El Correo del Vino

Diario

El Periódico del vino español El Vino al Día

Fecha 18 de Octubre de 2.018 Número 3.884

La vendimia afronta el final con una histórica producción en Rueda, Cigales y Ribera

Las tres grandes denominaciones de origen de Valladolid coinciden en la buena calidad de la uva y la gran producción

El próximo fin de semana concluirán la vendimia la mayoría de las bodegas de **Ribera de Duero, Cigales y Toro**. En la denominación de origen de **Rueda** está prácticamente concluida.

Y hay un denominador común en todas las zonas vinícolas de Castilla y León: s**e confirma la buena calidad de la uva y la gran producción,** que compensa la escasez del pasado año a causa de las heladas.

En Cigales se han recogido 6,6 millones de kilos, con una previsión de 8 millones. De las 31 bodegas en 13 aún se está recogiendo uva.

En Rueda se han vendimiado 130 millones de kilos , el 99% de la variedad blanca que tanto prestigio da a esta denominación, con el verdejo como variedad estelar. 130 millones de kilos que superan el récord de 2016, cuando se alcanzó la cifra de 110.

En espaldera el rendimiento máximo autorizado por el consejo regulador llega a **10.000 kilos por hectárea** (8.000 si es en la modalidad de vaso). Tanto en Ribera como en Cigales la producción máxima es de **7.000 kilos este año, pero en Ribera del Duero esta temporada se ha autorizado de forma excepcional un 10% más, hasta llegar a los 7.700.**

Los lagares siguen cerrando sus puertas día a día. La campaña ya está hecha. Si ahora vinieran lluvias abundantes le vendría fenomenalmente a las viñas de cara a la próxima cosecha.
Las operaciones se van realizando, de manera lenta, más que nada en blancos y tintos varietales y fermentaciones controladas. También se opera y buscan los vinos viejos, ya que para empezar a utilizar los tintos nuevos aún queda tiempo y quien tiene necesidad de adquirir viejos, los tiene que pagar al precio que venían teniendo. Es de suponer que se sigan buscando para ir mezclando en un principio viejo y nuevo.

Precios del vino

Blanco F.T (Nuevo)	**2.40-2,50Hº**
Tinto Comercial 5-7 Puntos	**3,00-3.10 Hº**
Blanco Viejo	**3.40-3.50**
Tinto Viejo	**4.00-4.20**
Mostos Azufrados de primera	**2,30-2,50**
Mostos Azufrados de segunda	**2,00-2,10**
Mosto fresco de pileta	**2.20-2,40**

Varietales, entre 4 y 5 euros como norma general, aunque estos vinos pueden variar

Estos precios son orientativos y pueden variar en función de los condicionantes, calidad, etc. Se refieren a precios medios de operaciones normales

ELABORAMOS VERMOUTHS, MOSCATEL Y VINOS DE LICOR A LA CARTA•GRANEL Y MULTIFORMATO

Mamerto de la Vara BODEGAS 75 ANIVERSARIO 1940-2015

Since 1940 Mamerto de la Vara BODEGAS

www.mamertodelavara.es

International 2014 Bulk Wine Competition GRAND GOLD MEDAL

International 2013 Bulk Wine Competition GOLD MEDAL

SPECIALISTS IN FORTIFIED AND SWEET WINES: IN BULK, BIB AND BOTTLES

Según **Águeda del Val**, directora técnico de Cigales, la cosecha de 2018 es ***"más equilibrada".***

En Ribera del Duero están abiertas 227 bodegas mientras que 37 han cerrado ya sus lagares. Se han recogido 80 millones de kilos (55 millones en 2017) y todo indica que la producción será histórica. **El récord fue hace dos años con 133 millones de kilos**.

El crecimiento de la denominación de origen de Ribera de Duero se evidencia en el número de bodegas: **288 entre Burgos, Valladolid, Soria y Segovia**. Baste señalar un dato que muestra la evolución: **en los últimos veinte años se han abierto 200 bodegas nuevas en la Ribera del Duero**. Y aunque la inmensa mayoría de las viñas están ubicadas en la provincia de Burgos (73,4%) las cifras revelan el peso de Valladolid: **188 bodegas en Burgos y 117 en Valladolid.**

Tres municipios de la provincia vallisoletana se incluyen en la denominación de **Toro**: Villafranca de Duero, San román de Horniga y Pedrosa del Rey.

EL CORREO DEL VINO DIARIO

VENDIMIAS

La Bodega Javier Sanz Viticultor finaliza una vendimia exitosa

javier sanz VITICULTOR

Después de más de un mes de intenso trabajo, la vendimia ha finalizado en la Bodega Javier Sanz Viticultor. Una vendimia que viene marcada por una buena productividad frente al pasado año

Con la totalidad de la **uva blanca ya en bodega**, y recordando las palabras del enólogo, **Santiago de Íscar**, previas al comienzo de la vendimia, los **rendimientos han sido superiores** respecto a los obtenidos en la añada 2017. Esto es debido, principalmente, a la gran cantidad de precipitaciones durante los meses primaverales que han caracterizado este ciclo.

Distintos tipos de vendimia para cada variedad

Como cada año, la vendimia comenzó con la recogida de la **sauvignon blanc**. Esto sucedió el pasado 7 de Septiembre, con una diferencia de más de 15 días respecto al ciclo anterior. Posteriormente, se vendimió la **verdejo**, variedad mayoritaria de la bodega, donde encontramos viñedos tanto en espaldera como en vaso. Entre los segundos,

HACIENDA GALA

Agricultura Cultivo Ecológico
ES-ECO-020-CV
Agricultura UE

Fidel Gala

MOSTOS / VINOS / ALCOHOLES
Agente Comercial colegiado
Plaza del Portal, Nº 4 - 1º - Pta. 3
46340 - Requena (Valencia) · Tel./Fax: 96 230 13 92
www.fidelgala.com · fidelgala@fidelgala.com

uno de lo más populares es, sin duda, **"El Pago de Saltamontes", 2.27 ha de viñedo prefiloxérico**, vendimiado a mano y recogido en cajas de 10-12 kg. Se trata de un proceso muy rápido ya que, desde que la uva es cosechada hasta que llega a la bodega, transcurren apenas 2 horas, conservándose así todas las propiedades de este verdejo tan particular.Una vez vendimiada la totalidad de la uva "reina", se pasó a los viñedos de **malcorta**. Uva verdejo recogida a mano, a pesar de ser espaldera, debido a su delicadeza. Esta uva cayó en desuso y Javier Sanz la recuperó en exclusiva ya que, su ciclo vegetativo más largo, le aporta una acidez natural mayor y una elegancia aromática única

Según el propio Javier Sanz, "Los vinos de esta añada serán de una **calidad excepcional**, puesto que la uva estaba en un perfecto estado sanitario. Los **primeros mostos** que hemos catado de cada variedad así lo indican.

