus peligros de las erupciones (terremotos, tasas altas de dióxido de carbono,



aguas contaminadas...), pero la gente sigue erigiendo sus casas en esas zonas, pues el suelo es verdad que es más fértil y, cuando no hay erupciones, las cosechas funcionan".

Nyamulagira y el Nyiragongo son volcanes activos, "pues han entrado en erupción hace menos de 10.000 años, que es poco en términos de vulcanología. Estos siguen emitiendo gases, contaminan el agua y pueden alterar la biodiversidad". Por eso, complementaba Fournier, "es importante que sean vigilados. Ahora solo el 60% del mundo lo están". Worldcanic ejercía de altavoz.

Dieuveil Malonga, chef de Meza Malonga LAB (Ruanda), estudió y se formó en Alemania pero volvió a su continente para montar un restaurante y "ayudar a la cocina africana, poner en valor sus productos y echar una mano a las nuevas generaciones de cocineros". Malonga mostró su cocina, en la que utiliza ingredientes de todo África pero, principalmente, de su zona, el Parque Nacional de los Volcanes que une Ruanda, Uganda y Congo, parque que acoge cuatro volcanes y "ofrece una tierra de excelentes cualidades".

El congolés de nacimiento ha querido dejar constancia de la importancia de "cocinar lo que crece en tu región", una idea que no es nada nueva –"Todas las familias de mi provincia tienen su propia huerta y comen mucha más verdura y pescado que carne"– pero que merece ser recordada en los tiempos que corren, que demandan de más sostenibilidad alimentaria". El africano concluía su intervención recordando la importancia de compartir conocimiento y hacerlo mediante la unión de la profesión, ejemplo de ellos es la organización Chefs in Africa que impulsó él mismo y de la que actualmente ya forman parte más de 4.000 cocineros africanos, la mayoría residentes en el continente, y que trabajan para poner en valor su cocina propia.

El islandés Gisli Matthias (restaurante Slippurinn) cerraba las ponencias en los Jameos del agua con una demostración sobre qué es el lujo y cómo sacar provecho a todo el producto sin generar residuos. La lógica de lo local y del aprovechamiento también defendida Malonga. En este caso, el islandés ha explicado cómo cocina su isla (Vestmannaeyjar), una de las quince que conforma Islandia. Su paisaje, fauna y flora "constituye su mejor activo". Es zona volcánica –hace cinco años tuvieron la última erupción– y el calor geotérmico que emite ha sido desde siempre aprovechado para cocinar y calentar los hogares. "Se hacen orificios en la tierra, en la lava, y se pueden preparar platos que no requieran una cocción precisa, como el pan de centeno o el cordero, explicaba el cocinero.

Para el chef, los recursos que la isla ofrece son más que suficientes para elaborar una cocina singular, con identidad propia. "Para nosotros, el lujo no es comer trufa, jamón o caviar, sino algo que solo puedes comer en un lugar en concreto. Por ello, nosotros cocinamos con productos locales, con lo que tenemos en nuestro jardín, en nuestro huerto o en el entorno en lugar de seguir tendencias".

En estos días se pudo degustar la cocina isleña, se discutió acaloradamente sobre el futuro de la pesca y una especie en peligro de extinción como es el pescador, se ha visto cómo crecen en calidad los vinos de Lanzarote, se han aportado ideas para conectar el sector primario con el turismo a través de la gastronomía y queda por ver qué pasará cuando el año que viene se prueben las papas que el chef ecuatoriano Juan Sebastián Pérez ha donado para plantar en la isla. Es parte del legado que deja este Worldcanic.

Un cocktail de producto y cocina canaria al lado del Atlántico puso el punto final. La comitiva, en español, inglés, islandés o tagalo, brindó "por la comunidad volcánica", y valoraron la oportunidad de intercambio entre cocineros distanciados por miles de kilómetros que promueve Worldcanic.

UMAMI, EL QUINTO SABOR

Por: Manuel Foronda

Hasta hace muy poco la ciencia solo contemplaba la existencia de cuatro sabores: dulce, ácido, amargo y salado.

Hoy oímos hablar del sabor Umami. ¿En qué consiste?



UMAMI es un vocablo japonés que significa 'sabroso'. Hasta el siglo XIX, los sabores básicos identificados en el gusto humano eran el dulce, el ácido, el amargo y el salado. La ciencia estableció que los receptores de los sabores dulces se encontraban en la punta de la lengua; los de los sabores ácidos, en los laterales de la lengua y en las paredes bucales; los de los amargos, al final de la lengua y en la úvula (vulgarmente llamada 'campanilla') y los salados en el centro de la lengua.

La palabra Umami fue acuñada por el profesor Kikunae Ikeda y proviene de la combinación de los términos umai 'delicioso' y mi 'sabor'. Los caracteres japoneses que se refieren al umami se usan en un sentido más general, cuando un alimento en particular es delicioso.

El glutamato tiene una larga historia en la cocina. Las salsas de pescado fermentado (garo), ricas en glutamato, se usaban ya en la Roma antigua. A fines del siglo XIX, el chef Auguste Escoffier (considerado uno de los chefs más importantes de Francia), quien abrió el restaurante que fue considerado como el más glamuroso, costoso y revolucionario de París, creó comidas que combinaban el sabor umami con sabores dulces, ácidos, amargos y salados. Sin embargo, no conocía la química detrás de esta característica tan particular.

El sabor umami no fue identificado propiamente hasta que en 1908 el científico Kikunae Ikeda, profesor de la Universidad Imperial de Tokio, descubrió que el glutamato era el responsable de lo delicioso del caldo del alga kombu. Observó que el sabor del caldo de pescado (dashi) de kombu era distinto de los sabores dulce, ácido, amargo y salado, y lo denominó "umami". Años después, en 1913, un discípulo del profesor Ikeda, Shintaro Kodama, descubrió que las virutas de bonito seco contenían otra sustancia umami. Era el ribonucleótido IMP. Luego, en 1957, Akira Kuninaka se percató de que el ribonucleótido GMP presente en los hongos shiitake también confería el sabor umami. Uno de los descubrimientos más importantes de Kuninaka fue el efecto sinérgico entre los ribonucleótidos y el glutamato. Cuando se combinan alimentos ricos en glutamato con ingredientes que contienen ribonucleótidos, la intensidad del sabor resultante es mayor que la suma de ambos ingredientes.

Esta sinergia de umami explica la razón de varias combinaciones clásicas de alimentos, comenzando por el dashi que los japoneses preparan con algas kombu y virutas de bonito seco, al que le siguen otros platos: la sopa de pollo a la que los chinos agregan cebollas chinas y col, así como en la sopa cock-a-leekie de Escocia, y los italianos que combinan queso parmesano con salsa de tomate y champiñones.

El sabor Umami es un sabor sutil pero de gusto prolongado y difícil de describir. Induce la salivación y una sensación aterciopelada en la lengua que estimula la garganta, el paladar y la parte posterior de la boca. Por sí mismo, umami no es sabroso, pero realza el sabor agradable de una gran cantidad de alimentos, especialmente en presencia de aromas complementarios. Pero al igual que otros sabores básicos –excepto la sacarosa–, umami es agradable solo dentro de un margen relativamente estrecho de concentración. El sabor umami óptimo depende también de la cantidad de sal. Al mismo tiempo, los alimentos bajos en sal pueden tener un sabor satisfactorio con la cantidad adecuada de umami. De hecho, Roinien mostró que las calificaciones de agrado, intensidad de sabor y cantidad de sal ideal de las sopas bajas en sal eran mayores cuando la sopa contenía umami; mientras que las sopas bajas en sal y sin umami resultaron menos agradables. Por lo que cocinar con ingredientes ricos en umami también permite reducir la cantidad de sal que se usaría normalmente para realzar el sabor de los alimentos. Algunos grupos de personas, como los adultos mayores, podrán tener mayores beneficios con el sabor umami debido a que su sentido del gusto y su sensibilidad a los aromas pueden estar disminuidos por la edad y los medicamentos. La pérdida del sentido del gusto y del olfato puede contribuir a un estado nutricional deficiente, lo que aumenta el riesgo de sufrir enfermedades.

ALIMENTOS RICOS EN UMAMI

Se dice de los alimentos que podemos consumir a diario son ricos en umami, aunque no existen referencias reales al respecto. El glutamato presente de manera natural se encuentra en carnes y verduras, mientras que el inosinato proviene principalmente de las carnes y el guanilato de las verduras. Por lo tanto, el sabor umami es una característica en común de alimentos que contienen altos niveles de L-glutamato, IMP y GMP, principalmente pescados, mariscos, carne curada, setas comestibles, hortalizas (por ejemplo, tomates, col china, espinaca, etc.) o el té verde, y en productos fermentados y añejados (por ejemplo quesos, pastas de camarón, salsa de soja, etc.).

El primer encuentro de los humanos con el sabor umami es al probar la leche materna. Contiene casi tanto sabor a umami como los caldos. En el caso de los caldos, el contenido de glutamato puede variar. Por ejemplo, el dashi japonés posee una sensación muy nítida del sabor umami porque no contiene carne. En el dashi, el L-glutamato proviene del alga kombu y el inosinato de virutas de bonito seco o sardinas pequeñas secas. En cambio los caldos y consomés occidentales o chinos ofrecen un sabor más complejo debido a una mezcla más amplia de aminoácidos provenientes de huesos, carnes y verduras. El jamón ibérico tiene también sabor a umami.

CÓMO AGREGAR UMAMI A SU COCINA

Algunos alimentos contienen naturalmente un montón de umami.

- a) Use alimentos fermentados
- b) Use carnes curadas
- c) Use quesos curados
- d) Utilice especias ricas en umami
- e) Utilice umami puro, también conocido como GMS, que se encuentra en las grandes superficies.

EL QUINTO SABOR

IV ENCUENTRO DE LOS MARES: EL POTENCIAL DE LOS 'SUPERALIMENTOS MARINOS'

Redacción

El evento, que reúne a biólogos marinos, investigadores, cocineros y referentes de la industria pesquera, ha vuelto a celebrarse en Andalucía

El Encuentro de los Mares, el congreso internacional que vincula la gastronomía con las ciencias del mar y el sector de la pesca, volvió a reunir en Andalucía del 26 al 28 a oceanógrafos, biólogos marinos, investigadores, cocineros y referentes de la industria pesquera para debatir sobre el futuro de los océanos. Este año, los 'súper bluefood' (superalimentos marinos) como solución para construir sistemas alimentarios más saludables, equitativos y sostenibles fueron el tema principal de un evento que ha cumplido su cuarta edición y que este año recorrió durante tres días las provincias de Huelva y Cádiz. Isla Canela, Ayamonte, Sanlúcar de Barrameda o Chiclana fueron algunas de las localizaciones de esta edición, en la que además el congreso realizó una de sus sesiones de trabajo en Doñana. Y también por primera vez llevó una de sus actividades gastronómicas a Portugal.

Tres jornadas para debatir sobre la situación actual del mundo marino, los planes de pesca sostenible, los beneficios climáticos y alimentarios que pueden aportar los 'súper bluefood', alimentos marinos con propiedades nutricionales muy beneficiosas para la salud, como los mejillones. Según los expertos, un aumento del 8 % en el suministro de estos productos para 2030 podría prevenir más de 160 millones de casos de deficiencias de micronutrientes en todo el mundo.

Restaurante submarino

En la lista de cocineros de EDM 2022 figuraba Nicolai Ellitsgaard, chef del restaurante Under* (Lindesnes, Noruega), quien dirige un restaurante con estrella Michelin construido bajo el agua en la población pesquera de Baly, en el municipio noruego de Lindesnes. Este danés ha estado fascinado con las algas durante los últimos años y continúa encontrando nuevas especies con las que cocinar y descubrir cada vez más posibilidades y técnicas para sumergirse más profundamente en los océanos.

Al frente de los representantes españoles estuvo Ángel León (Aponiente***, Puerto de Santa María), marinero vocacional además de cocinero triestrellado, cuya pasión por el mar y la pesca y el conocimiento de la naturaleza marina que le es más afín -pescados, algas y sales-, le hacen proyectar en su cocina ese horizonte oceánico más íntimo. Junto a él, Diego Gallegos, chef del restaurante Sollo* (Fuengirola), el cocinero brasileño que ha erigido en Fuengirola uno de los restaurantes más sostenibles del mundo gracias a cocinar el resultado del sistema acuapónico que regenta y que ha convertido en su principal despensa; o Pepe Solla, Casa Solla* (Poio, Pontevedra), abanderado de la renovación de la cocina gallega con su





apoyo a los productores locales y la defensa de una cocina que contrasta los sabores naturales del mejor pescado de proximidad y una huerta gallega reformulada.

Conserva sostenible de marisco

También acudió como ponente a este evento la canadiense Charlotte Langley, cocinera y fundadora de la conservera Scout. Langley se enamoró del marisco en su etapa como cocinera en diversos restaurantes de Canadá. Ahora, los defiende desde diversas organizaciones. Fundadora de Scout, la primera industria conservera sostenible de marisco de Canadá y EEUU, donde aboga por las prácticas responsables con los productos del mar, labor que también realiza como embajadora de MSC en Canadá, Chefs for Impact -organización sin fines de lucro enfocada en la educación sobre sostenibilidad alimentaria- y como chef del Marine Stewardship Council.

Pescador de erizos

El sector de la pesca es otro de los grandes ejes del programa y estuvo representado en esta edición por figuras como Roderick Sloan, chef y pescador de erizos en el Ártico noruego. Este escocés conoce cada milímetro de las aguas del Ártico noruego, donde trabaja para la sostenibilidad de su pesca. Sloan ha vivido y trabajado durante los últimos 20 años en la península de Steigen, en el Ártico noruego. Al trabajar con algunos de los mejores mariscos del mundo, Sloan se ha ganado una reputación durante la última década por abastecer de tal producto a algunos de los mejores restaurantes de Europa, incluida una relación íntima con el Noma de René Redzepi en Copenhague. Ha pasado tiempo enseñando sobre mariscos a jóvenes chefs mediante talleres educativos en escuelas culinarias de toda Europa. Todo su trabajo está motivado por la pesca sostenible para el crecimiento a largo plazo, defendiendo estas causas ante audiencias en el Ártico y en todo el mundo.

Gran cartel de científicos

Al frente del plantel de esos expertos oceanógrafos que acudieron al Encuentro de los Mares estaba Carlos Duarte, director científico del congreso. Líder mundial en múltiples ramas de la oceanografía, la biología y la ecología marina, es probablemente el ecólogo marino más versátil de su generación: trabaja desde los trópicos hasta los polos, desde sistemas costeros hasta giros oceánicos abiertos, desde macrófitos hasta microbios, etc. Uno de los biólogos marinos con mayor proyección internacional en congresos en todo mundo, actualmente capitanea, junto a la investigadora Susana Agustí, quien también estaba en la lista de ponentes de este congreso, un estudio internacional que establece la hoja de ruta esencial de las acciones necesarias para que la vida marina del planeta recupere su abundancia en 2050. Este estudio internacional reúne a los principales científicos marinos del mundo que trabajan en cuatro continentes, en 10 países y en 16 universidades. El proyecto establece la hoja de ruta esencial de las acciones necesarias para que la vida marina del planeta recupere su abundancia en 2050. Aunque los humanos han alterado en gran medida la vida marina, los investigadores han encontrado evidencia de la notable capacidad de recuperación, lo que permitiría en un futuro una economía más sostenible y basada en el océano. Por su parte, Susana Agustí ha dirigido expediciones oceanográficas en el Mediterráneo, Atlántico, Pacífico, Índico, y ambos océanos polares, Antártico y Ártico, actualmente estudia el Mar Rojo y los efectos conjuntos de los factores de estrés en este mar y la adaptación de sus organismos al cambio global.

Premio Sartún

Gran parte de la producción de los super bluefood está vinculada a la acuicultura. Mientras que la humanidad lleva produciendo alimento en tierra de forma controlada desde hace 10.000 años, la capacidad de producir alimento de forma controlada en el mar es un desarrollo reciente. La acuicultura moderna nació en los años 80 en Noruega, con las jaulas de salmón, y en Galicia, con las bateas de mejillones. Mientras que la primera representa un modelo no sostenible de alimento, el modesto mejillón se celebra como un superalimento azul.

El científico gallego Uxío Labarta Fernández, biólogo marino del CSIC, es el mayor experto del mundo en esta materia. Pionero de la investigación en acuicultura, su papel como promotor del primer Plan Nacional de Acuicultura colocó a España como líder de investigación a nivel global. Estuvo en Encuentro de los Mares y recibió el premio Sartún 2022 por su aportación, como investigador, a la comprensión de la fisiología y crecimiento del mejillón y su interacción con el medio marino, que ha contribuido a poner en valor este producto como un ejemplo de superalimento azul sostenible.

El problema de la contaminación

También estuvo en esta edición Michael Bank, científico del Instituto de Investigación Marina de Bergen (Noruega) y de la Universidad de Massachusetts (EEUU), quien lidera una investigación sobre cómo afectan los contaminantes del mar a los organismos, incluidos los humanos, y es miembro de varios comités de expertos y asesor sobre contaminantes para varias agencias ambientales nacionales e internacionales.

Sebastián Villasante, profesor e Investigador Universidad Santiago de Compostela y asesor del Comité Científico, Técnico y Económico de Pesca de la Comisión Europea, fue otro de los ponentes. Autor de más de 190 publicaciones científicas, Villasante es uno de los mayores expertos españoles en sostenibilidad oceánica y gestión pesquera. Otro de los ponentes en esta edición fue el profesor Vicente Ruiz García, asesor de la cátedra de Historia y Patrimonio Naval y experto en historia naval y gastronomía histórica. Y el director de Doñana, Juan Pedro Castellano, también estuvo entre los ponentes en del Encuentro de los Mares 2022.

Julio Morón, presidente de la flota atunera de arte de cerco, y uno de los mayores expertos internacional en túnidos y María del Carmen Díaz, presidenta de la Federación Nacional de Pesca Artesanal, tercera generación de mujeres armadoras y miembros de la Asociación Nacional de Mujeres en la Pesca formaron parte del grupo de ponentes junto a Laura Rodríguez Zugasti, quien dirige desde 2010 la oficina de Marine Stewardship Council (MSC) para España y Portugal. MSC es una ONG internacional creada con el objetivo de poner fin a la sobrepesca a través de un programa líder en certificación y etiquetado de pesca sostenible. Su trabajo se enfoca a promover la sostenibilidad ambiental en el sector pesquero y la cadena de valor de productos del mar, además de desarrollar iniciativas y sensibilizar a la ciudadanía sobre la conservación de los océanos. Es también socia fundadora y miembro de la Junta Directiva de la asociación de directivas expertas en sostenibilidad Woman Action Sustainability.



CAVA DE REQUENA: EL VALOR DEL ORIGEN

Redacción

El análisis en torno al valor del origen como elemento diferenciador en el mercado del cava reunió a diversos protagonistas en 'Los foros del cava de Requena'. El acto fue organizado por la Asociación de Elaboradores de Cava de Requena, y en su primera edición se ha celebrado bajo el nombre 'El cava en Requena: Origen y Armonía'.

Rafael del Rey, director del Observatorio Español del Mercado del Vino (OEMV), fue el encargado de poner sobre la mesa las cifras que revelan que el cava español, aun siendo el tercero en volumen de ventas tras Francia e Italia, tiene pendiente la asignatura del valor. Según los datos de 2021, la media mundial de los espumosos se sitúa en 7,40€/litro, sin embargo el precio medio de los espumosos españoles es de 3€/litro.

Para del Rey, el éxito del prosecco italiano, con un precio por encima de la media de los espumosos españoles, hace ver que la competitividad no es solo cuestión de precio, sino de poner en valor diversos factores, entre los que el origen sería uno de los más relevantes. "El origen es uno de los mejores argumentos para la diferenciación del cava de Requena. Si conseguimos trasladar que ese origen da lugar a buenos cavas a un precio de valor adecuado, se puede marcar la diferencia", comentó del Rey. Además, el director del OEMV también destacó que sería interesante ampliar la cartera de productos que puede ofrecer Requena dentro de los espumosos, tal y como ha sucedido con los vinos tranquilos en los últimos 25 años.

El acto generó un debate abierto entre distintos protagonistas en una mesa redonda participada por Jorge Srougi, subdirector comercial de Grupo Coviñas; Pablo Ossorio, director técnico de Bodegas Hispano+Suizas; Rosa Vives, técnico de la Ruta del Vino Utiel-Requena; Pilar Amigó, concejala de Agricultura del Ayuntamiento de Requena; y Fernando Piquer, jefe del servicio de calidad agroalimentaria de la Conselleria de Agricultura, Desarrollo Rural, Emergencia Climática y Transición Ecológica.

