



CUESTIÓN DE GUSTO

Suplemento de vinos y gastronomía

VICENTE MORCILLO VALENCIA

El Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Utiel-Requena seguirá potenciando sus acciones de promoción fuera de nuestras fronteras para posicionar sus vinos en mercados de alto interés para el sector como el suizo, el estadounidense y el japonés. Este año, el número de bodegas que participarán en las misiones organizadas por el organismo se eleva a veinte, seis más que en 2016.

A principios del próximo mes de marzo, los productores de vino adscritos a esta denominación de origen se desplazarán hasta Zurich, donde se celebrará el seminario «Bobal & Co.», dirigido por el director de la revista Vinum Suiza Thomas Valterlaus. El seminario se completará con un showroom en el que estarán presentes 17 bodegas y en el que los profesionales del sector que operan en Suiza tendrán oportunidad de catar un centenar de vinos diferentes.

Houston, Washington DC y Boston serán los siguientes destinos de la DOP Utiel-Requena. Durante una semana —del 3 al 7 de abril—, una docena de bodegas promocionarán sus vinos apoyándose en una serie de masterclass sobre la Bobal y la celebración de encuentros con importadores, prescriptores y críticos de cada una de las ciudades de Estados Unidos donde se han programado las acciones promocionales.



Panorámica del salón de vinos organizado por la DOP Utiel-Requena el pasado año en Chicago. LEVANTE-EMV

Utiel-Requena insiste en su apuesta por conquistar Suiza, Estados Unidos y Japón

► ESTA CAMPAÑA SERÁN VEINTE LAS BODEGAS QUE SE SUMEN A LAS ACCIONES PROMOCIONALES QUE EL ORGANISMO REGULADOR HA DISEÑADO PARA POSICIONAR SUS VINOS EN EL EXTERIOR

Ya en el mes de mayo, el colectivo ha organizado una misión inversa en la que un grupo de periodistas japoneses visitarán la región vitivinícola para conocer las características de la zona y sus vinos, así como el yacimiento ar-

queológico de Las Pilillas, en el que se atestigua la producción de vino en la zona desde hace más de 2.700 años.

Estas acciones suponen la continuidad a un proyecto iniciado hace dos campañas. Cabe recor-

dar que en 2016, la DOP Utiel-Requena ya celebró diversos eventos en Suiza, Estados Unidos y Japón, destinos consensuados con las propias bodegas en función de sus necesidades y su potencial de penetración comercial.

Los vinos de Bobal siguen otorgando los mayores reconocimientos a Murviedro

► CUEVA DE LA CULPA Y CEPAS VIEJAS HAN OBTENIDO CUATRO MEDALLAS CADA UNO EN EL ÚLTIMO AÑO

VICENTE M. REQUENA

Los «bobales» de bodegas Murviedro —filial del grupo suizo Schenk con sede en el término municipal de Requena— siguen siendo los vinos que mayores alegrías dan a la compañía vinícola. Dos de sus referencias más valoradas (Cueva de la Culpa y Cepas Viejas, ambas contraetiquetadas con el sello de la DOP Utiel-Requena) han cerrado el pasado ejercicio con cuatro reconocimientos de alta notoriedad cada uno.

Cueva de la Culpa (tinto elaborado con uvas de Bobal y Merlot),

que ya en 2014 fue reconocido por el Ministerio de Agricultura como «Mejor Vino de España» recibió en 2016 cuatro medallas de oro en el Asia Wine Trophy, Mundus Vini, Berliner Wein Trophy y el Concurso Internacional Gilbert&Gaillard. Por su parte, Cepas Viejas (elaborado exclusivamente con uvas de Bobal) acumula en su palmarés de 2016 cuatro medallas de oro obtenidas en el Asia Wine Trophy, China Wine&Spirits Awards, Berliner Wine Trophy y Catavinum World Wine&Spirits Competition, además de un Bacchus de Oro en el Concurso Internacional de Vinos Bacchus.

Estos reconocimientos sitúan a Murviedro en el puesto 11 del ranking de bodegas españolas que realiza anualmente la Asociación Mundial de Periodistas y Escritores del Vino (WAWWJ).

Las ventas de Sandara crecen un 38 % en España en solo un año

► LA GAMA DE ESPUMOSOS DE BAJA GRADUACIÓN YA SE COMERCIALIZA EN MÁS DE CUARENTA PAÍSES

CUESTIÓN DE GUSTO VALENCIA

Sandara, la gama de vinos espumosos bajos en alcohol de Vicente Gandía, se ha convertido en una referencia dentro del sector vinícola y ha creado una categoría propia, algo muy difícil de conseguir para cualquier marca. Su carácter fresco y delicado hace que el consumidor pida estos vinos por su nombre, lo que se traduce en que Sandara sea cada vez más una marca muy popular.

Sandara se comercializa ya en 41 países, teniendo únicamente un recorrido de tres años en el mercado. Ha alcanzado la cifra de 1,3 millones de botellas vendidas en todo el mundo en 2016. Su prin-



cipal mercado se encuentra en el territorio nacional, donde ha tenido un crecimiento en volumen de un 38% en 2016 respecto al ejercicio anterior.

El lanzamiento de la referencia

→ breves

ACTUALIDAD

El sector cooperativo valenciano, en Fitur

Fitur fue la semana pasada escenario de la presentación del programa de excursiones agroalimentarias AgriCulturalTours Valencia, una iniciativa puesta en marcha por Cooperatives Agroalimentaries de la Comunitat Valenciana en colaboración con la empresa Turiart. Además, el colectivo celebró una cata de aceites de oliva virgen extra producidos por diversas cooperativas valencianas. V. M. F. VALENCIA

ACTIVIDADES

Peñín organizará en marzo un salón del Cava

El equipo responsable de la Guía Peñín organizará el próximo 1 de marzo su primer salón del Cava, una iniciativa que se enmarca dentro de las acciones que este año tendrán a los cavas como protagonistas. En el certamen se presentará también la primera edición de la Guía Peñín de los Cavas y otras burbujas, un manual con más de un millar de referencias que reunirá toda la diversidad de vinos espumosos españoles. V. M. VALENCIA