Por último, se vendimiaron las **variedades tintas** (bruñal y colorado) de las que salen vinos homónimos y de los que se espera que este año aumente ligeramente la producción debido a la buena añada.

La bodega Javier Sanz Viticultor cuenta con **104 hectáreas** de viñedos propios, situados en pleno corazón de la **D.O. Rueda**. Los **rendimientos medios** para esta añada han sido de 7.800 kgs/ha en los viñedos en espaldera y de 1.500 kgs/ha en los viñedos en vaso

Concluye la vendimia en la DO Montilla-Moriles con un aumento de producción del 30%, según Asaja

La organización agraria Asaja Córdoba ha informado de que la campaña de la vendimia en la zona de la Denominación de Origen (DO) Montilla-Moriles ha concluido con unos datos de producción que suponen "un 30 por ciento más que la campaña pasada en uva blanca".

Según ha indicado Asaja en una nota, esta vendimia, caracterizada por comenzar tres semanas más tarde que el año anterior, tiene unos datos finales de producción de "44 millones de kilos de uva blanca". De la uva tinta, la producción es "similar" a la campaña anterior, en torno a los 3,5 millones de kilos, que ya "fue baja debido fundamentalmente al arranque de estas variedades en la zona". Sobre los precios, las bodegas han liquidado en torno a 0,42-0,43 euros el kilo de uva y las cooperativas, la uva de la campaña anterior, a 0,63 euros el kilo. Respecto a la climatología que ha acompañado la vendimia, Asaja ha señalado que "ha sido buena, excepto las tormentas de finales de agosto y recientemente algo de lluvia que ha podido entorpecer la recogida". No obstante, "la calidad de la uva es excelente", según la asociación agrícola.

EL CORREO DEL VINO

Nacional

Inscripción programa de catas XIX Salón Guía Peñín de los Mejores Vinos de España

Guía Peñín tiene el placer de hacerle partícipe de las actividades complementarias que se impartirán en el marco del XIX Salón de los Mejores Vinos de España por si alguna de ellas es de su interés. Las plazas de todas estas actividades son limitadas.

Cata D.O. Toro - ***"La Tinta de Toro y su terroir"*** (Lunes 29 de octubre, 14:30h). SOLICITAR PLAZA .

Cata ***"CORPINNAT, nacido en el corazón del Penedès"*** (Lunes 29 de octubre,16:30h). SOLICITAR PLAZA.

Cata D.O. Catalunya - ***"Descubre la D.O. Catalunya a través de algunos de sus grandes vinos".*** (Lunes, 29 de octubre, 18:30h). SOLICITAR PLAZA.

Cata D.O. Valencia - ***"Singularidad y carácter mediterráneo en los vinos de la D.O. Valencia".*** (Martes, 30 de octubre, 11:30h). SOLICITAR PLAZA.

Cata D.O. Campo de Borja - ***"Alma de Terroir / Soul of Terroir".*** (Martes, 30 de octubre, 13:30h). SOLICITAR PLAZA.

En el Salón tendrá la oportunidad de catar **más de 1.500 vinos**, puntuados con 90 o más puntos en la Guía Peñín 2019, elaborados por **más de 300 bodegas españolas**. Consulte la lista completa de expositores AQUÍ.

Le recordamos que, si quiere evitar colas el día del evento, es muy importante que realice su acreditación previamente y la lleve impresa el día del Salón.

Nace las Rutas del Vino de Castilla y León, una marca para aunar la oferta enoturística

La marca Rutas del Vino de Castilla y León ha nacidoeste miércoles 17 como un distintivo destinado a aunar la oferta de enoturismo de la Comunidad, respetando las singularidades y con el fin de promocionar una imagen homogénea en los mercados nacional e internacionales.

El director general de Turismo de la Junta de Castilla y León, Javier Ramírez, ha dado a conocer esta iniciativa en rueda de prensa, acompañado del presidente de la Ruta del Vino Ribera del Duero, Miguel Ángel Gayubo, y el presidente de la Ruta del Vino Sierra de Francia, Javier García Hidalgo.

EL CORREO DEL VINO DIARIO

SANTORAL Y FRASE DEL DÍA 18 de Octubre

SAN LUCAS

"Lo peor que le puede ocurrir a cualquiera es que se le comprenda por completo" Carl Gustov Jung

La nueva marca, “modelo de colaboración”, concibe las siete rutas del vino en la Comunidad con capacidad para integrar todos los servicios turísticos, no sólo las bodegas sino también hoteles, establecimientos de restauración, centros de interpretación y museos, entre otros atractivos, ha explicado Ramírez.

De tres rutas certificadas en 2013 se ha pasado a siete, lo que sitúa Castilla y León en primer lugar en cuanto a número

Tras matizar que cada ruta del vino es diferente, el director general ha subrayado la apuesta “firme” de la Junta de Castilla y León por el enoturismo como “recurso fundamental” del turismo y ha recordado que el Ejecutivo autonómico ha apoyado las rutas con una inversión de más de 900.000 euros en los últimos años.

De tres rutas certificadas en 2013 se ha pasado a siete en la actualidad, lo que sitúa Castilla y León en primer lugar en cuanto a número y por tanto “líder” en este ámbito, ha descrito.

“La nueva marca nace hoy y aglutina toda la oferta de enoturismo de Castilla y León a través de las Rutas del Vino”, ha resumido el director general, para el que la “marca” hace visible la parte gráfica, pero detrás representa un “enorme trabajo” a partir de un modelo de colaboración.