Para los elaboradores es esencial dotar de un mayor valor al cava de Requena y tanto Srougi como Ossorio coincidieron en que la presencia de nuevos operadores que provengan de otras zonas puede ayudar a posicionar el producto. "Ahora mismo somos muy pocos tirando de un carro que es pesado, necesitamos gente que venga y se sume a hacer grande el cava de Requena y no a llevarse el vino base", remarcó Ossorio. El director técnico de Hispano+Suizas también abogó por buscar con el cava de Requena un segmento medio, medio-alto.

Por su parte, Srougi incidió en que es preciso que haya un soporte para la comercialización marcado por el origen. "Poder anclar la elaboración del cava de Requena a una zona con tanta verdad, con las hectáreas que tenemos y el buen trabajo de nuestros agricultores, es importantísimo", destacó.

La necesidad de un respaldo divulgativo, económico y estratégico sobrevoló el debate y los representantes políticos presentes reconocieron que es necesario, pero que el movimiento ha de llegar de los productores. "Desde la Conselleria hay un total apoyo al sector y se está peleando mucho a nivel interno y con el Ministerio, pero la iniciativa ha de partir de las bodegas y los viticultores", remarcó Fernando Piquer, que recordó que se está trabajando en reformar reglamentos de las Denominaciones de Origen, con una tendencia a proteger la denominación y el origen como marca.

Por su parte, Pilar Amigó, concejala de Agricultura del Ayuntamiento de Requena, ha instado a la Conselleria a que zonifiquen para que la situación mejore, ya que el cava de Requena "tiene la reputación para poder competir en los mercados más exigentes".

Hablando con algunos de los elaboradores de cava en Requena participantes en este foro, nos dicen que lo que buscan es que, a medio plazo, la DO Cava reconozca Requena como una subzona específica y diferenciadora dentro de la DO, y poder etiquetar indicando este origen. En la actualidad, no se puede hacer y tampoco se puede poner en la etiqueta "Cava Valenciano", ya que Valencia tiene reconocida su propia DO y tiene la exclusividad para utilizar la mención "Valencia" o "valenciano" en las etiquetas. Por el contrario, la DO Utiel-Requena no se opone a que los elaboradores de cava etiqueten indicando "Cava de Requena" ya que en esta DO las bodegas elaboradoras de cava y sus viñedos están dentro del término municipal de Requena y ninguna en Utiel, además de que en Utiel-Requena solo se elaboran vinos tranquilos.

El enoturismo también se ha mostrado como una herramienta efectiva para ampliar el alcance del cava de Requena. Según Rosa Vives, técnico de la Ruta del Vino Utiel-Requena: "Algunas de las mejores ofertas enoturísticas en Requena viene de bodegas que elaboran cava, lo que ayuda a acercar este producto al gran público, que por otra parte cada vez llega mejor informado".

En el acto también se escuchó la voz más próxima al consumidor, a través de José Antonio Navarrete, sumiller de Quique Dacosta Restaurant, y de Ximo Sáez, chef ejecutivo de Fiesta Gourmet.

Navarrete puso en valor el cava como acompañamiento en la mesa por su versatilidad. No obstante, reconoció que fuera de nuestras fronteras es difícil encontrar cavas y vinos españoles. "Lo principal es creérselo y que cada vez seamos más embajadores los que ayudemos a promocionar estos productos", remarcó.

Por su parte, Ximo Saez destacó el papel imprescindible que tiene el sumiller y el equipo de sala a la hora de potenciar el reconocimiento de determinados productos. "La recomendación en sala es esencial y al final da su fruto, de hecho, yo siempre recomiendo el cava de Requena y cada vez hay más gente que me lo pide", afirmó el chef.

Los 'Foros del Cava de Requena', nacen con vocación de continuidad para dar cabida a distintas voces que enriquezcan el debate y contribuyan al posicionamiento del cava de Requena. En su organización, la Asociación de Elaboradores de Cava de Requena ha contado con la colaboración del Ayuntamiento de Requena y la Conselleria de Agricultura, Desarrollo Rural, Emergencia Climática y Transición Ecológica, y el patrocinio de los Fondos Europeos para Desarrollo Rural de la Unión Europea.

EN • TODOS LOS • SENTIDOS



SIENTE • GRANADA

RUTA DE LOS VINOS
DE GRANADA

www.rutadelosvinosdegranada.com

SEMINCI BRINDÓ POR LOS 40 AÑOS DE RIBERA DEL DUERO

Redacción

Ribera del Duero ha sido patrocinador Oro del gran festival de cine internacional que se celebra cada año en Valladolid. Los tintos, blancos y rosados de la Denominación de Origen fueron los vinos oficiales de la 67ª edición del certamen que tuvo lugar del 22 al 29 de octubre.

Valladolid ha celebrado una nueva edición de Seminci, el festival de cine independiente y de autor más importante de España y uno de los más reconocidos del mundo. En esta 67ª edición el Espíritu Ribera estuvo de nuevo presente, para celebrar los 40 años del nacimiento de la Denominación de Origen en un maridaje excepcional con la cultura, el cine y el talento.

Una gran selección de tintos, blancos y rosados, de más setenta bodegas, fueron los protagonistas de las fiestas de inauguración y clausura, de los cócteles del director, cenas y comidas oficiales y de los encuentros VIP. Pero el vino estuvo presente durante todo el desarrollo de Seminci. Hubo acciones paralelas maridadas con Ribera del Duero, premios especiales y un espacio exclusivo para disfrute de los invitados, el Espacio Ribera.

Seminci volvió un año más a tener una edición especial de vino tinto de Ribera del Duero, vestida con una etiqueta exclusiva que conmemora la 67ª edición de la muestra. Una botella que recibieron los invitados en su pack de bienvenida, conmemorativa además de los 40 años de la DO.

El día de la inauguración, abrió sus puertas el Espacio Ribera, un lugar de acceso exclusivo para los asistentes más VIP del festival, donde disfrutar de una selección de vinos de bodegas de Ribera del Duero. Un rincón donde cine y vino se daban la mano, donde se celebraron además entrevistas, encuentros y presentaciones. Y en el que las celebridades nacionales e internacionales disfrutaron de los momentos de relajación que les dejan sus ajetreadas agendas.

En el Espacio Ribera se sirvieron en esta ocasión vinos de bodegas Martín Berdugo, Emilio Moro, Avelino Vegas, Piedras de San Pedro, Resalte, Santiago Arroyo, Valparaíso, Bardos, Neo, Tamaral, Protos, Vega Clara, Viña Arnáiz y Dominio Fournier.

Ribera del Duero volvió a entregar botellas personalizadas a todos los invitados VIP del certamen, con un formato exclusivo de edición única. Ediciones especiales para las producciones nacionales e internacionales que se presentan en la muestra, inspiradas con la imagen de cada película o documental. O botellas exclusivas cuya etiqueta recorre la trayectoria profesional del protagonista. Un obsequio de lujo que recibieron todos los invitados a Seminci, con el que Ribera del Duero reconoce su talento y compromiso con el arte.

El carismático y genial Karra Elejalde, que presentó dos películas en la 67ª Seminci, recibió su peso en vino de bodegas de la DO. Un premio que obsequia a este reconocido y querido actor con cien botellas de diferentes vinos.

LA GASTRONOMÍA DE VALLADOLID Y RIBERA DEL DUERO, JUNTOS EN SEMINCI

Las fiestas de inauguración y clausura de Seminci incorporaron por primera vez un wine bar de Ribera del Duero, ofreciendo a los invitados la oportunidad de disfrutar de una exquisita selección de vinos de las bodegas participantes.

La Semana Internacional de Cine de Valladolid afianza su compromiso con los mundos de la gastronomía y el vino, y lo ha hecho, por octavo año consecutivo, a través de la sección Cine Gourmet, organizada en colaboración con el Ayuntamiento de Valladolid, Diputación de Valladolid, el consejo regulador de la denominación de origen Ribera del Duero, Tierra de Sabor y El Norte de Castilla.

Cine Gourmet –nueva denominación de Cine, Vino & Gastronomía–, programó tres largometrajes y un corto con la gastronomía como hilo conductor.

Los títulos elegidos fueron La cena perfetta (La cena perfecta, Italia, 2022), de Davide Minnella, un largometraje de ficción en torno a Carmine, un mafioso de la Camorra de buen corazón, dirige un restaurante para blanquear dinero sucio donde trabaja Consuelo, una chef en busca de la perfección. El amor por la cocina y el sueño de ganar una estrella Michelin les dará a ambos una segunda oportunidad y la posibilidad de alcanzar la redención.



Ljubomir Stanišić: *Heartbeat* (Ljubomir Stanišić – Coração na boca, Portugal, 2021), de Mónica Franco, es un documental que retrata las múltiples facetas de Ljubomir Stanišić, un emigrante que escapó de una guerra reciente. La cocina se convirtió en su 'sueño americano' y lo llevó al éxito, pero también ha tenido que lidiar con sus peores pesadillas. Nos adentramos en el universo de su cocina, pero sobre todo en el interior de una mente imparable y en la vida de un apasionado aventurero.

Umami (Francia/Japón, 2022), de Slony Sow, es un largometraje de ficción sobre el personaje de Gabriel Carvin, un célebre chef de Saumur (Francia), que recibe su tercera estrella de cristal, una distinción que otorga un crítico gastronómico. Esa misma noche su esposa, Louise, lo abandona. Para Gabriel la sobrecarga impacta directamente en su corazón. Sufre un infarto, lo que significa que este chef hiperactivo tendrá que mantenerse alejado de los fogones. Para cambiar de aires, viaja hasta Japón, donde volverá a disfrutar de los simples placeres de la amistad e intentará descubrir los misterios del umami, el quinto sabor.

La sección Cine Gourmet se completaba con el cortometraje documental *María José San Román*. La esencia sostenible (España, 2021), en el que los directores Vicente Seva y Manuel Sánchez retratan a María José San Román, cocinera en constante formación que combina la innovación con la tradición mediterránea en sus recetas, siempre en búsqueda de soluciones eficientes y comprometidas con el medio ambiente, de los contrastes sensoriales y de la armonía. Chef alicantina, empresaria, formadora, abanderada del aceite de oliva a nivel internacional y fundadora de Mujeres en Gastronomía, es un referente que investiga y difunde la sostenibilidad como motor gastronómico.

Ribera del Duero y Seminci caminan juntos desde hace ya doce años. Un matrimonio muy bien avenido que demuestra que cine y vino son un maridaje perfecto. En palabras de Miguel Sanz, Director General de la DO, "Seminci es un referente como muestra cinematográfica, pero también como acción promotora de la riqueza cultural, gastronómica y enológica de Castilla y León. Cada invitado que acude al festival se convierte en un embajador de esta tierra. Es un lujo para la DO Ribera del Duero formar parte de Seminci, ser un ingrediente fundamental de cuantos la confirman como un acontecimiento único. Porque la Semana Internacional de Valladolid es mucho más que cine".

Ribera del Duero es una Denominación de Origen de referencia, pionera en su apuesta por la cultura, en su vinculación con el cine, la música y el arte. El Consejo Regulador ha sido precursor de acciones dirigidas al consumidor más joven, rompiendo barreras que parecían insalvables, y convirtiéndose en la primera DO patrocinadora de un festival de música (Sonorama Ribera), en la primera en introducir barras específicas de vinos de bodegas en eventos multitudinarios, iniciando un camino de éxito que ha derribado muros que parecían infranqueables para el mundo del vino. Ribera del Duero ha creado además un certamen literario referencial, el más prestigioso del mundo de cuantos se dedican al relato en español que ya va por su séptima edición.

VIÑEDOS DE ÁLAVA: LA RUPTURA DE LA DOCa RIOJA

Por: Margarita Lozano

La DO Rioja es la más antigua de España, ya que data de 1925. En 1991 se produjo otro hito: su reconocimiento oficial como Denominación de Origen Calificada, un sello más exigente que actualmente sólo lucen dos denominaciones: la mencionada Rioja y Priorat. Ahora la zona alavesa anuncia su escisión.



El Gobierno vasco se comprometió a dar el visto bueno a la Denominación de Origen Protegida 'Arabako Mahastiak-Viñedos de Álava' antes de que acabase el año y el Boletín Oficial del País Vasco (BOPV) ya recogía a mediados del pasado mes de octubre la orden de aprobación de la nueva DOP, a la que se concede «protección nacional transitoria».

Viñedos de Álava es una nueva Denominación de Origen para vinos con uvas cultivadas en Rioja Alavesa, entre el Río Ebro y la Sierra de Cantabria. Una denominación de origen que, como digo, ya tiene el visto bueno provisional del Gobierno Vasco para su comercialización en España. Está impulsada por ABRA, la Asociación de Bodegas de Rioja Alavesa, y la Comisión Europea aún no ha emitido el dictamen definitivo. Hace varios años algunas bodegas cuyos viñedos están en esta provincia vasca decidieron romper con el 'paraguas' Rioja. Esta nueva denominación de origen ocupa parte del terreno que actualmente corresponde a la Denominación de Origen Calificada Rioja. Y las bodegas promotoras están a día de hoy adscritas a dicha Denominación de Origen Calificada Rioja.

de origen familiar, aunque solo unas 15 se unirse a Arabako Mahastiak. Ahora ya les recuerda que es incompatible con Rioja. Es decir: no podrá haber una botella con etiqueta Viñedos de Álava y al mismo tiempo DOC Rioja. Durante años las bodegas promotoras de esta ruptura mayor diferencia de la DOC Rioja, de subdenominación el Consejo descartado

han intentado una diferenciación dentro de con una especie de diferenciación. Pero en de Rioja han en todo modo diferenciación. ñas bodegas cuestionan la realiza el Condor en diferencia. Aunque de modo bodega integrada el paso de abandono sería entenderse como forzar a Rioja a crear esa tro del paraguas Rioja.

El futuro comercial de Viñedos es una marca asentada desde hace más sumen de ello. 'Viñedos de Álava' requerirá años los impulsores insisten en que hay oportunidades y que Viñedos de Álava permitirá nuevas formas de trabajo en la región.

Ines Baigorri, la directora de ABRA, confirmaba en Radio Vitoria el martes de la semana pasada que la nueva denominación "es una herramienta más para generar vinos que se adecuen más a lo que nuestro territorio nos brinda con esta orografía".

Sin embargo, las opiniones de líderes y partidos políticos difieren entre sí y también las opiniones de los propios ciudadanos riojanos y vascos y la de periodistas especializados y expertos del sector vitivinícola que se preguntan si esto no es más que otro pulso político del nacionalismo euskera.

El Diputado General de Álava, Ramiro González, insiste en que no es partidario de crear una nueva Denominación de Origen. González apuesta por una diferenciación dentro del paraguas Rioja. Rioja, por su parte, llevará a los tribunales la aprobación de esta DOC, y formaciones como PP y PSE también han sido contrarias a la nueva marca.

EH Bildu, por su parte, es la única formación que se felicita por la nueva marca: "Hoy es día de celebración, porque ha nacido la nueva denominación Viñedos de Álava, un nuevo modelo para quienes trabajan en Rioja Alavesa. Han sido siete años llenos de obstáculos; pedimos a las instituciones que traten con equidad a la nueva denominación", han declarado fuentes de esta formación política.

El alcalde de Vitoria Gorka Urtaran (EAJ-PNV), sin embargo, ha subrayado la "legalidad y legitimidad" de las bodegas impulsoras de 'Viñedos de Álava' y rechaza que la creación de esta nueva marca de vino vasca tenga connotaciones políticas.

Los socialistas, si bien han reconocido las «cualidades específicas» de los vinos de Rioja Alavesa -lo planteaba en estos términos hace poco más de un mes su líder, Eneko Andueza- han abogado porque las bodegas continúen operando bajo el paraguas de la DOC de siempre. Ni que decir tiene que el Gobierno también socialista de Concha Andreu en La Rioja ha sido el más beligerante contra la alternativa. Recientemente el ministro de Agricultura, Luis Planas, aseguraba en el Senado que era «un poco anormal» la pretensión de ABRA.

Las bodegas podrán comercializar sus vinos con la nueva etiqueta, aunque solo sea en España y de manera transitoria hasta que Bruselas resuelva el expediente que le fue remitido a finales de mayo por el Ministerio de Agricultura, y que no cuenta con el aval de Madrid -ha emitido informes negativos- y, por supuesto, ha movilizado durante años a la DOC Rioja para frustrarlo. Aún en el caso de que Bruselas autorice esta nueva DOP, al haber terminado ya la cosecha de 2022, no podrán etiquetarse vinos con la mención "DOP Viñedos de Álava" hasta, al menos, 2023.

Bodegueros riojanos consideran que la denominación "Viñedos de Álava" al margen de la DOC Rioja Alavesa no cuenta con muchos partidarios pero "generará confusión entre los consumidores". Algo que, personalmente, considero muy probable. "Viñedos de Álava" deberá hacer un enorme esfuerzo de comunicación y una importante labor informativa de cara al consumidor que puede durar años, y durante ese periodo, esas bodegas podrían sufrir una merma de sus ventas, es decir, de su cuota de mercado. Y eso solo en España. Después deberán afrontar ese mismo reto en los mercados internacionales donde Rioja es líder de exportaciones de vinos españoles y forma parte de la reconocidísima "Marca España". El futuro nos dirá...



¿BRANDY BOOM?



Por: Margarita Lozano

El brandy (apócope de brandewijn, en neerlandés y bajo alemán «vino quemado») es un aguardiente obtenido a través de la destilación del vino, casi siempre con un 36-40 % (hasta un 60 %) de volumen de alcohol, al ser expedido al mercado.

El diccionario de la Real Academia Española, en la voz «vino», define el «vino de quema» como «el que se destina a la destilación por carecer de condiciones para el consumo». Esos vinos de quema se exportaban a Países Bajos, pero ya quemados, de ahí la denominación neerlandesa. La destilación se hacía en España. Se llamaban y llaman «holandas», en razón de su histórico principal mercado —Holanda—, donde se elaboraban y continúan elaborando muchas y muy acreditadas bebidas alcohólicas. La ley 25/1970 de 2 de diciembre, en sus definiciones establece: «Holandas y aguardiente de vino: el obtenido por destilación de vinos sanos en limpio o con sus lías, que conserven los productos secundarios propios del vino. La graduación alcohólica de las holandas no será superior a los setenta grados». Las holandas, como la generalidad de los aguardientes, salen transparentes del alambique. Así, las holandas son los aguardientes de vino no envejecidos. Si se las mantiene durante algún tiempo en barricas de roble, acaban por oxidarse, adquiriendo un tono marrón. Los ingleses se aficionaron a este producto, pero prefiriendo el brandy viejo al brandy joven.

Las tres principales regiones productoras de brandy son Jerez de la Frontera (Cádiz), Tomelloso (Ciudad Real) y el Penedés (Barcelona), ambas con denominación geográfica de venta. Ante el éxito de los brandis de Cognac, se tendió a imitarlos. El Diccionario de la Real Academia Española llegó a introducir la palabra «coñac» con la acepción de «aguardiente de graduación alcohólica muy elevada, obtenido por la destilación de vinos flojos y añejado en toneles de roble, imitando el procedimiento usado en Coñac, pueblo francés del mismo nombre». Luego lo sustituyó por «licor alcohólico de graduación muy elevada, obtenido por la destilación de vinos flojos y añejado en toneles de roble».

Tal palabra —coñac— ha sido retirada, repuesta y redefinida en ese diccionario; pero todavía sigue en uso, aunque cada vez más es sustituida por la de brandy, al menos en España. No querían ser considerados unos simples imitadores del brandy francés, entre otras cosas porque tenían consolidado un buen mercado en el Reino Unido, acostumbrado a la palabra «brandy», creada por ese mercado.

La mayor diferencia consiste en que el envejecimiento del producto se lleva a cabo mediante el sistema de soleras y criaderas en el que el brandy es continuamente trasegado. También se utiliza ese mismo sistema en la elaboración de los brandies catalanes.

Las marcas jerezanas se remontan al siglo XVIII y muchas de ellas también tienen nombres ingleses pues éstos eran, en su mayoría importadores que invirtieron en Jerez asociándose con los productores: Garvey, González Byass, Domecq, etc. La zona de elaboración y envejecimiento del «Brandy de Jerez» está constituida exclusivamente por los términos municipales de Jerez de la Frontera, El Puerto de Santa María y Sanlúcar de Barrameda en la provincia de Cádiz. Pero no presentan su producto como producto de terruño.