Todas las rutas del vino de la Comunidad aumentaron en 2017, con cerca de 470.000 visitantes, lo que representa un promedio de crecimiento del 16,4 por ciento a nivel autonómico, ha argumentado Ramírez sobre el valor de este recurso, que ha conllevado un impacto económico “importante” en el sector turístico.

“Sólo las visitas a bodegas han supuesto más de 20,7 millones de euros el pasado año”, ha puesto como ejemplo el director general, quien ha abogado por consolidar esa línea de crecimiento.

Para perseguir este objetivo, Rutas del Vino de Castilla y León iniciará de forma “inminente” una campaña de lanzamiento para familiarizar al mercado con la marca, a través de medios digitales, de medios de comunicación escritos, soportes promocionales en Madrid, y presentaciones a operadores, agentes y prensa especializada,

La campaña abarcará además la participación en acontecimientos vinculados con el sector, entre los que ha citado Soria Gastronómica, la Feria Gastrónoma de Valencia y la Semana Europea del Enoturismo, además de incluir la edición de material promocional en inglés y en español.

La web de Turismo de Castilla y León, las redes sociales, y la divulgación en el ámbito nacional servirán también de apoyo a la promoción de la marca, con vistas además a la comercialización en mercados como el británico, de donde proceden más de 220.000 turistas.

La accesibilidad, facilitar que las personas con alguna discapacidad puedan disfrutar de este tipo de turismo, se encuentra también entre las claves que guiarán el contenido de las Rutas del Vino de Castilla y León.

En definitiva, se trata de un conjunto de actuaciones para reforzar, colaborar e impulsar la imagen conjunta deCastilla y León como destino enoturístico y mejorar la labor de promoción nacional e internacional, además de aumentar esta línea de crecimiento turístico, ha sintetizado.

Las Rutas del Vino de Castilla y León están compuestas por Arlanza, Arribes, Bierzo, Cigales, Ribera del Duero, Rueda, y Sierra de Francia.

Esto es queso

Ahora desde la página web de esto es vino, tenemos sección de quesos

Entra en

www.estoesvino.com

y en el icono de quesos puedes comprar tus quesos a los mejores precios

EL CORREO DEL VINO DIARIO

Denominaciones de Origen, Regiones

La DO Utiel-Requena avanza el guion del programa del III Foro Bobal

Como ya os avanzamos a principios de mes, el próximo 7 de noviembre se celebra el **III Foro Bobal** organizado por la **DO Utiel-Requena** sobre la **variedad autóctona, Bobal**. Se trata de una oportunidad única para reflexionar sobre esta uva, así como promover y difundir todo su potencial.

En los últimos años, tanto desde el Consejo Regulador, como desde las distintas bodegas de la zona, se está realizando una verdadera apuesta por convertir esta uva en la seña de identidad de la zona, potenciando sus valores y el buen trabajo que se está realizando tanto en su cultivo, como en su tratamiento.

Por ello, eventos como este del **III Foro Bobal** hacen posible el encuentro entre bodegas, enólogos, investigadores, técnicos, sumilleres, prensa y profesionales y generar un intercambio de conocimiento y experiencias. Este año el escenario del evento es la emblemática Iglesia de San Nicolás de Requena y se espera la asistencia de alrededor de 200 personas.

Y un año más, se ha preparado un completo programa que incluye lo siguiente:

08.45h. – 9.45 h. Exposición y cata de vinos 'Bobales singulares'.

09.45h. – 10.15h. Pausa

10.15h. – 12.15 h. Ponencia y mesa redonda sobre comercio internacional de vino, con Rafael del Rey, director general de la Fundación Observatorio Español del Mercado del Vino.

12.15h. – 14.15h. Conferencia y mesa redonda sobre enología y '*terroir*', con la enóloga del Priorat, Sara Pérez

14.15h. Clausura

Para todo aquel que esté interesado, os recordamos las coordenadas:

III Foro Bobal DO Utiel-Requena.

Fecha: 7 de noviembre de 2018.

Lugar: Iglesia San Nicolás (Requena).

Horario de 9h. a 14h.

Hashtag: *#ForoBobal*

Si ya tenéis claro que podréis asistir, no olvidéis pinchar aquí y realizar la inscripción previa, imprescindible para el acceso al evento.

Los vinos DO La Mancha cierran su promoción exterior de 2018 en Asia

El Consejo Regulador ha diseñado una intensa gira de otoño que completará las visitas a China, Filipinas y Corea del Sur

Durante la última semana de octubre, los vinos DO La Mancha incidirán en la promoción en los países asiáticos, en varios de los mercados terceros fuera de la Unión Europea, donde más están creciendo los vinos manchegos.
De hecho, la expedición arrancará en el país de la Gran Muralla este próximo 22 de octubre con el *road show* donde participarán unas once bodegas acogidas a la DO La Mancha. Desde el pasado 2013, el Consejo Reglador no volvía a **Pekín**, ciudad también conocida por el arraigo de su tradicional comida china.
Dos días más tarde, el 24 de octubre, la ruta continuará en **Manila, capital de Filipinas**, donde diez bodegas DO La Mancha promocionarán sus vinos; es además la primera vez que una acción exterior del Consejo Regulador visita el país tagalo.

Por último, unas 13 bodegas DO La Mancha volarán hasta la capital de **Corea del Sur, en Seúl**, para cerrar la gira en el continente asiático, reiterando la promoción, por segunda vez en este país oriental, en menos de dos años.
En las tres ciudades se realizarán un seminario con expertos, prescriptores de opinión que desgranarán al público profesional los rasgos de la DO La Mancha como zona de producción vinícola, para seguidamente disfrutar de un light buffet de maridaje de vinos con la comi-

La mejor selección de vinos.
La única tienda web en la que puedes combinar el número que quieras de botellas de vino, de una en una
Entra en
www.estoesvino.com

Esto es vino

da local. Finalmente, participarán en un walk-around donde cada bodega expondrá sus vinos para consulta de los profesionales catadores.

En comercialización, el Consejo Regulador mantiene su apuesta promocional por el país chino, principal cliente de los vinos de La Mancha en el exterior con más de diez botellas, remarcando su interés también por reforzar la visibilidad en algunos países de la región asiática como Corea del Sur y por primera vez, Filipinas donde las 11.864 botellas vendidas el año pasado supusieron un tímido pero significativo avance del 18,6 %.

Bodegas DO La Mancha participantes en el roadhow Asia 2018

1. BACO/DCOOP Group
2. Bodegas Ayuso
3. Bodegas Campos Reales
4. Bodegas Casa Antonete
5. Bodegas Centro Españolas
6. Bodegas El Progreso
7. Bogarve 1915
8. Santa Catalina
9. Vinícola de Tomelloso
10. Virgen de las Viñas
11. Bro Valero
12. Exotic Winds
13. Vinos y Bodegas

Viñedos Alonso del Yerro: la esencia de María en un pañuelo

Todo el espíritu de Alonso del Yerro en un pañuelo de seda. Una pieza de acabados perfectos que culmina el pack especial navideño que contiene una botella de María 2013.

· Los amantes del vino están de suerte, porque estas Navidades van a encontrar el regalo perfecto

Roa, octubre de 2018. Las Navidades, el momento del año que se vive alrededor de la mesa, en familia o con amigos, en el que no falta una copa de vino para brindar y celebrar los nuevos deseos y para disfrutar la buena compañía. Este año, la familia Alonso del Yerro ha diseñado este pack tan especial y de edición muy limitada para formar parte de esta celebración.

Desde el año 2002, la familia Alonso del Yerro trabaja con ilusión en el proyecto vital que iniciaron María del Yerro y Javier Alonso en busca de la excelencia vinícola desde un profundo respeto al entorno. Una bodega que destaca por su carácter muy poco intervencionista, realizando el 90% de los trabajos a mano y logrando unos vinos respetuosos con el origen y la añada, en los que la calidad del terruño da el toque final que marca la diferencia.

Fiel a su respeto por la producción artesanal, María se ha encargado personalmente de supervisar el diseño de un pa-

ñuelo de seda natural con el ánimo de compartir la tradición que ella misma inauguró años atrás y que esconde una historia familiar muy especial. Se trata de una extraordinaria serie de pañuelos que María comenzó a recopilar a raíz de uno que le regaló su madre y que decidió colocar, a modo de decoración, en las paredes de la sala de barricas de Viñedos Alonso del Yerro. Con el paso de los años, este lugar se ha convertido en un espacio único. Actualmente, cuenta con una asombrosa colección que ahora continúa y se amplía con este nuevo pañuelo destinado a compartir esta tradición familiar con todo aquel que quiera sentir la esencia de los vinos de Alonso del Yerro de una manera diferente

Del mismo modo, con este pañuelo de seda, Alonso del Yerro ha querido plasmar y preservar la esencia de la bodega en este clásico accesorio. Una pieza única, delicada y ligera. El resultado ha dado lugar a una preciosa obra de arte digna de enmarcarse pero que está hecha para lucirse y para regalar como un detalle muy especial.

El diseño del pañuelo ha seguido la línea y la esencia de María, la etiqueta de la bodega a la que acompaña en el pack y que se presenta como la cuvée más excelsa de los viñedos Alonso del Yerro, elaborada solo en años excepcionales que lo justifiquen.

Siguiendo una gama de colores finos y diseños tejidos al hilo, los trazos evocan olores y colores del proceso de elaboración manual del vino, como un paisaje de manchas, ramas, hojas y uvas. El motivo principal es la parra con sus hojas, sarmientos y uvas. Su estilo aúna tradición y modernidad, el saber hacer de las cosas, a través del dibujo a mano, terminaciones cosidas y uso de la seda. La modernidad, a través del trazo y la composición del pañuelo. Del mismo modo, el diseño del packaging apuesta por líneas limpias, frescas y elegantes como las del pañuelo, abriendo una ventana al paisaje de los viñedos de Alonso del Yerro.
Con este original pack, Viñedos Alonso del Yerro propone el regalo perfecto para estas Navidades, una opción llena de cuidado y delicadeza, que transmite cariño, elegancia y atención al detalle. Para hacerse con uno, a partir de hoy con una edición limitadísima pueden adquirirse por 130 euros tanto en la página web de Alonso del Yerro como en la tienda de la bodega en la Finca de Santa Marta. ***SOBRE VIÑEDOS ALONSO DEL YERRO***
La de Viñedos Alonso del Yerro es la historia de una ilusión. La que comparten María del Yerro y Javier Alonso, que desde el año 2002, esgrimiendo los apellidos de sus hijos, se instalaron en la finca Santa Marta (Roa, Burgos) para trabajar un conjunto de parcelas rigurosamente seleccionadas, plantadas con uvas de la variedad tempranillo, con el objetivo de elaborar vinos de gran calidad.
Asesorados por el enólogo bordelés Stéphane Derenoncourt –responsable de vinos tan notables como La Mondotte, Château Canon La Gaffelière y Domaine de L'A– y secundados por un equipo técnico joven, con gran solvencia profesional, dirigido por el enólogo francés Lionel Gourgue, Alonso y del Yerro no tardaron en llamar la atención de los expertos y aficionados con sus dos vinos: Alonso del Yerro y María.
Conscientes de que la excelencia vinícola nace del delicado equilibrio entre lo que impone la naturaleza y la capacidad humana para adaptarse a esos mandatos, en Viñedos Alonso del Yerro se trabaja cada día con la ilusión de poder alcanzar esa excelencia gracias a un viñedo de una riqueza extraordinaria y al equipo humano adecuado para sacarle el mejor partido

MARÍA 2013

NOTA DE CATA
Notas florales (violeta) y frutas negras (cereza madura y moras) con madera armoniosa en nariz (marron glacé, garrapiñadas). Boca potente, tensada hasta el final por el frescor de la caliza, con un punto salado sobre taninos sedosos que recuerdan la mineralidad de las parcelas de origen.
Variedad: 100% Tempranillo (Tinta del país)
Denominación de Origen: Ribera del Duero
Graduación: 15º

EL CORREO DEL VINO DIARIO

Osborne se alía con Alibaba y abre una boutique en Tmall

Los vinos Montecillo y Solaz, el brandy Carlos I o la ginebra Nordés, marcas del grupo, entran así en el mercado chino.