Las bodegas del Penedés son más modernas. Es famosa y está extendida fuera de España la casa Torres.

La cuota de mercado del brandy español en nuestro país es muy limitada si se compara con el propio cognac o con el whisky, el gigante mundial de los espirituosos. Algo, y bueno, está ocurriendo con el brandy, para el que de golpe y porrazo soplan vientos a favor, y hasta el covid encaja en un puzzle que invita a pensar en una segunda juventud de la más noble de las bebidas espirituosas, que saca a relucir su procedencia del vino como símbolo de pureza y verdad.

El movimiento viene de antes, pero la pandemia ha precipitado una nueva forma de consumo, más reposada y reflexiva, además de vinculada al hogar, a la que el brandy, en general, se amolda a la perfección.

“El brandy no es una bebida tan social como puede serlo la ginebra; tiene connotaciones de bebida para ser disfrutada en la intimidad y a la nueva forma de consumo que se ha impuesto con el covid, y eso el brandy se adapta muy bien”, apuntaba Ángel Piña, Global Chief Commercial & Marketing Officer de Emperador Distillers (Bodegas Fundador) en declaraciones al Diario de Jerez.

Y en líneas generales, desde el primero hasta el último de los operadores del Brandy de Jerez coinciden con esta afirmación, también el Consejo Regulador del destilado jerezano, cuyo presidente, Evaristo Babé, en declaraciones a ese mismo Diario apuntaba que “en medio del desconsuelo, podemos sentirnos orgullosos de estas empresas con inquietudes que generan valor”.

Este “brandy boom” se identifica con una vuelta a lo local, a los productos de proximidad, que se une a otros muchos factores que suman a favor del brandy y que encaja con el perfil del consumidor actual y de los millennials.

Otro fenómeno mundial, aunque más asentado en Estados Unidos, el movimiento ‘craft’, rema en favor del brandy, de momento de los brandies locales, por lo que aún es pronto para apreciar su influencia en los brandies españoles. El consejero delegado de Sánchez Romate,



Francisco Javier Requejo, se hace eco de la repercusión de este fenómeno, que comenzó con el vodka, pasó luego a la ginebra y ahora al brandy. "Vodkas norteamericanos que empezaron como 'craft', de pequeñas destilerías o garajes, ahora están entre los más vendidos, y el brandy es la categoría que está ahora caliente en EEUU, y aunque unos sacan más tajada que otros, que se hable de brandy siempre es bueno". La gente bebe menos pero mejor y ese es el camino del futuro del brandy: centrarse en consumidores con poder adquisitivo.

LA SAGRA LANZA UNA EDICIÓN LIMITADA DE SU CERVEZA CON MIEL Y ANÍS

CERVEZA LA SAGRA CUMPLE CON UNA DE SUS TRADICIONES Y ACABA DE LANZAR UNA NUEVA EDICIÓN LIMITADA DE UNA DE SUS CERVEZAS DE TEMPORADA: LA SAGRA MIEL Y ANÍS.

Desde la cervecera de Numancia de La Sagra explican que «con el objetivo de que sus consumidores reciban el invierno desde el disfrute, la cervecera toledana ha creado La Sagra Invierno Miel y Anís, la bebida perfecta para cuando las temperaturas bajan y el paladar pide sabores diferentes, más cálidos y hogareños. Para crear este líquido, los maestros cerveceros de Cerveza La Sagra partieron de una observación de la naturaleza más próxima: la de los Montes de Toledo. La naturaleza cambia para adaptarse al paso de las estaciones, y en cada una nos brinda frutos distintos. La miel es un alimento que, aunque no es exclusivo de la época invernal, sí es de los más característicos de esta época, y por eso es uno de los ingredientes que más personalidad otorgan a esta referencia»

La Sagra Miel y Anís es el resultado de esta sintonía con la naturaleza, el origen, y el paso de las estaciones. Una cerveza tostada elaborada con, entre otros, agua, malta de cebada, lúpulo, miel de proximidad cosechada en los Montes de Toledo y anís en grano.

Unos ingredientes que dan lugar a unos matices muy particulares: una cerveza de color rojizo con sabor caramelizado y meloso, y un aroma dulzón y anisado.

Esta cerveza, ideal para acompañar a los asados y los postres –especialmente a los populares mazapanes toledanos–, presentes en las reuniones navideñas, es una cerveza de estilo Winter Ale, que se caracteriza por tener una notable presencia de malta y un carácter especiado. Las Winter Ale suelen ser cervezas de sabor intenso y oscuras, aunque dentro de estas características básicas es un estilo en cuyo resultado final influye mucho la creatividad del maestro cervecero.

“Creemos que esta cerveza representa al 100% nuestra una de nuestras señas de identidad: la de elaborar una línea de cervezas estacionales perfectas para cada época del año. Lo que pretendemos con La Sagra Miel y Anís es que se evoque en el consumidor una época del año muy especial como es el invierno”, afirma Carlos García, CEO de LA SAGRA.



EL INGENIOSO INVENTO PARA TENER LA CERVEZA SIEMPRE FRÍA EN CUALQUIER PARTE

REDACCIÓN

LOS CHILL STICKS O PALOS ENFRIADORES, FABRICADOS EN ACERO INOXIDABLE, PERMITEN DISFRUTAR DE CERVEZA A BUENA TEMPERATURA ESTÉS DONDE ESTÉS.

Hay pocas cosas peores que beberse una cerveza caliente. Aunque este milenario brebaje se sirviera así en el pasado, y algunas variedades todavía se ofrecen a altas temperaturas en países como Bélgica, según los expertos su punto óptimo de consumo se sitúa entre los -3 y los 12,5 grados, según el tipo de cerveza. Y eso es un problema en un país como España, en el que el calor es la norma en verano, si quiere disfrutar de una cerveza pero no se dispone de una nevera cerca o no se quiere esperar a que se enfrien.

Ya existen ingeniosas soluciones, como la máquina española que proporciona cerveza ultrafría en 30 segundos o el grifo de cerveza inteligente y portátil que la mantiene fría allá donde vayas, pero se necesita un enchufe cerca y una superficie en la que situarlo. Entre los inventos más curiosos para enfriar una cerveza en cualquier lugar y situación están los chill sticks o palos enfriadores, que se adaptan perfectamente a distintos tipos de botellas y permiten enfriar el líquido de manera fácil y rápida estés donde estés.



Como meter un cubito de hielo en una cerveza no es una opción, desde hace unos años distintas empresas comercializan estos palos contruidos en acero inoxidable y rellenos de un líquido congelable.

¿Cómo funciona? Desde el momento en el que la botella de cerveza sale de la nevera empieza a calentarse. Los palos enfriadores están rellenos de agua o de un gel que se mantiene congelado durante más tiempo para disfrutar de tu cerveza helada hasta la última gota. Para utilizarlos primero hay que meterlos en el congelador durante una o dos horas (hay modelos que reducen ese tiempo hasta los 45 minutos), para que se congelen completamente. Después, sólo hay que beber un pequeño sorbo de la cerveza antes de introducir uno de estos enfriadores, que encajan a la perfección en botellas de cuello largo, que suelen tener un diámetro en la 'boca' de 20 o 25 mm, que generalmente corresponden a las botellas de 33 cl. Los palos permiten beber directamente 'a morro' del botellín o servir la cerveza en un vaso gracias a su agujero central. Estos gadgets realizan un cierre hermético, para que no se produzcan fugas ni salpicaduras al inclinar la botella, y una vez utilizados se pueden limpiar fácilmente para volver a meterlos en el congelador. Evidentemente, no es que una cerveza pase de estar a temperatura ambiente a parecer recién sacada de la nevera. Lo que sí permiten estos palos enfriadores es bajar la temperatura de la bebida unos grados y mantenerla fría durante más tiempo

¿POR QUÉ HAY UNA BOLITA EN EL INTERIOR DE LAS CERVEZAS GUINNESS?

REDACCIÓN



La firma irlandesa Guinness es una de las marcas más importantes de la historia de esta bebida. Cuando abres una de estas cervezas, notarás algo que te llamará mucho la atención: dentro de sus latas notas algo que se mueve. ¿Por qué hay una bolita en el interior de las cervezas Guinness?

Mundialmente conocida por ser la «creadora» del tipo de cerveza stout, una de las variedades de cerveza negra más relevantes que existen, la compañía fundada en 1759 por el cervecero irlandés Arthur Guinness, guarda muchos secretos como que el contrato de arrendamiento de la fábrica tiene una duración de 9.000 años.

Una de las curiosidades que más sorprende de esta cerveza negra es que, al final de cada uno de sus envases, hallamos una bolita de plástico de unos tres centímetros de diámetro. Este elemento que podría parecer meramente decorativo es clave para que la cerveza de lata conserve iguales propiedades que las de una cerveza bien tirada, evitando las diferencias que cada método podría suponer.

Así que está ahí por algo. Guinness patentó este sistema hace décadas, y consiste en ponerle presión a una bola con nitrógeno. Abierta la lata, el nitrógeno se libera y asegura el estado gaseoso de esta cerveza de poca carbonatación.

Ahora bien, sólo verás este elemento en las latas de las cervezas negras. Porque la bolita en una cerveza rubia haría que la lata explote por la presión conjunta de la ya alta carbonatación de ese tipo de cervezas y la liberación del nitrógeno.

Incluso, el pequeño objeto en el interior de sus envases es una forma práctica de reconocer una Guinness original. Alrededor del mundo hay fábricas de cerveza que cuentan con los derechos de explotación de la marca pero no incorporan el floating widget, por lo que es fácil distinguir una Guinness irlandesa de una imitación extranjera. Bastará con solamente echarle un vistazo al final o bien de mover la lata para saber en presencia de cuál de ellas estás. Está claro que si algo se mueve dentro y es, en forma de bolita, entonces es la auténtica.

VARAPALO A BUDWEISER EN EL MUNDIAL DE QATAR

Budweiser es la marca de cerveza oficial del Mundial de Qatar, con un patrocinio acordado con la FIFA que alcanza los 73 millones de euros. Pero la marca alemana de origen checo se llevó un varapalo al decidir las autoridades qataríes prohibir el consumo de alcohol en los estadios de fútbol y en sus inmediaciones a sólo dos días del comienzo de la competición.

La FIFA tuvo que aceptar la medida tomada por Qatar y eso no gustó a Budweiser, que publicó un escueto tuit que decía: "Bien, esto es incómodo" y que lo borró poco después.

La cervecera rápidamente asumió que no podía luchar contra las estrictas normas qataríes y tomó una decisión sobre las decenas de miles de cervezas que había desplazado a Qatar para abastecer a los aficionados.

Al no poder venderlas al público, Budweiser ha decidido que entregará todas al equipo que se haga con la Copa del Mundo. "El equipo que gane se llevará las Buds. ¿Quién las conseguirá?", publicó la cervecera en su cuenta de Twitter, adjuntando una foto en la que salen miles de bebidas empaquetadas, lo que hace ver la magnitud del premio extra que se llevará el vencedor. Habría que ver qué sucede en el hipotético caso de que ganara, por ejemplo, Arabia Saudí...

Eso sí, como casi todo en este Mundial con dinero se pueden cambiar las normas. Quien acuda a los lujosos palcos de los estadios podrá consumir no sólo cerveza, sino también champán, los mejores vinos y todo tipo de licores. Evidentemente no estarán al alcance de cualquiera. Uno de esos palcos cuesta a partir de 22.000 euros por un único partido.



LA CERVEZA MEXICANA CORONA SE FABRICARÁ EN ESPAÑA

REDACCIÓN

La compañía Cervecería de Canarias ampliará su producción local con la elaboración en la fábrica de Santa Cruz de Tenerife de la marca Corona, líder en su segmento en México y una de las más conocidas en el mundo. La consejera delegada de la entidad, Naveen Mehra, ha afirmado en un comunicado que la elaboración de Corona en la fábrica tinerfeña se hará efectiva a partir de abril del próximo año y supondrá una inversión de 800.000 euros, con la que se pretende consolidar "el reto" asumido por la compañía de incrementar la producción local. Además, añade que la apuesta por acercar el proceso de elaboración al lugar de consumo conlleva una reducción significativa en la huella de carbono generada por la compañía, aspecto "que está en línea con el compromiso con la sostenibilidad y la protección del medio ambiente del que Corona es, sin lugar a duda, un referente".

Al respecto, recuerda que esta iniciativa representa un paso más en la línea ya iniciada hace cuatro años, con la elaboración de la belga Stella Artois.

La producción de Corona en la fábrica de Santa Cruz de Tenerife irá acompañada del embotellado de la nueva cerveza en formato de botella de 330 mililitros, además de barril de 30 litros y lata. Este proceso conllevará también la incorporación de botellas de vidrio fabricadas con materiales reciclados en industrias de las islas, con lo que la actividad tendrá un efecto multiplicador en la industria canaria y supondrá un valor añadido a la economía de las islas, según la compañía.

La incorporación de Corona repercutirá además en un aumento de la eficiencia y competitividad de la planta de Santa Cruz de Tenerife y se espera que durante el primer año la capacidad de producción permita cubrir todas las necesidades de la marca para el mercado de las islas.

Fundada en 1925 en la Cervecería Modelo en Ciudad de México, Corona es la marca líder de cerveza del país y la cerveza mexicana más popular del mundo con presencia en más de 180 países. A su vez la Compañía Cervecería de Canarias es una de las principales empresas productoras de cerveza a nivel nacional con las marcas propias de cerveza Dorada y Tropical y, bajo licencia, Stella Artois; distribuye marcas internacionales del Grupo AB InBev como Budweiser, Corona, Becks, Leffe y Franziskaner, y del Grupo Diageo, como Guinness. Además, cuenta con otras bebidas como la energética Red Bull, las sidras Kopparberg y Magners, la sangría Devolcán y los zumos Libby's

SAN MIGUEL 0,0 TOSTADA

Cervezas San Miguel, como marca pionera en el segmento 0,0, presenta San Miguel 0,0 Tostada, una nueva variedad basada en la calidad y el saber hacer de la marca, que destaca por su gran sabor. San Miguel 0,0 Tostada es una Amber Lager ligera y equilibrada de marcado aroma tostado, con un perfecto equilibrio entre el amargor y dulzor, y un aspecto brillante, creada para todas aquellas personas que quieren disfrutar de todo el sabor de una buena cerveza en cualquier momento y lugar, independientemente de su graduación alcohólica.

En la elaboración de San Miguel 0,0 Tostada se utilizan maltas con un grado mayor de tueste que son las responsables del color ámbar y de los aromas a cereal tostado, y lúpulos que aportan notas herbales características, a la vez que aportan un amargor moderado. Además, su producción es igual que la de una cerveza con alcohol. Para conseguir esta cerveza 0,0% se ajustan y controlan los tiempos y temperaturas durante el proceso de elaboración para producir un mosto con menos azúcares fermentables, sin alcohol, pero con todo el sabor.

Esta nueva variedad marida con platos de sabores delicados como pescados y mariscos al horno. El contraste se puede buscar con platos marinados con salsas ligeramente picantes y toques aromáticos o con quesos poco curados y cremosos. Se recomienda tomar entre 3°C y 6°C, servida idealmente en vaso en forma de tulipa, que permite disfrutar con más nitidez e intensidad de los aromas tostados.

Cervezas San Miguel lleva más de 130 años creando cervezas únicas y destaca dentro de la categoría 0,0, ya que fue la primera marca que lanzó la primera variedad 0,0 en España hace más de 20 años.



LOS VINOS SUIZOS Y SUS DENOMINACIONES DE ORIGEN

Por: Margarita Lozano

No son los vinos europeos más conocidos, sin embargo tienen detrás una historia milenaria que se traduce en elaboraciones elegantes y de calidad excepcional.

Los primeros rastros de viticultura en el país alpino datan del año 3.000 A.C. Sin embargo, como en el resto de Centroeuropa, fueron las legiones romanas quienes al atravesar los Alpes introdujeron la cultura del vino en Suiza. Durante la Edad Media las parcelas y viñedos suizos recobran una estructura organizada y se empezó a clasificar el vino de acuerdo a su cepa. Hasta el siglo XIX el vino Suizo se empezó a comercializar únicamente con el fin de cubrir las necesidades domésticas. A finales del siglo XIX la filoxera, el oídio y mildiu que habían arrasado brutalmente con la mayoría de los viñedos europeos, llegan a Suiza amenazando toda la producción de vino por lo que los helvéticos tuvieron que implementar medidas de prevención importantes que dieron sus frutos ya que el viñedo suizo se vio menos afectado que el de otros países. En 1991 se crean las Denominaciones de Origen con el objetivo de garantizar la calidad y la autenticidad de los vinos suizos.

REGIONES DE PRODUCCIÓN

1.- Ginebra

Ginebra es una de las regiones vinícolas más dinámicas de Suiza y fue el primer cantón en introducir leyes en la producción de los vinos de denominación de origen (AOC "Appellation d'Origine Contrôlée").

La región de Ginebra se divide en tres zonas; el Mandement, la más grande, la cual se sitúa en la orilla derecha del río Ródano y Satigny y Peissy en el centro.

Aunque la uva blanca dominante es la Chasselas, las bodegas y productores de vino han tenido mucho éxito con vinos de uvas clásicas como por ejemplo la uva Chardonnay.

Respecto a los vinos tintos, la uva Gamay tiene el primer lugar formando excelentes vinos bien estructurados. Sin embargo, el Pinot Noir gana cada vez más terreno al igual que las demás uvas tintas.

Ginebra es el tercer cantón que más produce vino en Suiza y posee la mayor densidad vitícola del país. Las colinas que rodean al occidente del lago Lemán favorecen una producción muy variada y cuentan con la tecnología vitícola más moderna del país, con un clima propicio y con terroirs favorables.

2.- Vaud

El cantón de Vaud se divide en cuatro regiones. La Côte que se extiende en toda la parte occidental de la cuenca del lago Lemán, después están Féchy y Mont-sur-Rolle en el centro de la misma. A los lados se encuentran las denominaciones Vinzel, Perroy y Aubonne. La región del Lavaux se sitúa entre Lausanne y Vevey-Montreux. Ella engloba el viñedo más famoso del cantón, el Dézaley. Sus terrazas cuelgan de laderas empinadas situadas entre las comunas de Epesses y St. Saphorin.

Los viñedos de Villeneuve, en la cuenca este de lago Lemán, forman parte de la región del Chablais la cual se extiende en el costado derecho del Ródano hasta Bex. En el norte del cantón de Vaud, en los bordes del lago de Neuchâtel existen las denominaciones Bonvillars, Côtes de l'Orbe y Vully.

Los viñedos del cantón de Vaud se sitúan como la segunda región vitícola más grande de Suiza. Ante todo se distingue por sus vinos blancos frescos y afrutados de la uva Chasselas la cual refleja una elegancia en múltiples aromas gracias a la diversidad de los suelos de la región. En cuanto a los vinos tintos, las uvas como el Gamay y Pinot Noir representan alrededor de un cuarto de la producción total del cantón.

El cantón de Vaud ofrece 26 denominaciones de origen y dos Grand Crus (Dézaley y Calamin).

3.- Neuchâtel y la región de los tres lagos

Dentro de la región de los tres lagos, el cantón de Neuchâtel es el cuarto cantón de mayor producción vitícola en Suiza. Los viñedos se extienden a lo largo del lago, con Vaumarcus en el sur, Pasando por Auvornier, hasta Neuchâtel y Cressier en el norte.

Los vinos del resto la región (la mayoría provenientes de las uvas Chasselas y Pinot Noir) provienen de los viñedos que rodean los lagos de Biemme (en el cantón de Berna), de Morat y Vully en la parte de los cantones de Friburgo y Vaud.

Solamente el Pinot Noir está autorizado como la única uva tinta en los cantones de Neuchâtel y Berna produciendo excelentes vinos tintos así como el famoso «Ceil-de-Perdrix» (ojo de perdiz), un vino rosado fino y afrutado creado originariamente en Neuchâtel.

4.- Valais

Con una superficie de 5136 hectáreas, 20.000 bodegas de vino y 700 maestros bodegueros, el cantón del Valais no solo es la región vitícola más grande de Suiza sino que también ofrece la mayor diversidad en vinos tanto tintos como blancos.

Los viñedos del Valais producen un tercio de toda la producción vitícola en Suiza siendo este cantón el de mayor producción de todo Suiza. Sobre más de 100 kilómetros, los viñedos se estiran a lo largo de las dos orillas del Ródano.