Osborne continúa con su **expansión en China** tras firmar un **acuerdo** con **Alibaba Group** por el que abrirá la primera boutique con sus productos gastronómicos en el portal Tmall, operado por el gigante chino del ecommerce, informa la compañía española.

Esta unión comercial permitirá la entrada en este mercado de marcas españolas del Grupo Osborne como son los vinos **Montecillo y Solaz**, el brandy Carlos I, el jamón Cinco Jotas o la **ginebra Nordés**.

La apertura de esta boutique de productos gastronómicos en Tmall se produce un año después del lanzamiento de la boutique de Cinco Jotas en el mismo site

La apertura de esta boutique de productos gastronómicos en Tmall supone un "hito fundamental" para la estrategia de **internacionalización de Osborne en China**, indica la compañía, y se produce un año después del lanzamiento de la boutique de Cinco Jotas en el mismo site de ecommerce.

La presencia online de la firma española en este país asiático se ha ido incrementando a lo largo de los últimos tres años, al igual que su presencia offline a través de acuerdos de colaboración con minoristas y distribuidores. "Esta nueva apertura permitirá a Osborne crear sinergias con sus clientes online y ofrecerles **experiencias en vivo como catas o degustaciones**", apunta la empresa, presente con sus distintas marcas en más de 50 países.

COMPARTIENDO VALORES

"Osborne, una marca e icono muy reconocible en los mercados occidentales, y sus marcas de vinos y bebidas espirituosas, afrontan el **desafío de llegar al consumidor chino** para compartir nuestra historia y nuestros valores", ha señalado José Ignacio Íñiguez Saenz, gerente de Osborne para China tras rubricar esta alianza.

"Tmall representa la mejor plataforma posible para lograr este objetivo, brindando al mercado donde nuestras marcas pueden comunicar directamente con los consumidores la **pasión** que sentimos **por nuestros productos**", ha añadido.

Según indica la firma española, este acuerdo pone de manifiesto cómo los productos 'made in Spain' están "conquistando" el mercado chino. La Oficina Comercial de España en Pekín ya aportó datos en 2017 sobre el **crecimiento espectacular** de la exportación agroalimentaria, y especialmente la de vinos, que se ha incrementado en un 23%, por encima de competidores como Italia o Francia.

El fondo estadounidense Carlyle compra Codorníu

El fondo valora la totalidad de la compañía catalana en 390 millones

El grupo **Codorníu Raventós** ha firmado un acuerdo para la venta de la mayoría de su accionariado al fondo de inversión estadounidense **The Carlyle Group**, que ha valorado el 100% de la compañía catalana en 390 millones de euros, ha informado la empresa de cava este jueves en un comunicado.

La operación de compra de **entre un 55% y un 60% del accionariado** se cerró la pasada medianoche, después de que las ramas de la familia menos dispuestas a vender aceptaran la transacción –la que representa la actual presidenta, Mar Raventós; los Pagés Font, y Xavier e Isabel Ferrer Urrutia–, según ha publicado *La Vanguardia*.

En los próximos días, los actuales gestores deberán convocar un consejo de administración para oficializar la situación y reconocer la mayoría en el capital de Carlyle, y también se abre un plazo para que el fondo norteamericano haga la correspondiente 'due dilligence', y se prevé cerrar la operación a finales de año.

En un comunicado, la presidenta del grupo Codorníu, Mar Raventós, ha manifestado su satisfacción por el acuerdo, que "permitirá **impulsar la internacionalización**, además de consolidar y dar continuidad a la estrategia del grupo centrado en la construcción de marcas de valor y prestigio". Ha afirmado que, después de analizar múltiples opciones, el grupo ha llegado a "un buen consenso con mucho potencial y larga perspectiva de liderazgo".

La compañía catalana ha destacado que la incorporación de Carlyle abre "una clara oportunidad" para que el grupo Codorníu Raventós siga reforzando su línea ascendente de resultados –este año prevé cerrar su ejercicio fiscal con un resultado bruto de explotación (ebidta) de 26 millones de euros–.

El managing director de Europa de The Carlyle Group, Alex Wagenberg, ha dicho que Codorníu Raventós es una compañía "con **gran potencial para liderar el mercado mundial de vinos y cavas** y con marcas de primer nivel, consolidadas y muy bien posicionadas en el mercado", y que espera impulsar a la compañía a través del crecimiento internacional, tanto orgánico como con nuevas adquisiciones.

"Es para nosotros un gran orgullo poder formar parte de este grupo y dar apoyo a una compañía como Codorníu, con una tradición única en el mundo", ha añadido. El grupo Codorníu Raventós es la empresa familiar elaboradora de cava más antigua de España, con cinco siglos de historia, y cuenta con diez bodegas repartidas en España, Argentina y California y 3.000 hectáreas de viñedo propio.

The Carlyle Group es un gestor global de activos alternativos con **201.000 millones de dólares en activos bajo gestión** a través de 324 vehículos de inversión a fecha de 31 de marzo de 2018. nCarlyle Europe Partners (CEP), el fondo del cual procederá el capital para hacer la inversión en Codorníu, busca invertir en compañías europeas de tamaño medio y de distintos sectores e industrias, acelerar su crecimiento y apoyar sus esfuerzos de expansión.

Henkell quiere crecer un 25% tras la compra de la mitad de Freixenet

La empresa de cava no aclara qué hará con su división de vinos tranquilos, aunque la fusión con el grupo alemán prevé desinversiones para afrontar la deuda

La compañía vinícola alemana Henkell, filial del grupo Dr Oetker, se ha marcado como objetivo alcanzar los 1.500 millones de euros de facturación en 2025 tras la compra del 50,7% del capital de Freixenet. La compañía catalana aportará 535 millones de euros de ventas a los 702 millones del grupo comprador, especializado en vinos espumosos. La dirección de la compañía quiere elevar esa cifra consolidada de 1.237 millones un 25% en los próximos seis años.

Los responsables de la nueva Freixenet, los consejeros delegados Pedro Ferrer y Andreas Brokemper, se han mostrado optimistas hoy con la evolución del mercado de los vinos espumosos, pero han reconocido que deben "revisar" la

división de vinos tranquilos que entró en la operación de compra de Freixenet. En el acuerdo de compraventa se incluyó una cláusula que abría la puerta a desinversiones de forma que se pudiera enjugar deuda de la cavista catalana. Ferrer y Brokemper han destacado que tienen que "revisar" si esas desinversiones son las bodegas de vinos tranquilos en manos de Freixenet.

Han pasado cuatro años desde que se reunieron por primera vez Pedro Ferrer, consejero delegado de Freixenet, y Andreas Brokemper, su homólogo en la vinícola Henkell. En cuatro años se ha hecho frente a la disputa interna entre las familias propietarias de Freixenet, se ha negociado la salida de la familia Hevia y de parte de los Bonet, y se ha consumado la venta, por 220 millones de euros, de la mitad del negocio a la compañía alemana. El resultado es un Freixenet con un 50% del capital controlado por los alemanes, y otro 50% propiedad del presidente de la empresa, José Luis Bonet, y del presidente de honor José Ferrer, que juntos ampliaron capital para que la repartición de la empresa con los nuevos socios fuese mitad y mitad. En el consejo de administración hay dos representantes de Henkell, dos de las familias fundadoras y un independiente.

La prioridad es Freixenet

"Desde que nos planteamos cambios en la empresa, pensamos que no era prudente comprar con deuda las acciones que tenían mis primos, sino que la mejor opción era hacer una permuta de socios. Henkell, también una empresa familiar y productora de vinos espumosos, era la mejor opción", ha dicho Pedro Ferrer. La empresa Henkell & Co está presente en 22 países y exporta a más de 100 países. Entre sus productos están dos marcas principales, Henkell y Minoetto, esta última dedicada al vino *prosecco*, cuyo mercado ha crecido exponencialmente en los últimos años. Freixenet, por su parte, una empresa familiar fundada en 1914, cuenta con 20 bodegas en el mundo, filiales en 19 países y exporta a 109 países.

"Nuestra prioridad como grupo es Freixenet. Después viene Minoetto y más tarde Henkell", ha afirmado Brokemper sobre las distintas marcas. Los dos consejeros delegados de Freixenet se han mostrado muy optimistas con el mercado de los vinos espumosos. "Hace 20 años el mercado estaba casi únicamente en Europa, y solo se compraba para ocasiones especiales. Ahora está creciendo a otros mercados, especialmente en Estados Unidos, y estamos consiguiendo que la gente consuma este tipo de bebidas todo el año", ha afirmado Brokemper.

El mercado de los vinos espumosos suma, sin contar el champán, 2.600 millones de botellas al año. Alcanzar el 10% de la cuota de mercado que Freixenet y Henkell se han propuesto significaría vender 300 millones de botellas, 50 millones más que actualmente. Para ello, Ferrer ha destacado el papel de los vinos prosecco, vinos blancos espumosos de origen italiano "que gustan mucho al consumidor". Si hace ocho años se vendían 100 millones de botellas de prosecco en el mundo, actualmente se venden 300 millones, y la nueva Freixenet no quiere alejarse de esta oportunidad. Por ello, Ferrer ha explicado que la empresa ha introducido un producto de este vino bajo la marca Freixenet en países escandinavos y en Reino Unido, y ha revelado que estas Navidades también estará disponible en España con un precio entre los 10 y los 12 euros por botella.

El plan de negocio pactado por Henkell y Freixenet pasa por fusionar la mayoría de los mercados en los que las dos empresas eran complementarias, como por ejemplo el Reino Unido, Alemania, Estados Unidos o Francia. En España, sin embargo, continuarán su desarrollo independiente tanto Freixenet, con más de 1.000 empleados, como la filial alemana de Henkell, Cavas Hill, con 21 empleados en el Penedès. A pesar de estas diferencias entre los mercados, Brokemper ha asegurado que su intención es combinar las dos culturas empresariales y crear un solo equipo.

Otra de las condiciones del plan de negocio es "repensar" las bodegas que Freixenet tiene en España y Francia destinadas a vinos tranquilos o de mesa. Aunque Ferrer no ha aclarado qué se llevará a cabo con esta división, ambos consejeros delegados han asegurado que el producto esencial debe ser el del cava y vinos espumosos, mientras que se retirará la inversión en otros productos.

EL CORREO DEL VINO DIARIO

Presentaciones de vinos. Catas

CLUNIA

PODIO EN EL SALÓN DE LOS MEJORES VINOS DE ESPAÑA GUÍA PEÑÍN

Octubre 2018. ***Finca El Rincón de Clunia 2014*** se podrá catar en la sección de los vinos de **Podio** del **Salón de Los Mejores Vinos de España Guía Peñín** que se celebrará el **29 y 30 de Octubre** en el Pabellón 14 del **IFEMA** de Madrid.

Con **95 puntos** y **PODIO**, este enorme vino liderará la **mesa 23** de la zona reservada para los mejores de los mejores, aquellos vinos que han conseguido la máxima puntuación de entre los Mejores de España Guía Peñín 2019.

En palabras de la conocida guía, "*el Podio, ese santuario en el que un selecto grupo de vinos consiguen ubicarse cada año con el lanzamiento de la Guía Peñín, está reservado a unos pocos. Un espacio sagrado destinado a los vinos más puntuados*".

Junto a **Finca el Rincón de Clunia 2014**, los visitantes del salón podrán descubrir el resto de la gama:

Clunia Albillo 2017 - 91 puntos Guía Peñín 2019
Clunia Malbec 2015 - 93 puntos Guía Peñín 2019
Clunia Tempranillo 2014 - 92 puntos Guía Peñín 2019
Clunia Syrah 2015 - 93 puntos Guía Peñín 2019

La razón para que los cinco vinos de Clunia se coloquen año tras año entre los mejores no es otra que este terruño especial, viñas plantadas a 1.000 metros de altitud sobre el nivel del mar que deben luchar contra las inclemencias del tiempo. Viñedos que demuestran un carácter a prueba de los elementos, capaces de dar vinos elegantes y finos, vinos que revelan la esencia de los suelos de Clunia.