La orilla derecha es la más importante, con sus pendientes muy bien expuestas al sol. En la orilla izquierda del Ródano los pequeños viñedos de distribuyen desde el lago Lemán hasta Sierre, pasando por Martigny y Riddes. El viñedo de Visperterminen es uno de los viñedos con mayor altitud de Europa.

El clima favorable, seco y soleado al igual que la diversidad de sus suelos que varían de una parcela a otra, otorgan en el Valais una riqueza sorprendente de vinos singulares, hechos a base de una multitud de uvas. Empezando por los majestuosos y robustos vinos tintos, hechos a base de uvas autóctonas y de uvas nobles y finas como el Pinot Noir, uva principal del famoso vino de ensamble "Dôle". Seguido por la amplia gama de vinos blancos como el famoso Fendant, fino y ligero y un sin número de vinos blancos secos y complejos.

Las denominaciones más famosas y conocidas son el Fendant y la Dôle sin embargo las otras especialidades del Valais, hechas a base de uvas autóctonas vinificadas separadamente o en conjunto ganan cada vez más reconocimiento a nivel mundial.

5.- Suiza de habla alemana

Se entiende como Suiza de habla alemana el conjunto de 17 cantones en donde se practica la viticultura de la parte Suiza alemana en los cuales los viñedos se agrupan en tres regiones: La región occidental con Basilea y Argovia, la región central con Zürich, Schaffhausen y Thurgau y finalmente la región oriental con los cantones de Grisones (Graubünden) y St. Gallen.

Las uvas tintas predominan en la Suiza alemana. Un cuarto de los viñedos es plantado con Pinot Noir, llamado localmente Blauburgunder, el cual produce vinos con matices fuertes. La uva blanca que predomina es la Müller-Thurgau, llamada en Suiza Riesling X Sylvaner, la cual cubre el 25% de la superficie vitícola.

Dentro de las especialidades de la Suiza alemana destacan la Räschling, Gewürztraminer y Pinot Gris.

Los cantones situados en la Suiza de lengua alemana producen alrededor del 20 por ciento de toda la producción suiza.

6.- Ticino

Al sur de los Alpes, el cantón del Ticino, de lengua italiana, se beneficia de un clima soleado influenciado por el mediterráneo. La zona septentrional, la Sopraceneri, se extiende desde Bellinzona hasta el lago Mayor y sus viñedos penetran en los valles laterales y escalan algunas pendientes alpinas.

Las uvas tintas predominan en la Suiza alemana. Un cuarto de los viñedos es plantado con Pinot Noir, llamado localmente Blauburgunder, el cual produce vinos con matices fuertes. La uva blanca que predomina es la Müller-Thurgau, llamada en Suiza Riesling X Sylvaner, la cual cubre el 25% de la superficie vitícola.

Alrededor de 90 por ciento de los viñedos del Ticino son plantados con la uva Merlot. Cuando las condiciones han sido favorables y el vino es vinificado correctamente, el vino del Ticino a base de Merlot puede ser una auténtica competencia a los vinos de Burdeos. El Merlot Bianco es un vino blanco muy elegante que gana adeptos en todo el mundo. El Merlot Bianco está hecho a base de la misma uva Merlot pero con un proceso de vinificación diferente, y único, del cantón del Ticino.

El cantón del Ticino está dividido en dos regiones: Sopraceneri al norte en donde se encuentran viñedos plantados en pérgolas y Sottoceneri al sur. Los viñedos del Ticino se encuentran tradicionalmente dispersos en pequeñas parcelas sin embargo sus vendimias se realizan en común con el fin de adquirir el nivel de calidad esperado.

VARIEDADES DE UVAS SUIZAS

Suiza contiene una cantidad considerable de uvas de las cuales la más famosa y plantada es la Chasselas (Apodada Fendant en el cantón del Valais) la cual produce vinos blancos delicados y una diversidad prodigiosa. Dentro de las uvas comunes se encuentran también la Müller-Thurgau (llamada de manera local Riesling X Sylvaner y cultivada sobre todo en la Suiza oriental) y la Sylvaner (llamada también Johannisberg en el cantón del Valais). Las principales uvas tintas son la famosa Pinot Noir, la Gamay la uva Merlot, cepa insignia de Burdeos, la cual ha hecho del cantón del Ticino su segundo hogar.

Además, Suiza cuenta con más de 40 uvas autóctonas, un verdadero tesoro desconocido por el resto del mundo. Pero eso sería materia para otro artículo.

La viticultura Suiza se encuentra en una evolución permanente. En ciertos viñedos las uvas internacionales aumentan, en otros, las uvas híbridas como el Gamaret ganan terreno frente a las uvas tradicionales. Al mismo tiempo, ciertos productores de vino se dedican a explotar plenamente el potencial de sus uvas autóctonas



Y el mosto se convirtió... en Vinagre

Por: Margarita Lozano

Es habitual pensar que el “final natural” del zumo de uva, es decir, del mosto, es convertirse en vino. Pero solo lo es si hay intervención humana, ya que su ciclo vital termina cuando deviene vinagre.

Empecemos por el principio: la uva es vendimiada y llevada a la bodega donde se prensa para obtener el zumo al que llamamos mosto. Este pasa a los recipientes donde se dejará para que realice de forma natural la fermentación alcohólica. Aquí el mosto pasará el tiempo necesario para que los azúcares que contienen se conviertan en alcohol etílico por la acción de las levaduras. La *Saccharomyces cerevisiae* es la más utilizada, porque están “pegadas” a la piel de la uva y pasan al zumo al prensarlas. También se pueden añadir levaduras naturales cultivadas.

Ya tenemos vino (sea blanco, tinto o rosado) que ya podemos embotellar y comercializar como joven, o podemos someterlo a una crianza más o menos corta en barricas de roble si queremos obtener vinos más complejos y longevos.

Pero si los dejamos almacenados en depósitos hasta que llegue el momento, la condición *sinequanon* es que dichos depósitos sean completamente herméticos y que el vino no reciba oxígeno del exterior, ya que en caso contrario desencadenaremos otro proceso químico: la oxidación. Si lo hacemos voluntaria y controladamente, obtendremos vinos de crianza oxidativa, muy raros y apreciados mundialmente como pueden ser nuestros Amontillados u Olorosos, los Fondillones de Alicante, Oportos, Madeiras...

Pero si la oxigenación es involuntaria y accidental, lo que conseguiremos es que el vino siga su ciclo natural y termine convirtiéndose en el producto final de dicho ciclo vital: vinagre. El vinagre proviene de la actividad de las bacterias *Mycoderma aceti* que consiguen la transformación por fermentación del alcohol etílico en ácido acético o vinagre. En el proceso, que tradicionalmente se producía de forma espontánea, el vinagre aparecía cuando el vino se agriaba, picaba o se ponía malo, se forma una especie de velo sobre la superficie del vino.

Tras la elaboración del vinagre, viene otro proceso similar al del envejecimiento del vino, que es la curación, maduración y aromatización, un proceso que puede durar muchos años en determinados tipos.

Hacer un vinagre de gran calidad es un proceso laborioso que requiere inversión en I+D+I y mucho tiempo hasta sacarlo al mercado y que comience a dar réditos. Si se preguntan por qué en el supermercado encuentran vinagres de alto precio en botellas de cristal pequeñas y otros muchísimo más baratos en botellas de plástico de litro a un precio infinitamente inferior, les doy la explicación.

Clases de vinagres

Vinagres naturales

El vinagre se asocia normalmente al vinagre de vino, pero existen también vinagres de otros alcoholes, vinagres de frutas, de cereales y vinagres elaborados por fermentación de otros productos, procesos largos en la mayoría de los casos. Y por supuesto, artesanales.

Entre los vinagres más frecuentes, además de el de vino, los más conocidos son el vinagre de sidra, los vinagres de arroz o de otros cereales y los acetos de Módena o vinagres balsámicos que también proceden de vino.

Además de lo anterior, cabe señalar que los vinagres una vez elaborados se pueden aromatizar o condimentar con hierbas aromáticas, especias y bayas y otros ingredientes muy interesantes.

Vinagres industriales

Para obtener estos vinagres, se introduce vino blanco o tinto dentro de enormes centrifugadoras. Una vez llenas de vino en sus tres cuartas partes se cierran por la escotilla quedando la otra cuarta parte llena de aire y se hacen girar para que las moléculas del vino sean “atacadas” por el oxígeno y acelerar la acción de las *Acetobacter*. Esto puede durar horas o días, y tendremos vinagre con poca inversión y esfuerzo.

El vinagre en la cocina

No se sabe a ciencia cierta qué ocurrió, pero podemos suponer que algún espabilado se percatara hace miles de años de su poder conservante y empezara a utilizarlo como tal.

La primera referencia escrita sobre el vinagre la encontramos en el libro de cocina más antiguo conocido en la cultura occidental, 'De re coquinaria', escrito por el gastrónomo Apicio en el antiguo imperio romano. Tradicionalmente el vinagre procedía de la producción de vino que se picaba y, si recurrimos al latín, entenderemos a la perfección de donde proviene: 'vinum acre', es decir 'vino agrio'.

No obstante, no sería hasta 1864 cuando Louis Pasteur explicaría con detalle el proceso de elaboración del vinagre y cómo las bacterias realizan el proceso químico necesario para convertir el alcohol etílico en ácido acético. Este proceso pasó a conocerse como Método Pasteur o Método Orleans.

Posteriormente se dio a conocer un método más antiguo, más rápido y que dotaba al vinagre de mayor calidad, conocido como Método Schuetzenbach, en honor al químico alemán que lo descubrió en 1823.

Ante tal variedad de posibilidades, cabe que nos preguntemos qué vinagre es mejor para cocinar. Además de algunos usos específicos de determinados tipos de vinagres, -por ejemplo el uso de vinagre de arroz para hacer sushi o el vinagre de vino para aliñar las ensaladas-, los vinagres en general se pueden utilizar para la elaboración de adobos, escabeches y conservas, así como para la elaboración de salsas como la mostaza y otras salsas frías.

El vinagre también se utiliza en otras salsas elaboradas cociendo ingredientes mediante la reducción. Así este producto es necesario para las elaboraciones de marinadas, conservas, maceraciones, pickles, agridulces y encurtidos.

Por si fuera poco, también lo utilizamos para desglasar las fuentes de horno en las que hemos cocinado carnes, para hacer salsas tan habituales como las salsas holandesa y bearnesa y para preparar pescados marinados o escabechados. También para hacer otras recetas como los chutneys y en muchas otras preparaciones.

Cómo hacer un vinagre casero

Normalmente se puede hacer vinagre dejando fermentar algunos alimentos -frutas, cereales, etc- en una base de vino. También se puede partir de vino mezclado con vinagre, o utilizar el velo o vinagre madre para provocar el inicio del proceso.

Por ejemplo, podemos hacer un vinagre de frutas, cortando unos 300 gramos de estas y añadiendo 50 g de azúcar. Ponemos todo en un recipiente grande de vidrio y completamos con un vaso de vino y un litro de agua, dejando que fermenten. Para acelerar el proceso podemos agregar un vaso de vinagre de frutas o de vino, ya que así introducimos las bacterias *Mycoderma aceti* o añadiendo directamente esas bacterias acéticas necesarias que se pueden adquirir en tiendas especializadas.

Se mezclan bien los ingredientes para disolver bien el azúcar y se cubre el frasco para evitar que pueda entrar suciedad o polvo y el contacto con insectos y a la vez dejar que pueda entrar el oxígeno. El recipiente se deja en un lugar oscuro durante un mes. Después se agita y se deja otras 3 a 4 semanas, momento en el que las cáscaras y frutas estarán en el fondo del recipiente y se percibirá el olor característico del vinagre. En la parte superior del recipiente, veremos una especie de velo o nata de color gris blanquecino, que es la "madre", que podemos usar en el futuro para elaborar otros vinagres. Para terminar el vinagre, hay que decantarlo y clarificarlo.

Por si fuera poco, este producto tiene una serie de beneficios para la salud debido a su bajo contenido calórico y su poder antioxidante y antimicrobiano. Además, reduce el azúcar en sangre y mejora la salud cardíaca.

Para aquellos que hacen cada año su "vinito" en casa y un año sale bueno y otro malo, ya saben que nada es por accidente.



MARÍA DE LA O

Un nuevo referente granadino



El restaurante María de la O se encuentra en una de las zonas urbanísticas más bellas de Granada, los Paseos del Salón y de la Bomba, ambos junto al río Genil. Situado en la carretera 1 que sube a Sierra Nevada, es un precioso palacete del S XIX reformado para albergar distintos y diferenciados espacios interiores y exteriores: el Gastrobar, una zona de copas, el restaurante gastronómico y salas para eventos así como una magnífica terraza. Y junto al palacete un moderno edificio acristalado concebido para celebraciones particulares y de empresa.

La propuesta gastronómica de María de la O se inspira en los productos andaluces en general y de Granada en particular, basada siempre en productos de temporada, una carta variada, sabrosa, original y divertida, en la que el chef Chechu González da rienda suelta a su creatividad y saber hacer. Él es el alma mater de dicha propuesta, desde que abrió, en febrero de 2023 hará 5 años, y la evolución ha sido muy positiva. Están muy reconocidos por los granadinos y buscan posicionarse también a nivel nacional. Un camino que ya han empezado a recorrer con éxito ya que tanto en la Guía Michelin como en la Guía Repsol María de la O es un restaurante recomendado.

Para entender cómo se construye dicha propuesta gastronómica hay que conocer un poco la trayectoria de Chechu, que de músico profesional, de la batería musical a la batería de cocina, a los fogones, y por ello hemos hablado con él y hemos conocido su historia.

Efectivamente, nos cuenta: "mis hermanos tenían un grupo de música, EspecieSub, en el que el batería era un tal Ángel Lozano, que te sonará (aclaración para los lectores: se trata de mi hermano). Él se fue tras grabar el primer disco, se fue y entré yo en su lugar. Y sacamos un segundo disco, me encantaba tocar y tuvimos bastante éxito incluso a nivel nacional".

Le preguntamos cómo fue ese paso: "Con 20 años, decidí entrar en la Escuela de Hostelería, la Hurtado de Mendoza, aquí en Granada. Fue gracias a mi madre, que conocía a una profesora de ahí, vecina nuestra, y me convencieron. Al principio compaginaba la música y el trabajo en hostelería, pero la hostelería no te permite hacer otras cosas, tienes que dejar aficiones, y yo tuve que dejar la música, también



jugaba al futbol y también lo dejé. Además, fue otro músico de aquí, Antonio Arias del grupo Lagartija Nick, quién también me animó, me dijo: «te recomiendo que dejes la música, que eso no te va a dar de comer». Así que dejé la música y me dediqué por completo a la cocina, me encantó desde el primer momento, fue una pasión».

Sus raíces son la cocina familiar, como él mismo dice, le ocurre a la mayoría de los cocineros. "Hemos visto a nuestras madres y abuelas cocinar, y a mí la cocina de mi madre me marcó mucho, yo soy el pequeño de nueve hermanos, ella cocinaba todo el día. De ahí que en mi cocina los protagonistas son los caldos, los fondos y las salsas".

Después hizo el Máster de Técnica, Producto y Creatividad en el Basque Culinary Center de San Sebastián. "Después de llevar 15 años de cocinero profesional, vi que me estaba estancando, no estaba cómodo con lo que estaba haciendo, yo soy una persona ambiciosa, me gusta mucho aprender, el Máster me vino muy bien. Fue un cambio en mi carrera. Me abrieron la mente, vi que lo que hacía anteriormente no estaba tan bien hecho como yo creía, fue como cuando te dan una bofetada y te dicen ¡¡¡espabila!!!. Te abren la mente, y además viviendo un año en San Sebastián, la gastronomía siempre está presente, en todos sitios se habla de cocina, en un bar, en un despacho... donde sea, siempre se habla de cocina. Esta experiencia cambió mi forma de ver la cocina".

Cuando dice que sus platos giran en torno, a las salsas, los fondos, los caldos... nos explica: "Yo voy a crear un nuevo plato y lo primero que hago es la salsa y luego busco lo que puede girar en torno a ella. No pienso, por ejemplo, en un rape y luego en qué le pongo, sino al revés".

Los escabeches son los platos estrella de su carta. Recordemos que González fue finalista en Madrid Fusión en 2001, el tercero a nivel nacional. Confiesa que, en parte, es también "una defensa de lo nuestro, porque es una preparación que engancha con nuestras raíces, con nuestros antepasados árabes y no se debe perder. En vez de hacer, por ejemplo, ceviches, hagamos escabeches", concluye.

Por ello, tienen siempre cuatro o cinco escabeches en su carta, por ejemplo, en este momento, uno de lubina curada en salmuera con un escabeche de aceituna gordal; uno de maíz con aguacate y encurtidos; por supuesto, el que llevaron a Madrid Fusión, de caballa marinada con escabeche de zanahoria y una emulsión de cúrcuma (las especias y las hierbas aromáticas son también una señal de identidad de su cocina); otro de tomate con huevas de merluza, que ahora al terminar la temporada de tomates va a dejar de hacerse. Ahora está trabajando en un nuevo escabeche de calabaza con erizos, productos cuya temporada está en plenitud. Por todo ello, la gente va mucho buscando los escabeches. Y Chechu está muy demandado para impartir talleres y máster class sobre el tema.

Le preguntamos cuál es su sueño profesional como cocinero y en su respuesta hallamos la clave de su éxito: "Mi sueño es seguir, hasta que me jubile, siendo feliz con lo que hago y haciendo feliz a la gente. A todo lo que me he dedicado ha sido haciendo feliz a la gente, cuando era músico, cuando trabajé con DJ, y cocinando igual".

En su opinión (con la que coincido), la restauración granadina ha crecido en los últimos 7-8 años, "antes solo estaban los restaurantes clásicos. Ahora hay cocineros nuevos que están haciendo cosas diferentes".

Le auguramos muchos éxitos futuros ya que con su ilusión y ganas, a sus 44 años, tiene un largo recorrido por delante.



RECONOCIMIENTO DEL COLEGIO DE ENÓLOGOS DE CASTILLA – LA MANCHA A SIETE PERSONAS DEL VINO

El Colegio de Enología de Castilla –La Mancha celebró el "Día del Enólogo" el pasado 25 de noviembre, coincidiendo con la festividad de San Andrés, patrón de su profesión, el 30 de noviembre, con el objetivo de poner en valor la profesión del enólogo, por ser un pilar fundamental dentro de la bodega y, por tanto, en el sector vitivinícola de la región.

En el marco de esta celebración entregó siete reconocimientos a personas que contribuyen a poner en valor la cultura del vino.

Estos fueron los premiados:

- Amiga del vino: María Dolores Ballester
- Periodista del vino: Pedro Pintado Villegas
- Una vida dedicada a la enología: Francisco Javier Agenjo
- Comercialización y Difusión de la Cultura del Vino: Carlos David Bonilla Merchante
- Enólogos del año: Bienvenido Muñoz Pollo y Juan Nieto Martín
- Formación e investigación en enología: Francisco Jesús García Navarro



PIERRE CASTEL

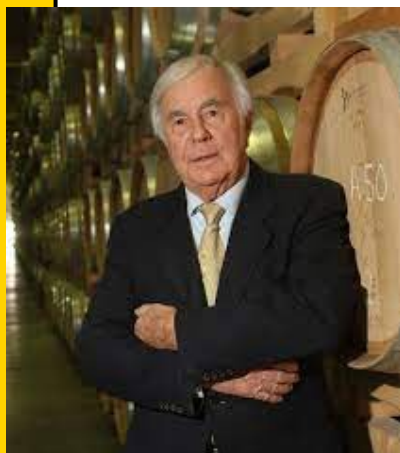
Condenado por evasión de impuestos

La autoridad fiscal suiza exige 410 millones de francos suizos al patriarca del vino francés Pierre Castel. Se dice que el fundador del imperio vinícola francés de Castel, evadió impuestos durante años. Castel, de 96 años, se había establecido en Suiza y había vivido allí bajo su segundo nombre, Jesús. Al principio, las autoridades fiscales suizas no se dieron cuenta de que era el propietario de la tercera empresa vinícola más grande del mundo. Ahora Suiza le exige pagos adicionales de 410 millones de francos suizos (424 millones de euros). Así lo informa el portal francés de vinos vitsphere.com.