El terruño de Clunia ha recibido la admiración de premios y críticas a sus vinos, no sólo de parte de la Guía Peñín, sino de las publicaciones, expertos y concursos clave del panorama internacional, como Wine Enthusiast, Wine Spectator, Decanter World Wine Awards, Tempranillos al Mundo, o el concurso CIVAS (Concurso Internacional de Vino AkataVino Sumilleres de España), por nombrar solamente algunos de los numerosos ejemplos.

El equipo de Bodegas Clunia anima a los amantes de los vinos extraordinarios a explorar el terruño de Clunia a través de sus cinco vinos los próximos 29 y 30 de Octubre en el IFEMA de Madrid con el Salón de los Mejores Vinos de España Guía Peñín 2019.

Nace Las Pisadas 2015, un vino basado en la singularidad del paisaje e historia de Labastida

Es el primer exponente de **La Carbonera**, el nuevo proyecto de la Familia Torres en la Rioja Alavesa centrado en el origen y la tipicidad

LA CARBONERA

Labastida, 17 de octubre de 2018. Las Pisadas es el primer vino del nuevo proyecto de la Familia Torres en la DOCa Rioja, que rinde tributo a la historia vitícola de Labastida, centrándose en el origen y la tipicidad para elaborar vinos singulares que interpreten el paisaje de este rincón de la Rioja Alavesa. Impulsado por la quinta generación y liderado por el enólogo Julio Carreter, este proyecto vitivinícola, que tiene en los viñedos propios su seña de identidad y toma el nombre de su finca más emblemática, La Carbonera, es el resultado del conocimiento adquirido a lo largo de más de una década de presencia en esta región, identificando los diferentes terruños y las mejores parcelas y uvas.

Las Pisadas 2015 es un vino de Labastida. Tinto 100% tempranillo, resulta de un minucioso trabajo de selección de parcelas, caracterización de la tipología de vinos y búsqueda de la tipicidad. Procede de viñedos tradicionales de entre 25 y 50 años, plantados en vaso y cosechados a mano, repartidos en tres zonas situadas a diferentes alturas: la zona baja, próxima a la ribera del Ebro, está situada entre los 440 y 460 metros; la zona media en los alrededores de Labastida se sitúa a 540 metros sobre el nivel del mar, y las parcelas de la zona alta se encuentran a las faldas de la sierra de Toloño, entre 600 y 650 metros de altura, dando lugar a vinos más frescos que los que se obtienen en las otras zonas, más maduros y concentrados.

De la selección de los mejores lotes, que se vinifican por separado en depósitos de acero inoxidable y envejecen durante 10 meses en barricas de roble francés de 225 y 300 litros, parcialmente nuevas, y otros 12 meses en botella, nace un vino fresco, frutal y sedoso, que resalta la tipicidad de los viñedos más privilegiados de la Rioja Alavesa. De intenso color cereza oscuro, carácter deliciosamente frutal, muestra recuerdos de confitura de frambuesas, notas de frutos secos (dátiles) sobre un fondo especiado (clavo) y paladar sabroso, cálido y sensual.

Las Pisadas es, según Julio Carreter, "*un vino de municipio donde hemos pretendido reflejar la tipicidad de la tempranillo de Labastida, de sus diferentes zonas y altitudes que le aportan características concretas. Es un vino con un estilo fresco, donde predomina la fruta a la madera, potenciando la finura y la elegancia frente a la*

concentración". Un vino cuyo nombre evoca los días en que el vino se hacía a cielo abierto, en lagares excavados en la roca, y que interpreta el paisaje del entorno de Labastida, en honor a su largo acerbo vinícola.

La Carbonera, vinos de paisaje

El proyecto La Carbonera marca una nueva etapa para los vinos riojanos de la Familia Torres, focalizada en viñedos propios. Toma el nombre de la histórica finca catalogada como viñedo singular, que se encuentra cerca de la bodega y de la que nacerá en un futuro un vino icono. La singularidad de esta viña radica en la edad de sus cepas (73 años), la extensión de la finca (10 hectáreas) y su valor histórico, ya que aquí se conservan lagares rupestres como testimonio del origen de la elaboración del vino.

Con esta vieja viña de tempranillo como su más pre-ciado tesoro, La Carbonera pone en foco el origen y la tipicidad de la zona, interpretando su paisaje a través de 18 hectáreas de viñedos en propiedad, parcelas plantadas en vaso situadas a diferentes alturas dentro del término municipal de Labastida, con suelos, orientaciones y microclimas distintos.

Con este nuevo proyecto, Familia Torres afianza su apuesta por Labastida, convencida del extraordinario potencial de esta histórica villa en la elaboración de grandes vinos. La centenaria bodega familiar inició su andadura en la Rioja Alavesa en 2006, poniendo a cargo de sus proyectos a Julio Carreter, enólogo oriundo de Vitoria.

Lagares rupestres, patrimonio vinícola de Labastida

Las huellas de la rica herencia vinícola de Labastida, un territorio bendecido por la naturaleza para el cultivo de la vid, se perciben en la misma villa y tam-bién en su entorno, donde se conserva una docena de antiguos lagares de piedra destinados al pisado de la uva para elaborar vino. Escondidas entre viñas, estas ancestrales estructuras constituyen un valioso patrimonio, donde subyace el origen del vino de la Rioja Alavesa. Entre las vides de La Carbonera, se sitúa el lagar conocido como Montebuena Norte, considerado uno de los conjuntos arqueológicos más completos y atractivos de la comarca.