Pierre Castel emigró a Suiza en 1981, cuando el socialista François Mitterrand fue elegido presidente. De 1990 a 2012, fue registrado allí como Jesus Castel. No fue hasta 2017 que

las autoridades se dieron cuenta de que se trataba de Pierre Castel. El 5 de julio de 2022, Pierre Castel fue condenado por la Cámara de Administración del Tribunal de Ginebra por "omitir informar a la administración fiscal de que estaba al frente del Grupo Castel y que recibió dividendos considerables a través de una fundación en Liechtenstein". La sentencia se refiere a los años 2007 a 2009, el período anterior está prescrito. Pierre Castel negó en el procedimiento haber tenido un papel operativo dentro del grupo de vinos y señaló que faltaban los documentos correspondientes que pudieran demostrarlo. Afirmó que, en principio, los acuerdos se hacían en la empresa con un apretón de manos y no se registraban por escrito. Las autoridades suizas, a su vez, vieron la falta de documentos como prueba de que había seguido controlando la empresa. Pierre Castel apeló parcialmente la sentencia.

El Grupo Castel incluye las bodegas Baron de Lestac en Burdeos, Krieter en Borgoña, Roche Mazet en Languedoc y Listel en Camargue. Además, están las tiendas de vinos Barton & Guestier, Barrière Frères, Patriarche y la bodega y cadena de comercio Nicolas, y también los sitios web Savour y Vinatis.



JOSÉ GARCÍA-CARRIÓN JORDÁN

Directivo del año 2022

Muchos son los premios y reconocimientos que continuamente reciben los productos que elabora la empresa jumillana, J. García Carrión. Ahora le ha correspondido a su presidente José García-Carrión Jordán, que ha sido nombrado directivo del año 2022 por la Asociación Empresarial de Marcas de Restauración. El reconocimiento premia los diversos logros que ha alcanzado al frente de la primera bodega de Europa y cuarta del mundo y pone en valor su trayectoria profesional, que lo reafirma como un referente en el sector vitivinícola internacional.

La citada asociación ha otorgado la mención de honor al presidente de la empresa familiar en el marco de los Premios de la Restauración de Marca, que ponen en valor las buenas prácticas del sector de la restauración organizada y el esfuerzo de aquellas personas, instituciones o empresas que apoyan al mismo.

García-Carrión trabaja de la mano del sector de la hostelería, con quienes mantiene una relación muy estrecha para poder dar respuesta ágil a sus demandas y necesidades. De hecho, durante los meses más duros de la pandemia, la empresa se mantuvo muy cerca de sus clientes del canal horeca, para respaldar y ayudarles en lo que fuese necesario. «Me emociona mucho recibir este reconocimiento de la mano de mis compañeros hosteleros, con quienes trabajamos mano a mano, día a día, para elevar la gastronomía y los vinos españoles, únicos en el mundo por su excelente calidad», declaró el premiado.



PREMIOS NACIONALES DE GASTRONOMÍA 2022

La entrega de la 47 edición de los Premios Nacionales de Gastronomía se celebró el pasado 16 de noviembre en el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía.

El acto, presentado por el periodista y gastrónomo Pepe Ribagorda, fue presidido por el Ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, y la Ministra de Ciencia e Innovación, Diana Morant. Además, contó con la presencia de Carlos Marco Estellés, subsecretario de Ciencia e Innovación, Eugenia Carballido, presidenta de la Asamblea de Madrid, José Miguel Herrero, director general de la Industria Alimentaria y José Luis Yzuel, Presidente de Hostelería España.

La Presidenta de la Real Academia de Gastronomía, Lourdes Plana Bellido, declaró: "Todos los que nos reunimos hoy aquí somos grandes afortunados ya que estamos relacionados con uno de los sectores más gratificantes de nuestra sociedad: la gastronomía, que no es solo cocina, es también cultura, agricultura y pesca, industria alimentaria, ciencia e investigación, salud, turismo y bienestar".

Diana Morant destacó que "el sector es ejemplo de superación y constancia, de contribución a la cultura gastronómica de nuestro país", anunciando un incremento del 35% del presupuesto destinado a la Real Academia de Gastronomía para 2023 ya que su trabajo resulta "vital para preservar el legado y potenciar la relación entre alimentos, los seres humanos y el entorno en que se desarrollan".

Luis Planas reconoció los Premios como la "máxima distinción en el sector gastronómico de España", destacando el alto nivel gastronómico que tenemos y como la gastronomía y la alimentación se han convertido en "nuestros grandes activos en la creación de la imagen de España y de nuestra reputación en el exterior".

Jesús Sánchez recibió el Premio Nacional de Gastronomía al Mejor Jefe de Cocina 2022 de manos de la Ministra de Ciencia e innovación, recordando muy emocionado este cocinero triestrellado cómo empezó sirviendo menús por 6 pesetas.

Abraham García, Premio Nacional de Gastronomía Toda una Vida, reconoció su "profunda admiración por la cocina de madres, abuelas y de terruño".

Siguiendo la línea marcada por el alma mater de Viridiana, se oyó un canto al medio rural y a esas "casas de comidas que llevan más de 25 años abriendo sus puertas para que podamos comer por 15-20 euros". Lo entonó Javier Pérez Andrés, Premio Nacional de Gastronomía a la Comunicación Gastronómica 2022.

La reputada arabista Manuela Marín, Premio Nacional de Gastronomía a la Investigación e Innovación gastronómica, agradeció el galardón también en nombre "de todas las personas que se dedican a los estudios árabes en este país".

Cristina Díaz, Premio Nacional de Gastronomía a la Mejor Sumiller 2022, prometió seguir contando historias a través de los vinos en su restaurante Maralba (Almansa) en unas palabras llenas de entusiasmo.

Una emocionadísima Cristina Prados, Premio Nacional de Gastronomía a la Mejor Directora de Sala 2022, tuvo un recuerdo para sus compañeros de profesión, reconociendo que su pasión por su oficio le ha quitado "mucho de tiempo de calidad" con su familia y seres queridos.

María Maceiras recibió el Premio Talento Joven Alimentos de España, de nueva creación, fruto de la colaboración de la Real Academia de Gastronomía con el Ministerio de Agricultura, Pesca e Innovación. La Marinera, de 22 años, recogió el galardón entregado por Luis Planas por su compromiso con el mar y su gran labor divulgativa, expresando el deseo de que "muchos jóvenes hagan como nosotros".

Esta 47 edición reunió a cocineros, sumilleres, jefes de sala, productores, prensa especializada, miembros de la Real Academia de Gastronomía y su Asociación de Amigos y representantes de las Academias Autonómicas de Gastronomía, que acompañaron a los premiados en este gran día.

Mahou-San Miguel, Alimentos de España y El Corte Inglés siguen con su apoyo a la gastronomía y a la celebración de estos Premios.

Grupo Codorniu Raventós colaboró con una selección de sus cavas y vinos, Arturo Sánchez con su sensacional jamón, Cava de Quesos con una increíble mesa de quesos nacionales, las conservas de Frinsa y los vermouths de Bodegas Lustau, todos ellos proveedores oficiales de los Premios Nacionales de Gastronomía 2022.



MIGUEL TORRES**Condecorado con la Gran Cruz de la Orden Civil del Mérito Alimentario**

Miguel A. Torres, presidente de Familia Torres, ha sido distinguido con la Gran Cruz de la Orden Civil del Mérito Alimentario por su contribución al desarrollo del sector vitivinícola español. El ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, le ha impuesto dicha condecoración en un acto celebrado el pasado 17 de noviembre, en la sede de ministerio en Madrid, presentándolo como "un pionero en materia de medio ambiente, trabajando con respeto por la tierra y la tradición, a la vez que con una apuesta por la innovación a través de una continua búsqueda de la excelencia y compromiso ambiental".

En su discurso de agradecimiento, Miguel A. Torres, quien asistió acompañado de su esposa Waltraud Maczassek, ha recalcado cómo la tradición familiar ha pasado de padres a hijos hasta la quinta generación actual –sus hijos Miguel y Mireia están hoy al frente de la bodega–, y ha alertado de la gravedad del calentamiento global, que está causando estragos en los viñedos, y de la necesidad de que se concedan ayudas a la viticultura para tomar medidas para adaptar los viñedos a las consecuencias climáticas. También ha agradecido particularmente a su esposa por la labor de tantos años de decisión familiar, que le permitió a él centrarse en el desarrollo de la empresa.

Enólogo y miembro de la cuarta generación de Familia Torres, Miguel A. Torres se incorporó al negocio familiar en 1962. Contribuyó a modernizar el sector del vino español con la introducción de técnicas vinícolas como la fermentación en frío, el cultivo de variedades internacionales y la elaboración de grandes vinos como Mas La Plana –cuya primera añada del 1970 venció en las Olimpiadas del Vino de París–, Milmanda o Grans Muralles. En 1979, puso en marcha una bodega en Chile y, a principios de los años 80, inició la recuperación de variedades ancestrales catalanas, un proyecto que hoy están impulsando con fuerza sus hijos. En 1991, asumió la presidencia de la empresa tras el fallecimiento de su padre.

Su compromiso con la ecología y su preocupación por el cambio climático le llevaron a crear, en 2008, el programa ambiental Torres & Earth para reducir las emisiones de CO2 y adaptarse al nuevo escenario climático, a lo que destina anualmente el 11% de los beneficios. En 2021, la bodega redujo un 35% su huella de carbono y para 2030 tiene el objetivo de reducir el 60% de sus emisiones y alcanzar las emisiones cero netas antes de 2040. En 2019 fundó, junto con la bodega californiana Jackson Family Wines, la asociación International Wineries for Climate Action para liderar la descarbonización del sector a nivel global.

Es autor de varios Libros sobre viticultura, entre ellos 'Viñas y vinos', editado en 1977, y 'Vino español: un incierto futuro', publicado un año más tarde. Entre los reconocimientos que ha recibido a lo largo de los años, destacan el que le concedió el gobierno de chileno en 1996, la Orden "Bernardo O'Higgins" por su contribución al desarrollo vitivinícola de Chile o Man of the Year otorgado por la prestigiosa revista Decanter en 2002. Familia Torres fue distinguida en 2013 con la Placa de Oro de la Orden Civil del Mérito Agrario, Pesquero y Alimentario por su carácter innovador y proyección internacional. En esa ocasión, Miguel A. Torres recogió la distinción de manos del entonces ministro de Agricultura Miguel Arias Cañete.

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación impone las condecoraciones de la Orden Civil del Mérito Agrario, Pesquero y Alimentario en agradecimiento a las importantes contribuciones de personas y entidades a los sectores agrario, pesquero y alimentario, y como una manera de proyectar a toda la sociedad la importancia de esos valores en la construcción del bien común y del progreso.



Los vinos del Marco de Jerez ya se pueden criar también en Sevilla



La Consejería de Agricultura de la Junta de Andalucía ha ampliado la Zona de Crianza de la Denominación de Origen Jerez-Xéres-Sherry a Lebrija, Trebujena, Chipiona, Rota, Chiclana y Puerto Real.

Hasta ahora, un buen vino del Marco de Jerez solo podía haber envejecido en el llamado triángulo del Jerez: Jerez de la Frontera, El Puerto de Santa María o Sanlúcar de Barrameda. El triángulo estaba bastante cerrado. La uva de la que procedían esos vinos había crecido, sin embargo, en un marco muchísimo más amplio, desde Lebrija, en la provincia de Sevilla, hasta Puerto Real, junto a la Tacita de Plata, pasando por Trebujena, Chipiona, Rota o incluso Chiclana. Pero el triángulo ha sido siempre el triángulo. A finales de octubre

se ha puesto fin a esa consideración con la publicación en BOJA de una orden de la Consejería de Agricultura de la Junta de Andalucía que no solo hace realidad los cambios normativos de las denominaciones de origen de estos vinos, sino la reivindicación histórica de tantos productores como llevan siglos señalando que sus vinos son tan jerezanos como los de Jerez. Desde ahora, una bodega de Lebrija como la de González Palacios, de Chipiona o de Chiclana podrá completar la totalidad del proceso de crianza y sus vinos quedarán acogidos a la Denominación de Origen con todas las de la ley.

En Trebujena, su alcalde, Ramón Galán, felicitó a los viticultores del pueblo, así como a las cooperativas locales (Virgen de Palomares y Albarizas) por el buen fin de una reivindicación "histórica". "Nos alegramos de que por fin Trebujena sea considerada zona de crianza de Jerez-Xéres-Sherry, una denominación que por calidad y características no tenía sentido que no tuvieran los vinos trebujeneros", dijo el primer edil.

Vinos de Granada, Privilegio Real. Date un gustazo y ¡pruébalos!!

DENOMINACIÓN
DE ORIGEN
PROTEGIDA



GRANADA

+20
Bodegas en DOP Granada

300
Hectáreas de viñedos

500.000
Botellas de vino al año

Vinos con elevado porcentaje
de polifenoles



Los viñedos de DOP Granada cuentan con el mayor número de horas de sol al año de España, y son de los más meridionales y a mayor altitud de toda Europa

EL SECTOR DEL VINO: TODOS A UNA

Las organizaciones interprofesionales del vino de España y Portugal han presentado una campaña conjunta, financiada con más de dos millones de euros de los fondos europeos, que busca poner en valor la calidad y la tradición vitivinícola de los dos países en el resto de Europa. La campaña contempla un programa de acciones, que se desarrollarán en España y Portugal hasta 2024, dirigidas a los turistas europeos y a los profesionales del sector del vino de varios mercados clave (importadores y sumilleres), medios de comunicación y líderes de opinión.

La iniciativa, denominada 'Feel the european quality with wines from Spain and Portugal' ("Siente la calidad europea con los vinos de España y Portugal") se presentó el pasado 29 de septiembre y contó con la participación del presidente de la Orga-

nización Inter-Vino de España Villafranca, y del Asociación In-

la Industria del (ViniPortugal), Las imágenes hacen referencia a la música, el paisaje, acontecimientos y en todos esos vino, se convierte los eleva y en experiencias asegura el equilibrio. Tactic, creado quien añade que nos movemos de equilibrio en lo compartido, lo que pertenece intersección de tienen la misma el vino como universo que rodea la Península Ibérica imposible de representar en su totalidad... por representarlo de forma simbólica. A través simbolizan a los que representan particular".

La directora Susana García

hoja de ruta de esta iniciativa. Así, los materiales de la campaña se centran en la idea de que cuando el visitante prueba un vino de España o Portugal siente también la tierra, la dedicación y la larga tradición que hay detrás de cada uno de estos países. La campaña también atenderá a la relevancia que el sector vitivinícola tiene en ambos países en la sostenibilidad económica, social y medioambiental de sus municipios, y en cómo contribuye a impulsar la economía europea mediante actividades como el transporte, la logística, la comercialización o las ventas.

Por otra parte, el vino español ha trazado su hoja de ruta para generar 1.200 millones más en 2027, y es que el precio medio por litro de los vinos españoles es de los más bajos entre los grandes exportadores. Esto supondría un aumento del 40 % respecto a la cifra actual y conseguir una cuota en el mercado mundial en valor del 10,2 %. Así se extrae de las conclusiones de la Estrategia del Sector Vitivinícola 2022-2027 que presentó el miércoles día 28 de septiembre la Interprofesional del Vino de España (OIVE). El objetivo es que España, que es líder exportador mundial en volumen de vino (con el 25% del total) sea capaz de crecer en valor y recuperar el terreno que ha perdido en este ámbito desde 2013, cuando tenía una cuota mundial en valor del 10,1 % frente al 8,3 % de 2021.

profesional del (OIVE), Ángel presidente de la interprofesional de Vino Portugués Frederico Falcão. nes de la campaña al arte, la saje, las fiestas, tos deportivos... momentos el te en catalizador los convierten inolvidables", po de la agencia ra de la misma, "en esta campaña en este espacio tre lo propio y ce a ambos, una dos países que ma la pasión por eje central. El dea al vino en la rica es infinito e flejar en toda su eso decidimos de forma sim- de iconos que dos países y los a cada país en

general de OIVE, Dolla, presentó la



La estrategia presentada señala que hay una "gran oportunidad para crecer en valor" dado este aumento internacional y que los precios medios por litro (en casi todas las categorías) de los vinos españoles son los más bajos entre los grandes países exportadores analizados. Además, el plan aspira a revalorizar un 3 % anual el consumo interno, alcanzando los 12,6 millones de hectolitros en 2027.

Además, se persigue el crecimiento del enoturismo hasta alcanzar 5,7 millones de enoturistas en 2027 y la estabilización de la superficie productiva en torno a las 950.000 hectáreas, objetivos que permitirán el refuerzo económico de territorios en riesgo de despoblamiento, según el documento presentado.

Para la consecución de estos objetivos, la estrategia ha definido cinco ejes que se articularán en varias iniciativas y acciones, todas sustentadas en potenciar las cualidades únicas y diferenciadoras del vino español: calidad, diversidad, historia, tradición, sostenibilidad y modernidad.

"Todos los planes estratégicos de entrada tienen que ser ambiciosos. Nuestro objetivo es incrementar el valor del vino español porque entendemos que es la mejor forma de sostenibilidad que podemos trasladar al sector", declaró a Efeagro el presidente de la OIVE, Ángel Villafranca, tras la presentación del plan.

El ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, fue el encargado de clausurar el acto de lanzamiento de esta estrategia, que tuvo lugar en la sede de la cartera que dirige, y ha dicho que se trata de "un estudio muy interesante y completo" y "una iniciativa oportuna y positiva". "Hay una distancia en valor (con los competidores) que tratamos de intentar cubrir y si tenemos muy clara la orientación y el plan de trabajo hay que trabajar sobre ello: calidad, sostenibilidad, imagen de marca y aprovechar las grandes ventajas que nos da ser un país que es una potencia turística", concluyó Planas.

También la Interprofesional del Vino de España (OIVE) y la Conferencia Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas (CECRV) han renovado la semana pasada su convenio de colaboración hasta 2024, con el objetivo de seguir cooperando en acciones, actividades e iniciativas que redunden en beneficio del conjunto del sector vitivinícola español. El presidente de la Interprofesional, Ángel Villafranca, explicó que esta renovación implica continuar aunando esfuerzos y visiones para, entre otras cuestiones, "recuperar el consumo de vino en España, uno de los objetivos principales de OIVE, compartido también por CECRV".

Villafranca recalcó que contar con las denominaciones de origen en la defensa del sector "es imprescindible". "Son nuestro buque insignia y la mayor prueba de la gran riqueza de nuestro país".

Por su parte, el presidente de CECRV, David Palacios, reconoció que es "vital que las organizaciones representativas del sector trabajen de forma conjunta para visibilizar ante la sociedad y ante las instituciones y los poderes públicos la importancia y la transversalidad del vino español y difundir la calidad y la diversidad del producto". "La renovación de este acuerdo supone un paso más hacia este objetivo común", ha insistido.

CERTIFICADO SUSTAINABLE WINERIES FOR CLIMATE PROTECTION

Desde que en el año 2016 se certificó la primera bodega con el sello Wineries for Climate Protection, impulsado por la FEV, son ya 50 las bodegas españolas que han dado un paso al frente en su compromiso con la sostenibilidad, superando la auditoría externa que evalúa su desempeño medioambiental en cuatro ámbitos:

- Reducción de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI)
- Gestión del agua
- Reducción de residuos
- Eficiencia energética
- Uso de energías renovables.

Pero en este tiempo, también se han producido muchos cambios en la sociedad y eso nos obliga a evolucionar. Tanto el propio sector, como la distribución, la Administración y los propios consumidores han ido avanzando en sus exigencias y demandas de sostenibilidad, que van hoy mucho más allá de criterios únicamente medioambientales. Este es el punto de partida para el nacimiento de 'Sustainable Wineries for Climate Protection', la ampliación del sello de sostenibilidad desarrollada con la colaboración técnica de AENOR para adaptarse a los estándares más exigentes y alinearse aún más con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

'SUSTAINABLE Wineries for Climate Protection' busca reflejar el compromiso de las bodegas con la sostenibilidad, entendiendo ésta en su sentido global, y por ello se incluyen, además de la ya existente dimensión medioambiental, las dimensiones social, económica y de gobernanza. Además, dentro de la dimensión medioambiental se incluye un nuevo ámbito referido a la biodiversidad.



SUBE LA CESTA DE LA COMPRA, ¿TAMBIÉN EL FRAUDE ALIMENTARIO?

Según los datos de EIT Food, organización alimentaria no gubernamental que cuenta con el apoyo de la Unión Europea, España es el país comunitario con más fraude alimentario en sus productos de origen. SICPA, multinacional suiza de seguridad física y digital, trabaja desde hace años para combatir el fraude alimentario con satisfactorias soluciones que ya han sido implantadas, por ejemplo, en la industria del vino y en productos con denominación de origen como el queso o el aceite de oliva

El fraude alimentario es una preocupación que cada vez afecta más a consumidores, gobiernos y productores y que implica a toda la cadena de distribución. Toda noticia de fraude alimentario implica siempre alarma, lo que causa un gran daño a las empresas legítimas que suministran y producen alimentos con las debidas medidas y precauciones de higiene y sanidad. Se calcula que la industria agroalimentaria pierde cada millones de euros debido estima que la produc-

de aumentarse en un 9.300 millones de perso- desafío para la industria. Pero los números preocupación tiene su Según los datos de EIT mentaria no guberna- el apoyo de la Unión Eu- comunitario con más sus productos de origen, de Italia y Países Bajos. la Oficina de Propiedad

Europea, al rastrear el fraude del mercado del vino y las bebidas alcohólicas en España en 2019, detectó 438 millones de euros estafados. Por su parte, observando el mercado del aceite, en Europa las pérdidas relacionadas con estos fraudes se estiman en 1.500 millones de euros, en un mercado de 3.000 millones de euros.

Esta situación tan perjudicial para el mercado y para los consumidores se debe a que las mafias se han apoderado de una gran parte del mercado, multiplicando el fraude y la falsificación, hasta el punto de convertirlo en un negocio ilícito aún más rentable que el de los estupefacientes. Para ello, estos falsificadores siguen varios métodos de funcionamiento, como la sustitución del producto original por otros parecidos de menor calidad, el etiquetado erróneo, el anuncio de falsos orígenes geográficos, pero también su mezcla con otras sustancias, en ocasiones, hasta perjudiciales para la salud.

Además, la escalada de precios de productos básicos en los últimos meses es un escenario perfecto para que mafias y mercados ilícitos en general aprovechen la coyuntura para introducir en los mercados estos productos adulterados o de procedencia dudosa que ponen en riesgo la credibilidad de las empresas y, sobre todo, a los propios consumidores.

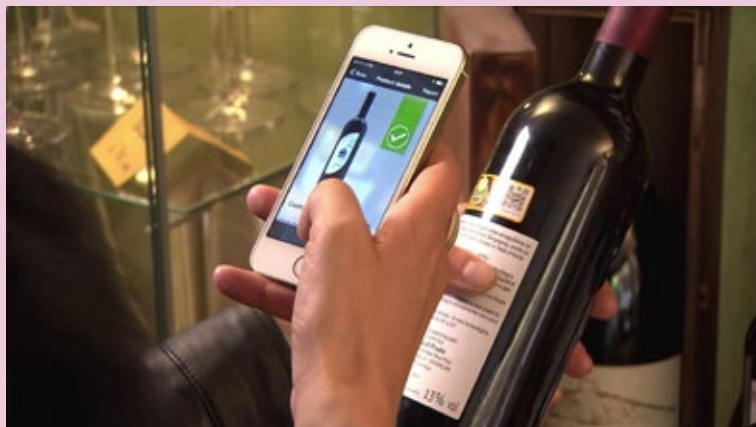
SICPA, multinacional suiza con gran implantación en España, cuenta con soluciones de seguridad material y digital para luchar contra esta lacra en la economía actual, y trabaja desde hace años para combatir el fraude alimentario y, lo que es más importante, dar legitimidad a los productos originales, con satisfactorias soluciones que ya han sido implantadas, por ejemplo, en la industria del vino, conservas, aceites, licores, productos de denominaciones de origen con el queso o el azafrán de La Mancha, etc.

En este sentido, la marcación segura de estos productos se efectúa mediante etiquetado o marcación directa en estos productos envasados utilizando tintas de alta seguridad, en algunos casos invisibles al ojo humano, que proporcionan una robusta medida de seguridad adicional. A esta securización inicial le sigue la trazabilidad y serialización del producto, es decir, enlazar el producto no solo a una prueba de autenticidad sino también a un número de serie o código que hace que este producto sea más específico o incluso único (se le asigna un "DNI"). Ejemplos típicos son los códigos QR. Cuando tales códigos se aplican para un lote de producción o para un envío facilitan el seguimiento a lo largo de la cadena de suministro o proporcionan al cliente final esa información.

El más alto nivel de seguridad se alcanza cuando el código en sí mismo se combina con la seguridad material. En SICPA han dado un paso más con el desarrollo de unos QR con capas de seguridad material (textura, tintas...) y digital (que solo se pueden validar con los programas informáticos correspondientes) que imposibilitan su falsificación, copia o reproducción.

Las soluciones de seguridad alimentaria de SICPA están implementadas en la industria del vino, con sistemas antifraude en las cápsulas que rodean el precinto de los corchos de las botellas, y con QR con tintas de seguridad que permiten una perfecta trazabilidad del sistema a lo largo de toda la cadena de distribución. Estos códigos QR están igualmente presentes en las botellas de aceite de oliva virgen u otras bebidas espirituosas también con DO, así como en precintos de garantía de muchos productos alimenticios, pero es importante que cada industria específica se estudie previamente, para así aplicar las mejores medidas de seguridad, tanto material como digital.

En definitiva, SICPA ofrece una estrategia antifraude de 360 grados que resuelve los tres principales problemas de seguridad de la industria alimentaria: la falsificación de productos, su adulteración y las fisuras en la cadena de suministro.



año entre 30 a 40 mil al fraude. Para 2050, se ción de alimentos deberá 60% para alimentar a las nas del mundo. Todo un

no solo refrendan que la base en las estadísticas. Food, organización ali- mental que cuenta con ropea, España es el país fraude alimentario en seguido en el pódium En este sentido, EUIPO, Intelectual de la Unión

REUNIÓN DE LAS INTERPROFESIONALES DEL VINO DE ESPAÑA, FRANCIA E ITALIA

Los días 13 y 14 del pasado mes de septiembre, la ciudad italiana de Conegliano se convirtió en la capital europea del vino al acoger la reunión del Grupo de Contacto de las asociaciones nacionales del sector vitivinícola de España, Francia e Italia. Este foro constituye un marco para el diálogo entre las organizaciones representativas del sector de los tres países para alcanzar posiciones comunes sobre los principales temas de interés para el sector vitivinícola.

Durante el encuentro las asociaciones debatieron sobre la situación del mercado en un momento de especial incertidumbre mundial. En la mesa se puso de manifiesto en primer lugar los diferentes escenarios a los que desde 2019 los tres países han tenido que hacer frente como las medidas de represalia estadounidenses sobre los vinos europeos en el conflicto Boeing-Airbus, la pandemia con el consiguiente cierre del sector hostelero, las dificultades para encontrar mercados en el periodo post-pandémico.

A ello se suma, por un lado, el aumento de los costes de producción, la inflación y la escasez y encarecimiento de materias auxiliares agravado por los efectos de la injustificada agresión de Rusia a Ucrania, y, por otro, el impacto cada vez más evidente del Cambio Climático en las producciones. Por todo ello, las organizaciones advierten sobre el peligro de la sostenibilidad económica y social del sector vitivinícola y piden apoyo en dos puntos:

- Compensación por el aumento del coste de la energía;
- Medidas excepcionales de apoyo y flexibilidad similares a las introducidas para hacer frente a las complejidades causadas por la pandemia de Covid-19.

Las organizaciones de los tres países también expresaron su gran preocupación por la nueva ola de "prohibicionismo". Los próximos meses serán cruciales, ya que la Comisión Europea está trabajando en iniciativas legislativas que afectan al sector del vino y, en concreto, en la revisión del Reglamento de etiquetado. Por ello, las delegaciones pidieron en la reunión que se siga prestando atención a la lucha contra el consumo abusivo de alcohol, respetando la voluntad expresada por el Parlamento Europeo en su informe BECA, y se evite aprobar normas desproporcionadas, como la propuesta de reglamento de ley irlandesa de etiquetado, que constituye una amenaza contra el sector vitivinícola y todo lo que éste representa en Europa como las tradiciones, el modo de vida europeo o la cultura gastronómica, de la que el vino forma parte indisoluble.

En concreto, las asociaciones reunidas piden a sus gobiernos que:

- Se preserve la política de promoción como herramienta para garantizar la competitividad del vino;
- No se modifiquen las normas sobre el etiquetado nutricional y lista de ingredientes del vino ya aprobadas en los reglamentos de la PAC, incluido el etiquetado electrónico
- Animen a los demás Estados miembros y pidan a la Comisión Europea a que se opongan a la propuesta irlandesa sobre las advertencias sanitarias presentando un dictamen razonado en el marco del procedimiento TRIS de prevención de obstáculos al comercio.

Las organizaciones participantes en la reunión han sido:

- Por España: la Asociación Empresarial Vinos de España (AEVE), la Asociación de Jóvenes Agricultores (ASAJA), Cooperativas Agro-Alimentarias de España, la Conferencia Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas (CECRV), la Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos (COAG), la Federación Española del Vino (FEV), la Organización Interprofesional del Vino de España (OIVE) y la Unión de Pequeños Agricultores y Ganaderos (UPA).
- Por Francia: la Associazioni FNSEA - Commission Viticole, La Coopéracion agricole - Vignerons coopérateurs de France (VCF) y Vignerons indépendants de France;
- Y por Italia: Alleanza delle Cooperative Italiane Agroalimentari, Assoenologi, CIA - Agricoltori Italiani, Coldiretti, Confagricoltura, Copagri, Federdoc, Federvini, Fivi y Unione Italiana Vini;



BODEGAS PERSONALES

La Inteligencia Artificial ayuda a escoger los vinos acordes a tus gustos

¿Cómo podemos estar seguros de encontrar un vino que nos guste? Por lo general, cuando compramos una botella de un vino específico suele ser porque lo hemos conocido a través del boca a boca, o bien investigando en Internet o en las redes sociales.

Como recuerdan desde Bodegas Personales, el gusto es una experiencia subjetiva, difícil de cuantificar o explicar. Sabemos lo que nos gusta comer o beber, pero no siempre somos capaces de definirlo de forma objetiva y sistemática.

Es aún más difícil en el caso del vino, ya se trata de la bebida que ofrece la mayor variedad de sabores y gustos. "A la mayoría de los consumidores les gusta y confían en un determinado vino o productor porque encuentran coherencia en su sabor y textura, independientemente de cuándo o dónde lo compran. Es esta experiencia en la que se basan a la hora de comprar su vino favorito", explican.

Ante esta situación, el enólogo Diego Fernández, que cuenta con más de 20 años de experiencia en viticultura, se preguntó cómo podía combinar enología y tecnología para ofrecer datos más precisos sobre el sabor del vino. Por ello, desarrolló un algoritmo que dio lugar a Wine Luthier, el único sistema operativo creado para el sector del vino. Esta tecnología analiza 22 parámetros físicos y químicos del vino. Con estos datos, el algoritmo dibuja el sabor percibido por un cliente y lo traza sobre cuatro ejes: acidez, impresión de volumen en boca, dulzor y solidez. Se obtiene así un Polígono de sabor para cada vino, y de esta forma el algoritmo puede recomendar a cada persona los vinos que le van a gustar en función de su perfil de gusto individual.

De esta forma, en Bodegas Personales aseguran que pueden ofrecerte los vinos que te gustan de verdad, más allá de las marcas, centrándose en su sabor. Además, los vinos seleccionados se compran online, directamente al productor, lo cual supone un ahorro considerable para el consumidor.

Por lo que se refiere al medio ambiente, el compromiso de esta iniciativa es ofrecer el mayor número posible de vinos ecológicos que, en su mayoría, además provienen de viticultura regenerativa.

La empresa ofrece la opción de hacerte suscriptor, o #Boper, para obtener muchas ventajas, como descuentos, recomendaciones personalizadas, servicio de mensajería directa con los productores, visitas a las bodegas, etc.



INSOLITY

GRANDES VINOS Y SERVICIOS EXCLUSIVOS A COLECCIONISTAS Y AMANTES DEL VINO

El mercado vitivinícola español cuenta con un nuevo actor de referencia para los amantes de los Grandes Vinos y Destilados: Insolity, que nace de la voluntad de ofrecer al consumidor final una cuidada selección de productos y una experiencia de lujo que podrá concluir con el pupilaje de su colección de vinos en la Crypta: un servicio de guarda de vinos privado y único en España.

Los vinos de Insolity pertenecen al 1% de los mejores terroirs del mundo: Petrus, Louis Roederer, Domaines OTT, Château Lafite-Rothschild, Château Cheval Blanc, Château d'Yquem, Louis Latour, Château Margaux, Gaja, Sassicaia Viña Tondonia y R.López de Heredia. Estos son solo algunos de los nombres de las más de 100 bodegas que completan una lista de más de 1.000 vinos de los principales châteaux franceses y bodegas españolas e italianas.

El proyecto se dirige al consumidor español, ya sea coleccionista, amante del vino o simplemente esté interesado en conocer más acerca de los mejores y más prestigiosos vinos del mundo.

A través de Insolity, los consumidores españoles dispondrán de una carta de servicios excepcional, como el servicio de guarda en la Crypta; un espacio único y exclusivo donde la marca custodiará y gestionará la bodega particular de sus clientes con todas las condiciones de conservación y seguridad. Se trata de la primera iniciativa de estas características en España, inspirada en un servicio consolidado desde hace décadas en el Reino Unido.

II CONCURSO DE CARTELES CODORNÍU ARS COLLECTA

El concurso ha batido récord de participación este año con 300 obras. En su primera edición, hace 125 años, participaron 173 artistas.

El certamen ha contado con un jurado de excepción: Ainhoa Grandes (Fundación MACBA); Antoni Muntadas, artista internacional; Stein Olav (Ex Director del Museo Munch de Oslo); Emília Ferreira, (Directora Museo Nacional de Arte Contemporáneo del Chiado de Lisboa) y Alessandro Allemandi, (Il Giornale dell'Arte), entre otros.

El director de arte Antonio Domínguez ha ganado la segunda edición del concurso de carteles de Codorníu con la ilustración digital "Momentos Codorníu". Las finalistas han sido la ilustradora Anna Carazo; la artista española Gala Mirissa; y la diseñadora gráfica, con un premio de 2.000 euros un premio de 10.000 euros.

El concurso ha reunido 300 principalmente de España y de América. Más de un siglo después modernista del mundo del cava, dad de nuestro país de la mano de Utrillo, Julio Tubilla y Sebastià

La primera edición contribuyó, tístico del país con una importante artística y publicitaria. El actual un éxito de participación, es un reformatos del siglo XXI: desde GIFs pasando por bordados, ilustraciones

En palabras de Sergio Fuster, CEO afirmar que este concurso ha sido un merecen estar expuestas en las mejores de verdad tiene valor para Codorníu artistas que, como ya pasó hace 125 de la historia del arte de este país".

El vínculo de Codorníu con el mundo a sus orígenes. Desde el diseño por parte del conocido arquitecto Josep Puig i Cadafalch –discípulo de Gaudí– y su declaración como Monumento Histórico Artístico Nacional, hasta el reconocimiento de la compañía como una de las pioneras en el mecenazgo cultural, que ha de arte icónicas como la obra Ambar y



obras de participantes procedentes diferentes países de Europa y Latinoamérica de la primera campaña de cartelería que en 1898 revolucionó la publicidad artistas como Ramón Casas, Miquel Junyent, entre otros.

hace casi 125 años, al legado artístico cultural para la historia concurso de carteles, que ha sido flejo de las corrientes artísticas y animados a esculturas de neón digitales, animaciones o acrílicos. de Raventós Codorníu, "podemos éxito y que las obras finalistas res galerías de arte del mundo. Lo nío es poder suscitar al elenco de años, firmen un nuevo capítulo

do del arte y la cultura se re- y la construcción de la bodega sep Puig i Cadafalch –discípulo numento Histórico Artístico compañía como una de las pioneras como resultado piezas Espuma de Ramón Casas.

Además, Insolity ofrece a sus miembros el acceso exclusivo a la venta en Primeurs, una oportunidad única para comprar vinos muy reputados y de producción limitada antes de su embotellado, a un precio inferior al que tendrán cuando salgan al mercado. Así, a través de Insolity, obtendrán vinos que se pueden revalorizar entre un 4% y un 8% de media cada año, convirtiéndose en auténticas piezas de coleccionismo.

Audrey Anne Vigne, responsable de Insolity en España, ha destacado: "Es todo un privilegio para nosotros poder presentar un nuevo proyecto que va a revolucionar la manera de comprar vino en España. Insolity quiere ofrecer una experiencia única al consumidor, con catas exclusivas, el acceso a la compra a la avanzada de Grandes Vinos franceses, el primer Wine&Spirits Lockers de España, acompañado de los consejos de su consultor-sommelier que ayudarán a los consumidores españoles a crear su propia bodega de excelentes vinos franceses, españoles e italianos".

En relación a las experiencias que la marca ofrece, dependerán de los tres niveles de membresía: Insider, Collector o Ambassador. Cada nivel permite disfrutar de beneficios como masterclass únicas, catas y cenas exclusivas, ventas privadas o visitas a algunas de las bodegas más relevantes del portfolio Insolity. Asimismo, los miembros más activos podrán acceder a productos muy limitados y cerrados al resto del público, y a servicios como la evaluación de su bodega personal.



LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL LLEGA AL VIÑEDO DE LA MANO DE GONZÁLEZ BYASS

La inteligencia artificial llega a la viticultura de la mano de González Byass. Lo hace en el marco del Programa Europeo Life Als: See & Save, el programa en el que Dominio Fournier colabora con Pulverizadores Fede, un referente en el desarrollo de pulverizadores de alta gama, y Agerpix, innovadora PYME española que desarrolla algoritmos de predicción del rendimiento de cultivos.

Los viñedos de Dominio Fournier, en la DO Ribera del Duero, serán el escenario donde se experimentará la aplicación de novedosas tecnologías de visión e inteligencia artificial, así como el desarrollo de algoritmos avanzados. Todo con el fin de ayudar a los viticultores a gestionar los viñedos de una manera más sostenible y resiliente.

A través de este estudio, se analizarán, durante varias cosechas, con visión e inteligencia artificial la evolución de los racimos y de las diversas plagas o enfermedades que puedan presentarse en la campaña vitícola. Este seguimiento arrojará varios modelos predictivos que permitirán rediseñar y optimizar la gestión de cultivos, incrementando su eficiencia y disminuyendo su consumo de insumos, como fertilizantes, pesticidas, energía y agua.

La plataforma Als, que también desarrollará el estudio en cultivos de aguacate y aceitunas, será un facilitador en la transición a una agricultura neta cero (AG) que es la que proporciona, de una forma sostenible, la seguridad alimentaria a la población mundial. Asimismo, contribuirá a la creación de una sociedad más próspera e inclusiva en la que el crecimiento económico esté desvinculado del uso de los recursos.

El programa Life Als: See & Save presenta importantes sinergias y cobeneficios con los subprogramas "Naturaleza y Biodiversidad" y "Mitigación y adaptación al cambio climático".

Además del proyecto Life Als: See & Save, González Byass ha participado en otros dos programas europeos de esta naturaleza desarrollados en Viñas del Vero (D.O. Somontano). El primero, Life Rewind, promovió en 2014 el uso eficiente de las energías renovables y demostró su sostenibilidad desde el punto de vista técnico, medioambiental y económico en el sector vitivinícola. Actualmente, esta bodega es referente en la generación de hidrógeno verde y se ha convertido en una de las pocas localizaciones de España que ofrece carga de esta energía en vehículos, junto a la carga eléctrica renovable. Por su parte, Life F3 estudió en 2018 la disminución en el uso de fitosanitarios aplicando técnicas de teledetección y geoposicionamiento.

Sobre LIFE

El Programa LIFE es el único instrumento financiero de la Unión Europea dedicado, de forma exclusiva, al medio ambiente y a la acción por el clima, abarcando los siguientes ámbitos: naturaleza y biodiversidad, economía circular y calidad de vida, mitigación y adaptación al cambio climático, y transición hacia las energías limpias.

Este instrumento es uno de los principales contribuyentes al Pacto Verde Europeo, siendo su objetivo principal la transformación de la Unión Europea en una sociedad justa y próspera, con una economía moderna, eficiente en recursos y competitiva, en la que no haya emisiones netas de gases de efecto invernadero en 2050 y en la que el crecimiento económico se desvincule del uso de recursos. A nivel social se busca la protección de la salud y el bienestar de los ciudadanos frente a los riesgos e impactos relacionados con el medio ambiente y el clima.

"5+5 Cuidando el Planeta" es la realidad sostenible de González Byass, que cuenta con bodegas y destilerías en España, Chile y México. En todas destaca el compromiso por el cuidado del medio ambiente, a través del uso responsable de los recursos naturales, dirigido hacia un crecimiento equilibrado que aporte beneficios al entorno de manera local y global. Siempre mirando al futuro, con una visión a largo plazo.

"5+5" representa las cinco generaciones de la familia González que han conducido a la empresa hasta el siglo XXI y las próximas cinco generaciones que continuarán esta misión a partir del trabajo ya hecho. Implica el nivel de compromiso de González Byass con la naturaleza mediante el empleo de prácticas sostenibles en todas las áreas de la compañía, desde el viñedo a la bodega, pasando por los proveedores, el diseño de los productos y hasta la distribución al cliente.

En 2020, la compañía reafirma su compromiso sostenible con la adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas. En este sentido, González Byass se compromete a priorizar, inicialmente, los siguientes Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) del Pacto: educación de calidad, trabajo y crecimiento económico, acción por el clima y vida en la tierra

HEINEKEN USARÁ EL CALOR DEL SOL PARA FABRICAR SU CERVEZA EN SEVILLA

Heineken apuesta por la energía 'verde' para alimentar su fábrica de Sevilla. La cervecera ha iniciado los trabajos de construcción de la primera planta de generación de energía termosolar 100% renovable de la industria española, con una inversión de 20 millones de euros. El proyecto es pionero del grupo a nivel mundial y se realiza de la mano de Engie, una compañía especialista en energías renovables que se encargará del diseño y la construcción de la nueva planta, así como de su gestión y mantenimiento hasta 2043. La empresa aprovecha una tecnología que se usa para generar electricidad con un fin distinto: generar energía térmica con el poder del sol para aportar el calor necesario de los procesos productivos de su planta sevillana.

Engie ya ha iniciado la adecuación de la parcela ubicada dentro de los terrenos de la fábrica donde estará la instalación, que cuenta con un campo solar equivalente a ocho campos de fútbol y 43.000 metros cuadrados de espejos. Con una potencia de 30 MW, generará 28.700 MWh de energía térmica al año y permitirá reducir más del 60% el consumo de gas fósil de la fábrica de Heineken España en Sevilla y casi 7.000 toneladas de CO2 al año en su huella de carbono. Cuando las obras finalicen en junio de 2023, el 75% de la energía utilizada por esta fábrica será 100% renovable. La nueva planta termosolar funcionará gracias a dos sistemas. Por un lado, el agua se calienta a 210°C en tubos de un primer circuito donde la radiación solar se refleja por medio de espejos. La energía se almacena en depósitos y se transfiere a un segundo circuito integrado en la fábrica. Este proceso permite ceder la energía térmica a los procesos de elaboración de cerveza (regulando temperatura y presión) en forma de agua sobrecalentada a 160°C.

Desde Heineken presumen de haber realizado una integración pionera de esta tecnología en el sector agroalimentario en España y en el mundo. Es «un gran hito para España, pues es la primera vez que esta tecnología se integra para el autoconsumo de energía térmica en el proceso productivo de una fábrica de esta escala», detalla la directora de Relaciones Corporativas y Sostenibilidad de Heineken España, Carme Ponce.

El objetivo de Heineken es ser la primera cervecera española con cero emisiones netas en producción antes de 2025. Son cinco años antes del objetivo marcado por el grupo a nivel mundial. Más del 45% de la energía que utiliza para elaborar sus cervezas ya procede de fuentes sostenibles y ha conseguido reducir un 19% sus emisiones de CO2 desde 2018.



EMPERADOR DISTILLERS HACE QUE EL BRANDY DE JEREZ TOQUE EL CIELO DE MADRID

De las inversiones inglesas del siglo XVIII en Jerez pasamos a la presencia de inversores asiáticos como la compañía filipina Emperador Distillers, que nace en septiembre de 2011 y dos años después de su constitución, en 2013, emprende una gran inversión con el objetivo de incrementar su presencia en España. De este modo, de enero a septiembre de ese mismo año adquiere Bodegas San Bruno, en Jerez de la Frontera (Cádiz) y Bodegas Las Copas y Finca de Bergonza, ambas en Toledo. En noviembre de 2015, Emperador Distillers se hace con el control de Bodegas Fundador, con sus célebres pagos de viñas, e incorpora marcas emblemáticas como Fundador, Terry o Harveys. Finalmente, en enero de 2017, adquiere la marca Espléndido. Gracias a esta estrategia de expansión, Emperador Distillers se convierte en el líder del sector.

Hace casi 40 años que Emperador trabaja codo con codo con distintas compañías del sector de los espirituosos en España. Desde el Holding Filipino Alliance Global Group, familia a la que pertenecen, siempre han apostado por los productos españoles como el brandy, el vino de Jerez y los destilados, así como por su exportación, lo que les ha permitido convertirse en todo un referente a nivel mundial, sobre todo en cuanto a la producción de brandy de categoría premium.

Marcando poderío, la Torre Emperador Castellana, situada en la zona norte de la capital de España, se ha convertido en el símbolo del mayor imperio mundial del brandy. El icónico edificio, que forma parte del conjunto arquitectónico de las Cinco Torres de Madrid y que hasta poco se conocía como Torre Espacio, es el cuartel general de Emperador Inc., la compañía de licores más grande de Filipinas y el mayor fabricante internacional de brandies.

La decisión de magnate filipino Andrew L. Tan, presidente de la Junta Directiva de Alliance Global Inc., de rebautizar el rascacielos con el nombre de la compañía de brandies y destilados ha puesto el foco sobre un sector vitivinícola de gran tradición en España, con especial presencia en Andalucía y Castilla-La Mancha.

La Torre Emperador Castellana es el cuarto edificio más alto de España, con 235 metros de altura y 57 plantas sobre el nivel del suelo. Según la información publicada en el diario Cinco Días, dispone de una superficie alquilable de 60.142 metros cuadrados y a partir del mes de octubre dispondrá de una nueva oferta gastronómica con la apertura de un restaurante de la planta 33, que se suma a las actuales propuestas de cafetería y catering.



MAGELLAN & CHEERS COMPRA PERUCCHI

Perucchi 1876, compañía especializada en vermouths y bebidas espirituosas, ha sido adquirida por el grupo de inversión francés Magellan & Cheers, encabezado por el empresario Jean-Noël Reynaud.

Perucchi supone el primer hito del plan estratégico del grupo de Reynaud, quien pretende conformar un grupo licorero a nivel europeo que impulse marcas de nicho, arraigo local y vocación artesanal. El objetivo a futuro es lograr su consolidación en los mercados español, portugués, francés, italiano y suizo, con la visión focalizada en alcanzar una facturación en torno a los 200 M€ en 2030. Perucchi cerró 2021 con una plantilla de 14 empleados y unas

Reynaud ha adelantado que trabajando de manera paralela en con diversas marcas internacionales profesionales de más de tres décadas cuenta el fundador.

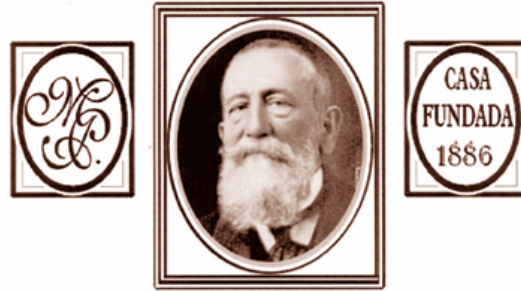
Los gerentes actuales de la Flo, pasarán a ser socios del grupo de puestos directivos en la compañía.

La operación tampoco altera la compañía, ya que sus referencias y calificaciones propias del municipio

Según fuentes de la compañía, la compra responde a la voluntad de contar con una red de permitiera una mayor penetración en su avance.

El pasado ejercicio, la compañía compartía su objetivo de ampliar su catálogo de referencias y reforzar su presencia en retail -incluyendo el progreso en mercados internacionales- como punta de lanza de su crecimiento.

Con esta meta en mente, la compañía ha desarrollado la marca 'Perucchi 1876', ha lanzado los vermouths 'Rosso il Giovane', 'Reserva' y 'Selección Especial' y un spritz artesanal, además de presentar otros tres licores artesanales.



Montana - Perucchi

ventas de 1,33 M€.

Magellan & Cheers se encuentra nuevos acuerdos de distribucionales, avalado por la experiencia en el sector de bebidas con la

sociedad, Alex Soler y Eduardo po comprador y mantendrán sus

La operación tampoco altera la compañía, ya que sus referencias y calificaciones propias del municipio

Según fuentes de la compañía, la compra responde a la voluntad de contar con una red de permitiera una mayor penetración en su avance.

dv

BODEGA DESCALZOS VIEJOS_RONDA
www.descalzosviejos.com

MXHNY

CERVEZAS ALHAMBRA PRESENTA LA MINI DE ALHAMBRA RESERVA 1925

Cervezas Alhambra presenta el nuevo formato Mini para su célebre 'Milno', como llaman a Granada a la Alhambra 1925. Un envase reducido para disfrutar sin prisas del sabor de la icónica cerveza granadina.

La Mini de Alhambra Reserva 1925 mantiene todas las señas de identidad del formato tradicional en una nueva botella de 22,5 cl. Empezando por su diseño único en color verde y con esos relieves y detalles tan reconocibles, y finalizando en su interior, que esconde una gran cerveza llena de matices.

Alhambra Reserva 1925 refleja a la perfección la filosofía de la marca, y por eso se elabora sin prisas, mediante un proceso de fermentación lenta. De carácter intenso y con mucho cuerpo, es la reinterpretación del estilo Pilsen Bohemia, elaborada con la variedad de lúpulo Saaz, uno de los más exclusivos del mundo. De aroma intenso, mezcla notas de cereal tostado con toques ligeramente florales y especiados. Una propuesta que, en este nuevo formato, invita a saborear al máximo cualquier momento, por pequeño que sea.

De color ámbar intenso, aspecto brillante y espuma consistente, en nariz es compleja, primero manifiesta una fragancia seca a la que siguen notas de lúpulo floral y fresco, acompañadas de notas a plátano y manzana roja junto aromas delicados a tostados y caramelo de las maltas. En boca, los aromas de lúpulo se hacen más nítidos pero la sensación es muy equilibrada, con amargor moderado y un ligero dulzor en gusto. Tiene cuerpo, es plena y aterciopelada.

Esta cerveza combina a la perfección con carnes suaves y pescados blancos.



BEEFEATER PINK LIGHT

Llega Beefeater Pink Light, la famosa ginebra rosa se renueva para traernos una nueva opción más moderada, ideal para



aquellos que prefieren apostar por nuevos hábitos, pero con un sabor diferente y especial con ese toque de fresa. De esta manera, Beefeater, la marca de ginebra más premiada del mundo, amplía su gama con una nueva referencia innovadora, con un sabor más suave que la tradicional Beefeater Dry, pero con la misma esencia y calidad de la marca londinense.

Fabricada con la receta original, elaborada con los mismos nueve botánicos que Beefeater Dry (como el enebro, piel de limón, piel de naranja de Sevilla, raíz de angélica, entre otros) pero con ese toque aromático de sabor a fresa, dándole también ese inesperado giro de color a las copas.

Tu Beefeater de siempre, pero con menos alcohol y nuevo sabor.

En palabras de Silvia Gómez Santos, Brand Manager de Beefeater "Desde Beefeater seguimos apostando por la innovación, poniendo al consumidor en el centro. Buscamos aportar valor al mercado y al consumidor y respondiendo a la creciente demanda low-alcohol ya lanzamos en enero 2021 Beefeater Light 20°, con la mitad de alcohol y calorías. Poco más de año y medio después, ampliamos esta gama de baja graduación lanzando Beefeater Pink Light, la única Pink moderada con 20°. Aportando dinamismo y un producto diferencial en el segmento de las rosas, ofrecemos la alternativa Pink Light 20° para que la disfrutes incluso cuando pensabas que no podías tomarte una copa".

Su sabor de fresa equilibrado con las características clásicas de la ginebra terminando con un final seco y su acabado de un delicado color rosa que se mantiene cuando se mezcla con tónica, la hacen atractiva y original.



VIPALUX: CÁPSULAS DE PAPEL PARA EL CHAMPAGNE

El champagne introducirá las primeras cápsulas de papel a partir de 2023. Es una revolución de embalaje que los viticultores de Champagne están planeando: a partir del próximo año, además de las cápsulas de aluminio habituales, también se introducirán cápsulas de papel para champagne. Así lo informa el portal de la industria francesa vitisphère.com con referencia a una decisión de la Asociación de Viticultores Syndicat Général des Vignerons de Champagne (SGV). Por lo tanto, Champagne ha estado trabajando en la idea durante mucho tiempo, pero hasta ahora los experimentos habían fracasado porque el material no se podía procesar en consecuencia y tampoco era resistente al agua. Ahora el fabricante de cápsulas Vipalux ha presentado una solución que cumple con los criterios.

La cápsula de papel persigue dos objetivos: por un lado, el embalaje de las botellas debería ser más sostenible. Por otro lado, la adquisición de aluminio se ha vuelto cada vez más difícil, sobre todo debido a la guerra en Ucrania. Según las especificaciones de Champagne, una cápsula es absolutamente necesaria para los vinos espumosos. Según la SGV, alrededor de 500.000 botellas de champagne con cápsulas de papel saldrán al mercado para la primavera de 2023.

SYKKEL, UNA GINEBRA ANDALUZA SOÑADA POR UN ARGENTINO

Quizás les sorprenda el título pero en seguida lo entenderán. Y para ello, transcribo la historia de esta ginebra, tal y como la cuentan en tercera persona, en su página web sus creadores, Eduardo Ferrero y Martin Malnatti, ambos de nacionalidad argentina y afincados en la Costa del Sol.

"Sykkel Craft Distillery nació de un sueño de Eduardo. Se dio a fines del Siglo XIX, estaba bebiendo en un pub de Londres junto a su amigo Martín cuando vio pasar una Penny Farthing conducida por un hombre vestido de frac. En ese instante se despertó e inmediatamente lo llamó contándole su sueño y diciéndole: ¡¡¡Hay que fabricar lo que bebíamos en ese bar!!!!" Según me contaba Eduardo, cuando despertó a Martín a las 4 de la mañana, su amigo no entendía nada, claro. ¿Qué bar? ¿Dónde? ¿Qué bebíamos?...

Así, empezaron probando más de 200 botánicos de todo el mundo y destilándolos individualmente y en pequeñas cantidades. Después ambos cataban por separado el resultado para después poner en común sus opiniones y decidir cuáles utilizar. Entonces fue cuando empezaron a mezclarlos hasta conseguir la receta final. Este proceso de creación duró dos años y ahora Sykkel London Dry Gin es una realidad en el mercado de bebidas Premium y muy exclusiva, ya que elaboran partidas limitadas de 1.400 botellas numeradas.

El proceso de destilación se hace en las Destilerías Joaquín Alonso, en Atarfe (Granada) utilizando el agua de Sierra Nevada, lo que garantiza que no haya impurezas o sabores indeseados.

En nariz, los aromas de los botánicos se expresan bien ensamblados e intensos pero sin ser invasivos, y encontramos fácilmente las notas de piel de limón, lógicamente de enebro (que acentúa las sensaciones amargas pero con matices cítricos y dulces), de raíz de angélica y jengibre que le otorgan discretas notas picantes y especiadas, para dar paso a aromas sutiles de frutos secos, de flores blancas como el azahar y, de flores azules como el lirio, que es uno de los botánicos presentes en el destilado.

En boca es fresca desde el ataque hasta el final, ligeramente untuosa, con el alcohol bien equilibrado con la acidez cítrica. Se confirman los aromas que encontramos en nariz. El postgusto es largo, con recuerdos especiados y ligeros matices de regaliz y de hierba recién cortada y de hierbas aromáticas como el romero.

Pero como casi todo entra por los ojos, no han descuidado el packaging. La botella es cilíndrica, de hombros redondos y de color ambarino (poco común para una ginebra), el tipo de cristal tiene un aire "antiguo", y tiene una original etiqueta en la que se ve una bicicleta Penny Farthing, típico vehículo de fines del siglo XIX, que los creadores explican como su "conexión con el esfuerzo, la evolución y la idea de jamás rendirse, de seguir rodando, como la vida misma". Su deseo es hacer que "sientas que esa misma botella la tuvo tu bisabuelo en sus manos, que te transportes al siglo pasado".



ESTRELLA GALICIA, NUEVA CERVEZA DE TEMPORADA ELABORADA CON MORAS

Dentro de su línea de cervezas de temporada impulsadas por Fábrica de Cervezas Estrella Galicia, la marca lanzó una nueva edición especial elaborada con moras, un tipo de fruto muy común en esa estación del año.

Estrella Galicia quiere poner una nota de color al final del verano con esta cerveza de marcado color rosa.

La cervecera pondrá en la calle aproximadamente 20.000 litros de esta edición inspirada en el estilo Berliner Weisse, de menor graduación alcohólica (3,8-4°) y mayor carbonatación, lo que da lugar a cervezas muy refrescantes

Este estilo de cerveza se caracteriza por añadir un concentrado de frutas en su elaboración, para rebajar su acidez. La de moras pretende ofrecer este efecto de concentrado por producto natural directamente desde el proceso de maduración de la cerveza, donde se añaden las moras. La mora se incorpora en el inicio de maduración, mientras que el zumo se añade al final de la maduración.

Luis Alvar, maestro cervecero de Estrella Galicia, señala que "la receta ha dado un giro a la tradicional elaboración de una Berliner Weisse para adaptarla tanto a la elección de las moras como valor diferencial, como a la identidad cervecera de Estrella Galicia, dando lugar a un producto redondo y muy original que creemos que puede sorprender a nuestros consumidores"

El resultado es una cerveza suave, fresca, ácida y sin filtrar, con la turbidez y espuma densa que presentan las recetas que incorporan trigo en su receta, y en la que la mora aporta un color rosado muy característico

La de Moras ocupa el puesto número diecinueve dentro de las ediciones limitadas lanzadas por Fábrica de Cervezas, segundo de este año 2022. Se caracterizan por ser productos que unen el carácter más experimental y valiente de la compañía con su espíritu artesano y apuesta por la innovación.



PACK RON DIPLOMÁTICO RESERVA EXCLUSIVA

Diplomático es un ron superpremium de Venezuela. En 2018, fue galardonado con el prestigioso premio "Spirit Brand of the Year" de Wine Enthusiast, el primer ron de la historia que gana en esta categoría. La destilería está situada a los pies de la Cordillera de los Andes y es una marca familiar inspirada en el personaje de Don Juan Nieto Meléndez, cuyo retrato ilustra sus etiquetas.

Estas Navidades la marca ha diseñado un exclusivo pack para regalar, formado por dos vasos old fashioned y una botella de Diplomático Reserva Exclusiva, un ron elegante a la par que complejo, elaborado cuidadosamente a partir de mieles de caña de azúcar y envejecido en pequeñas barricas de roble hasta 12 años, cuidadosamente seleccionados por sus Maestros Roneros.

Gracias a su elegante y equilibrado cuerpo, Diplomático Reserva Exclusiva se ha convertido en una referencia para los amantes del ron en todo el mundo. Por ello, es, sin duda, una apuesta segura para las sobremesas por su equilibrio y suavidad en el paladar, con notas dulces de caramelo, y por sus aromas de cáscara de naranja, caramelo y regaliz pudiendo degustarse solo con hielo, o en cócteles como el Old Fashioned.





TORRES 10 DOUBLE BARREL RESERVA IMPERIAL

Desde los inicios en 1928 hasta día de hoy, la Familia Torres ha mantenido la búsqueda de la excelencia en sus elaboraciones. Sus distintos tipos de brandy son reputados e intemporales.

Torres 10 Double Barrel Reserva Imperial es un fantástico Brandy Solera Gran Reserva y, sin duda, una de las mejores referencias de la categoría de brandy.

Torres 10 Double Barrel Reserva Imperial es un brandy doblemente añejado. El doble proceso de añejamiento comienza en barricas vintage de roble americano utilizando el método tradicional solera para transmitir las notas redondas y cálidas que lo hacen inconfundible.

Luego, se termina de añejar en barricas de roble americano nuevas para aportarle nervio y carácter.

notas vibrantes y toques de vainilla que aumentan su complejidad.

A la vista es de color ámbar oscuro, muy brillante y con lágrima marcada al mover la copa. En nariz es complejo, con aromas vinosos envueltos en notas de vainilla y tabaco, y al fondo, encontramos notas que nos recuerdan a bosque umbrío. El prolongado envejecimiento en barricas le otorga notas tostadas, de chocolate negro y de caramelo. En boca, es exuberante y elegante a la vez, con mucho equilibrio y con el alcohol perfectamente integrado.

SEAGRAM'S WHISKY

Seagram's Whisky llega al mercado con toda la esencia de Seagram's. Inspirado en la época de la Ley Seca, Seagram's Whisky posee la esencia y carácter más auténtico y el espíritu de quienes, en aquella época, no aceptaron las reglas. Según la marca está dirigido "a hombres y mujeres que no buscan lo típico, sino algo especial que se ajuste a su personalidad atrevida e inconformista".

"Seagram's Whisky nace del convencimiento de que tenemos la capacidad de ir siempre más allá. Teníamos ganas de retornar a nosotros mismos, y de ahí nace este nuevo producto, que emerge de la esencia de Seagram's para todos aquellos consumidores exigentes que todavía no tienen una marca favorita en la categoría" Afirma Cecilia González, Brand Manager de la marca.

Este Whisky blended NAS tiene un aroma exuberante y especial, donde destaca una primera sensación a fruta madura como el durazno, dátiles y albaricoque maduro. Sutilmente, emergen notas cítricas que dan paso a aromas como vainilla en rama, natillas, canela y ligeras notas tostadas y ahumadas. Posee una textura cremosa, que en boca da paso a sabores dulces fusionados con los matices de la madera. Posteriormente se despliega un conjunto de aromas cítricos de piel de naranja, mango, vainilla, canela y ligeras notas de cacao amargo.

DYC SUBASTA LA BOTELLA DE WHISKY ESPAÑOL MÁS CARA DE LA HISTORIA

Cervezas Alhambra presenta Barrica de Ron Granadino. Esta nueva creación nace de un proceso de crianza en barricas que han contenido ron granadino, lo que aporta nuevos matices y sabores irrepitibles. Una cerveza compleja que desafía los sentidos y evoluciona con el tiempo, siendo fruto de la búsqueda de nuevos caminos en el arte cervecero.

Alhambra Barrica de Ron Granadino ha sido inspirada en los sabores históricos y cultivos de caña de azúcar que han tenido lugar durante siglos en la Costa Tropical de Granada. Esta cerveza de cuerpo moderado, aromática y elegante, ha sido creada a partir de la mezcla de varias maltas de cebada. Llena de matices de caramelo, coco, vainilla y frutas pasas, es la cerveza pensada para disfrutarla lentamente, despertando un auténtico mundo de sensaciones.

Barrica de Ron Granadino se une a la gama "Las Lentas" de Cervezas Alhambra junto a Baltic Porter, una cerveza con la que comparte intensidad y un carácter complejo, elegante y aromático. Todo ello hace de esta gama el resultado de cervezas que tardan en descubrirse y aún más en olvidarse.

Es una cerveza de color cobrizo y brillante. En nariz, Barrica de Ron Granadino presenta una variedad de suaves aromas. En boca desprende un amargor ligero con un final dulce y notas a caramelo, coco y vainilla, reforzando un sabor único.



PALACIO QUEMADO CRIANZA 2019 – Tempranillo, Petit Verdot
PALACIO QUEMADO (ALVEAR) – D.O. RIBERA DEL GUADIANA

Hablemos de este vino

Está elaborado principalmente con la variedad tempranillo de las viñas más viejas de la bodega. Después de haber fermentado en tanques de acero inoxidable, pasa 9 meses de crianza en barricas de segundo uso de roble americano y francés de 225 litros.

¿Qué encontramos en él?

De capa media alta y color granate intenso es un tinto jugoso. En nariz aparecen los frutos negros, las especias y el cacao. En boca es glicérico, amplio y sabroso, con sabores a hinojo. Buena acidez. Final largo y amargo, mostrando una excelente armonía entre las notas frutales y el fondo especiado y mineral, donde predomina una buena sensación de cremosidad en sus taninos. Un vino fresco, sedoso y sabroso

FERRATUS ORIGEN 2017 – Tinta del País
BODEGAS CUEVAS JIMÉNEZ – D.O. RIBERA DEL DUERO

Hablemos de este vino

Con este nombre se denomina a partir de ahora el Ferratus, que ha evolucionado en su estilo, aunque sigue predominando esa fruta madura tan típica de este vino. Elaborado a partir de cepas de 60 a 70 años, ubicadas a 860 metros de altitud, su crianza de 14 meses en barricas nuevas de roble francés y sus actuales 3 años de botella permiten considerarle un reserva de corte muy moderno, frutal y lleno de viveza.

¿Qué encontramos en él?

De cojo picota intenso, capa media – alta, limpio y brillante a la vista, en nariz se muestra complejo y armonioso, con aromas de fruta negra madura (moras, ciruelas), notas de cerezas en licor, recuerdos especiados como vainilla, clavo y pimienta, sobre un fondo balsámico y mineral. En boca destaca su frescura, sus taninos sedosos y su paso aterciopelado, con un final de persistencia media donde aparecen recuerdos especiados y de hoja de tabaco.

CAVA J MUR ESPECIAL TRADICIÓ BRUT NATURE 2018 – Xarel.lo, Macabeo
CAVAS J. MUR – D.O. CAVA

Hablemos de este vino

"Prelude to Love" es el grito de guerra que se lee sutilmente en la cara frontal de la etiqueta de Cuvée Isabel. Elaborado con solo dos variedades autóctonas, Xarel.lo y Macabeo de viñas viejas, destaca su carácter marcadamente mediterráneo. Su larga crianza aporta un bouquet complejo y armonioso, creando un cava elegante y tranquilo en boca

¿Qué encontramos en él?

De color amarillo dorado de alta intensidad y brillante, sus burbujas son finas y forman un bonito rosario y una corona permanente. En nariz destacan los aromas de cítricos, de manzana asada, crema pastelera, bollería (tarta de manzana) y de frutos secos, con toques de hierbas mediterráneas. En boca es sabroso y con una burbuja cremosa, con carácter cítrico y toques de hierbas aromáticas de final. Postgusto largo.

ISIDRA DE CLOS DE L'HÔM 2018 – Garnacha, Tempranillo
CLOS DE LÔM – D.O. VALENCIA

Hablemos de este vino

Para la elaboración de este vino se seleccionan las parcelas más especiales de su finca, cuyas uvas se cultivan a solo 55 km del mar Mediterráneo. Los vinos por separado en barricas nuevas de 300 litros de roble francés y americano. Después de un mínimo de 12 meses de crianza se realiza el coupage final, que posteriormente se afina en botella durante mínimo 6 meses. Un vino con una guarda de unos tres años tras la fecha de comercialización.

¿Qué encontramos en él?

Color rojo de capa alta, intenso y muy brillante, su nariz es intensa, con aromas de fruta roja madura, vainilla, hierbas aromáticas, cedro y pimienta negra. En boca es elegante, con taninos maduros, buena acidez y aromas que confirman la fase olfativa. Final largo y muy persistente.

VETUS 2018 – Tinta de Toro
BODEGAS VETUS – D.O. TORO

Hablemos de este vino

Nace de la mezcla de distintos suelos y parcelas de viña vieja de la DO Toro, representando así la complejidad de la zona. Tiene una crianza de 12 meses en bodega nueva de roble francés. Bodegas Vetus es la única en la DO Toro en poseer el certificado Wineries for Climate Protection de la FEV, que reconoce a aquellas empresas comprometidas con la sostenibilidad y la ecología.

¿Qué encontramos en él?

De color cereza picota con ribetes granate, en nariz es intenso y cálido, "muy Toro", con aromas de fruta negra madura, especias (vainilla, canela, pimienta rosa) y de hierbas aromáticas como el tomillo y el espliego. En boca tiene buen cuerpo, con recuerdos de fruta negra en compota y regaliz, taninos abundantes pero redondos y un final largo. Dibuja un estilo elegante y fresco con el roble muy bien integrado y con buena carga de fruta negra, y alcohol y acidez moderados.

FINCA MARTELO 2016 – 95% Tempranillo y 5% Mazuelo, Garnacha, Viura
TORRE DE OÑA – D.O.Ca. RIOJA

Hablemos de este vino

Una añada procedente de una de las vendimias más largas de la historia de la bodega, seleccionada por su equilibrio, excelente maduración. Tiene una crianza de 2 años y, tras fermentación maloláctica en bodega, envejece en barricas de roble americano 80% y francés 20%, antes de permanecer 6 meses en depósitos para redondearlo y ser embotellado en junio de 2020.

¿Qué encontramos en él?

Es de color rubí con ribetes rubí. Muy complejo en nariz, con aromas de frutas del bosque como frambuesas, grosellas y casis envueltos en notas balsámicas, de regaliz, clavo, pimienta, canela y cacao. En boca es elegante y equilibrado, fresco, con taninos pulidos. El retrogusto es largo, donde aparecen de nuevo la fruta roja madura y los toques especiados.

MISTERIO NARANJA – Zalema, Moscatel de Alejandría
PRIVILEGIO DEL CONDADO – D.O. Condado de Huelva

Hablemos de este vino

Vino que se obtiene tras una cuidada y limitada selección de uvas de la variedad moscatel de Alejandría, que se recogen en vendimia tardía y de la variedad Zalema, autóctona de la zona. Después se añade alcohol, que macera en cáscara de naranja, para tras ello someter al vino a un proceso de envejecimiento de 24 meses en botas de roble. Debido a sus características excepcionales y su nivel de calidad, solo se produce aquellos años en que la vendimia ha ofrecido un fruto de nivel suficiente de dar lugar a un vino único.

¿Qué encontramos en él?

Es de color anaranjado con destellos color avellana, muy brillante y limpio. En nariz es intenso, con marcados aromas de piel de naranja, flores blancas (azahar, jazmín) y tostados procedentes de la bodega. En boca es sedoso, con un ligero dulzor que no empalaga, y en el paso aparecen de nuevo los aromas florales con toques de naranja y caramelo. Complejo y muy largo en vía retronasal.

ESPUMOSO UMBRETUM BRUT NATURE – Garrido Fino
BODEGAS SALADO – ALJARAFE DE SEVILLA

Hablemos de este vino

Un vino de la variedad autóctona Garrido Fino, recuperada en la provincia de Sevilla recientemente, y que muestra perfectamente el paisaje de esos suelos de albariza y de ese clima continental con influencia atlántica. Un espumoso elaborado por el método champenois.

¿Qué encontramos en él?

Es de color amarillo pálido con reflejos verdosos, limpio y brillante. Su carbónico, en su caída, genera unas burbujas finas y persistentes que forman rosarios rectilíneos. En nariz aparecen esas notas varietales de la uva Garrido Fino que recuerdan a pera de agua y manzana amarilla. Sutiles toques cítricos de piel de pomelo, todo envuelto en un fondo de levadura, de pan tostado y bollería. Un vino muy sutil pero que presenta sensaciones frescas. En boca, es fresco, seco, con aromas que encontramos en nariz y con notas salinas y un retronasal cargado de aromas manzana amarilla, manzana verde, pera de agua, notas cítricas y sutiles recuerdos a bollería.



EDITORIAL OBERÓN**ConVinoConTodo: El vino con sentido**

Meritxell Falgueras es muy conocida por su gran actividad en redes sociales, y su forma de transmitir de forma divertida, y con un lenguaje sencillo, lejos del lenguaje técnico para que todos puedan tener acceso al mundo del vino y su cultura. En alguna ocasión, hace años, colaboró con esta nuestra revista con varios fabulosos artículos. Merixell no llegó al vino por casualidad, estaba destinada a ello, siendo parte de la quinta generación del prestigioso Celler de Gelida, una de las emblemáticas tiendas especializadas en vinos y destilados de Barcelona.

Con este vino, el neófito aprenderá de una forma fácil y entretenida sobre el mundo del vino y su cultura; y el que ya tenga algunos conocimientos, seguirá ampliándolos con historia pero también actualidad, curiosidades, poniendo en práctica sus consejos, aceptando sus "retos"... Y descubrir el vino como una experiencia sensorial y, prácticamente, un estilo de vida.

Al final encontramos el Vicionario del vino, donde encontraremos las definiciones de algunas palabras más técnicas y concretas.

ConVinoConTodo: El vino con sentido, ha sido finalista en los Premios de la Asociación Española de Periodistas y Escritores del Vino (AEPEV) en la categoría de Mejor Libro de Vino de 2022. También ha sido galardonado como el mejor libro español y compite con los libros de otros cinco países al premio al mejor libro del mundo en la categoría Drink Education en los prestigiosos Gourmand World Cookbook Awards 2020.

**EDITORIAL GUIA PROENSA****Guía Proensa de los Mejores Vinos de España 2023**

La calidad de los mejores vinos de España sube como la espuma y la Guía Proensa 2023 lo refleja. Diez vinos han alcanzado la máxima calificación, que en esta publicación es de 100 puntos, y otros 33 quedaron un corto escalón por debajo. Al mismo tiempo, suben los precios en esa franja de los vinos de selección.

Es la vigésimaprimer comperecencia anual de la guía personal que firma Andrés Proensa, director de PlanetAVino.

El autor de la Guía nos habla de la situación actual del vino en España. Por ejemplo, explica que muchos no se atreven a reflejar en los precios de sus vinos la subida brutal que han tenido todos los elementos que intervienen en la producción, salvo, casualmente, la materia prima. Subieron

la energía, el papel, los tapones y las botellas. No subieron mucho los vinos más accesibles pero sí los de gama más alta, en los que el coste de la uva y de los otros elementos no influye pero sí lo hace la opinión generalizada de que el vino español de alta calidad sale al mercado internacional a un precio demasiado bajo y eso no favorece su imagen. Un obstáculo que muchos se han apresurado a salvar.

Mitiga el efecto el hecho de que la calidad general en ese segmento es cada día más alta.

La llegada de los vinos calificados como viñedos singulares y otras expresiones equivalentes, comportan la adopción de criterios más estrictos de calidad (edad de las viñas, rendimientos, cata de calificación), que en teoría redundan directamente

en un alza del nivel del producto final. Hay muchas nuevas marcas de vino y también nuevos estilos que buscan abrir un hueco en nuevos mercados y consumidores.

La Guía Proensa pretende reflejar todo eso en una selección de vinos que siempre supera el objetivo de su autor, que es limitar su recomendación a medio millar de marcas. Es lo que Proensa denomina "el territorio de los vinos extraordinarios", los que alcanzan y superan los 90 puntos en una escala máxima de 100, que sí alcanzan diez de ellos. El punto máximo de lo que el autor califica como vinos emocionantes, que incluye también 33 vinos

con 99 puntos y otros 39 que obtuvieron 98 puntos sobre 100.

El autor de la guía insiste en que en esas calificaciones no interviene "eso de la relación calidad-precio. En la guía se da una calificación cualitativa y se informa sobre el precio aproximado. Y que cada uno decida". Es un factor importante en la decisión y lo cierto es que para acceder a los vinos top

hace falta más corazón y más cartera.

Como curiosidad, si alguien quiere catar todos los vinos de la Guía Proensa 2023, y pudiera comprarlos, debería desembolsar 35.171,65 euros. Es lo que vale, en precio medio aproximado en tiendas de vinos, la mejor calidad del vino español.



GRUPO EDITORIAL LETRAME

En busca del vino perfecto

«No hace falta tener conocimientos de viticultura ni de enología para saber si un vino nos gusta o no». Bajo esta premisa, David Manso ha escrito el libro «En busca del vino perfecto» con el que quiere ofrecer «un ameno camino en el que descubrir más so-

bre esta ancestral bebida». Desde la perspectiva de Manso «el vino está para disfrutarlo, para satisfacer esa parte hedonista que todos tenemos. Pero si tenemos unas ligeras nociones sobre él, además de disfrutarlo aprenderemos a apreciarlo».

Además con este libro, como apunta Manso, conocerás historias y curiosidades del vino que podrás soltar a los amigos disfrutando de un vino, culturilla que suele impresionarles. "Una obra de iniciación al vino, para que la búsqueda que seguramente decidirás emprender tras su lectura, sea un camino ya allanado con el que puedas llegar a tu destino, a descubrir tu vino perfecto gracias a las experiencias que aquí se narran».

En busca del vino perfecto es su primera obra escrita, le ha dedicado mucho tiempo viajando, recorriendo salones, catando, aprendiendo sobre el vino. Es un acercamiento, una introducción al vino para todas aquellas personas que quieran empezar a entender y aprender un poco más de él. En él también se mezclan aprendizaje, curiosidades, anécdotas y experiencias que acompañan esa «búsqueda». Es un libro que mediante un lenguaje sencillo sirve de ayuda a un lector con inquietudes por el vino y su cultura.

Leyendo el libro, escrito en primera persona pues son sus vivencias, lo acompañamos en sus viajes, sus encuentros, su "búsqueda", y con su lenguaje sencillo y su narrativa con un punto de humor, compartimos sus vivencias y sensaciones. Nos da ganas de empezar YA nuestra propia búsqueda. Porque el vino perfecto depende de muchos factores, como bien explica el autor. Cada cual tiene que hallar su vino perfecto.

En Busca del Vino Perfecto ha sido galardonado como Mejor Libro del Año 2022 por la Asociación Española de Periodistas y Escritores del Vino (AEPEV)



Directora / Editora Margarita Lozano (marga-priv@hotmail.com)

Diseño y Maquetación @hadassa_artdesign

Dpto. Comercial y Comunicación Ángeles Ruiz

Redactores / Colaboradores Margarita Lozano, Ángeles Ruiz, Manuel Foronda Puerta

Blog <http://margaritalozanoruiz.wordpress.com>

Edición y Publicidad Margarita Lozano
Ediciones - Congresos - Comunicación
Edificio Fórum
C/ José Luis Pérez Pujadas, s/n, Despacho 32 A
18006 - Granada
CIF: 24239660-Y

Depósito Legal M-46169-2008

REVISTA PROFESIONAL SUMILLERES - LA ETIQUETA

PARA RECIBIR UN EJEMPLAR EN SOPORTE PAPEL, ENVÍANOS UN EMAIL A:

sumilleres-laetiqueta@hotmail.es

TE REMITIREMOS EL BOLETÍN DE SUSCRIPCIÓN para que nos lo devuelvas debidamente coumplimentado a ese mismo correo y lo recibirás en la dirección que nos indiques.

BODEGAS HISPANO+SUIZAS

EL CAVA MÁS EXCLUSIVO DE ESPAÑA



Tantum Ergo

97
PTOS. | GUÍA SEVI
2022

96
PTOS. | GUÍA VIVIR EL VINO
2022

94
PTOS. | GUÍA INTERVINOS
2022

93
PTOS. | GUÍA GOURMET
2022

91
PTOS. | GUÍA PEÑÍN
2022

**MEJOR CAVA
DE ESPAÑA** | GUÍAS
VIVIR EL VINO
Y WINE UP 2022

100
PTOS. | GUÍA VIVIR EL VINO
2022

96+
PTOS. | GUÍA WINE UP
2022

97
PTOS. | GUÍA SEVI
2022

95
PTOS. | GUÍA GOURMET
2022

92
PTOS. | GUÍA PEÑÍN
2022

**MEJOR CAVA
ROSADO** | GUÍAS SEVI,
INTERVINOS
Y WINE UP 2022

97
PTOS. | GUÍA SEVI
2022

95+
PTOS. | GUÍA WINE UP
2022

94
PTOS. | GUÍA INTERVINOS
2022

94
PTOS. | GUÍA GOURMET
2022

92
PTOS. | GUÍA PEÑÍN
2022

98
PTOS. | GUÍA SEVI
2022

96
PTOS. | GUÍA VIVIR EL VINO
2022

95+
PTOS. | GUÍA WINE UP
2022

95
PTOS. | GUÍA GOURMET
2022

95
PTOS. | GUÍA INTERVINOS
2022

Purgatori



CREADO EN LA TIERRA, DESEADO EN EL CIELO

Purgatori es testigo material del paso de la orden benedictina por una tierra que les fue penitencia y descubrimiento: un clima extremo y un terruño especial para un vino superior.



FAMILIA
TORRES

Desde  1870

Fineca Purgatori, viñedo ecológico
Histórica propiedad benedictina

WINE MODERATION
ELIBE | COMPARTE | CUIDA
EL VINO SÓLO SE DEBE PRACTICAR CON MODERACIÓN