Este ha sido el lugar elegido para el lanzamiento de Las Pisadas 2015, en un acto con medios de comunicación celebrado martes, 16 de octubre, en el que se recreó el pisado y prensado de las uvas en lagares de piedra. El evento fue presentado por Julio Carreter, acompañado de Xavier Rubires, enólogo jefe de las bodegas de Familia Torres fuera de Cataluña, y de Miguel Ángel Larreina, uno de los mayores expertos en la Rioja Alavesa y autor de la obra inédita realizada con motivo de esta presentación, donde resume las particularidades que hacen de la Rioja Alavesa una región vitivinícola especial, vinculando el vino con la historia de la comarca, las características de sus viñedos y los aspectos de su biodiversidad.

Las Pisadas 2015. Precio recomendado en tienda especializada: 12 €

Antoni Daimiel: “Uno toma vino de La Seca e inmediatamente juega mejor al fútbol”

Referente informativo nacional de una NBA que ha arrancado esta madrugada, Daimiel charla con Benjamín de su infancia en Valladolid, del Pucela, de baloncesto, de gastronomía… y de vino

La Seca (Valladolid), 17 de octubre de 2018.- Sentados en el banquillo, aunque protagonistas. Antoni Daimiel y Benjamín Zarandona calientan antes de comenzar su partido. Primero, unas canastas. Después, unos tiros a puerta. Listo. Ya pueden ‘jugar’. “Yo me crío en Valladolid […] Por trabajo de mi padre, cuando tengo cuatro años vamos a Valladolid y vivo de niño un Real Valladolid muy bueno en Segunda División y el ascenso a Primera”. Primer bote de Daimiel, que se acerca al perímetro de la ciudad de su niñez. Benjamín le sigue con un ‘pick and roll’ al preguntarle por el Pucela actual. “Viví la explosión del ascenso, con el play-off, muy ilusionado, y le veo muy bien”, contesta Daimiel, ya muy cerca del aro. Bajo el tablero, aparece la figura de Ronaldo, nuevo presidente del Real Valladolid: “A mí me ilusiona, pero sobre todo lo que tiene que dar es estabilidad. Si el tema deportivo funciona, creo que es muy importante a nivel de imagen internacional que Ronaldo esté ahí y le va a venir muy bien al Real Valladolid”. Dentro.

Antoni Daimiel, considerado uno de los mayores expertos en NBA de España, ha dedicado su vida profesional al periodismo deportivo. Tiene buena mano y recoge el guante de Benjamín, que le interroga sobre la temporada de baloncesto en EEUU, comenzada esta misma madrugada. La conversación se detiene en Lebron James. “Un gran enamorado del vino. El vino se ha puesto de moda entre las grandes estrellas de la NBA. […] Lebron dice que todos los días se bebe una copa de vino”, asegura Daimiel. “La referencia que hay que dar a Lebron, a quien también le gusta el fútbol, es que uno toma vino de La Seca e inmediatamente juega mejor al fútbol”, bromea el comentarista, que secunda el guiño de Benjamín de llevar a ‘King’ James una caja de #Verdejo #CuatroRayas a Los Ángeles.

Tras el tiempo muerto, el juego vuelve al campo de Valladolid. "De Valladolid sobre todo me gusta el equilibrio, la seriedad y los valores que tienen que ver con el decoro y la educación", asegura Daimiel, que reconoce que Valladolid "es una ciudad ideal para practicar deporte". La gastronomía y el vino sirven de tablero y el partido está en sus últimos compases. Suena la bocina. Se hace el silencio en la cancha. ¡Chin chin! Un #brindisalgol por el deporte ¡Salud! Puedes ver el vídeo completo en el canal de youtube de Cuatro Rayas (https://www.youtube.com/watch?v=sHRasgzU1FE).

Brindis al gol

Bodega Cuatro Rayas crea este espacio dentro su patrocinio del Real Valladolid. Constituye un punto de encuentro para los amantes del fútbol en general y del Real Valladolid en particular. Abierto y desenfadado, busca trasladar el lado humano de un deporte que apasiona a millones de personas en el mundo. Antoni Daimiel es el tercer invitado de Benjamín, maestro de ceremonias. Próximamente, nuevas figuras públicas charlarán con él para desvelar sus anécdotas y curiosidades. Rostros conocidos del mundo del deporte, los medios de comunicación, el espectáculo... ¿Quién será el siguiente en hacer un 'brindis al gol' con Cuatro Rayas?

La edición física de la Guía Peñín de los Vinos de España 2019 incluye cerca de 12.000 vinos

Llega la Guía Peñín de los Vinos de España 2019 con información de aproximadamente 12.000 vinos. La edición física de esta publicación se encuentra ya disponible y estará en los principales puntos de venta en los próximos días.

Con una **cifra récord de cerca de 12.000 vinos catados**, sale al mercado la **Guía Peñín de los Vinos de España 2019** en formato físico. Aunque **su versión online está disponible de manera íntegra desde el pasado mes de julio**, la guía en papel, en su **29ª edición**, llegará durante los próximos días a todos los **puntos de venta** habituales (librerías especializadas, Fnac, El Corte Inglés, Amazon, las principales grandes superficies a nivel nacional y a través de www.guiapenin.com) a un precio de **22 euros**.

En sus **1.296 páginas**, la **Guía Peñín 2019** incluye un total de **11.846 vinos catados**, cifra con la que, un año más, **vuelve a batir su propio récord de referencias evaluadas**. De este número total, **un 35% han alcanzado una valoración mínima de 90 puntos**, donde destacan **231 vinos** que se sitúan en el denominado **"Podio de la Guía"**, por haber obtenido **95 puntos o más.** Por **categorías,** los **tintos** vuelven a suponer el grueso de la guía, con un **54% de los vinos catados**. Por detrás, se sitúan los **blancos** (**26%**), seguidos de los **espumosos** (**8%**), los rosados (**7%**), y los **generosos** y **otras categorías** (5%).

El lanzamiento de la versión física de la Guía Peñín coincide con la celebración del **Salón de los Mejores Vinos de España**, que se celebrará los días 29 y 30 de octubre en el Pabellón 14 de IFEMA (Madrid). El evento, que alcanza su

décimo novena edición, servirá de **escaparate para que las bodegas españolas puedan presentar sus elaboraciones calificadas con 90 puntos o más ante los profesionales del sector**.

Las **versiones en inglés y alemán** saldrán al mercado **a finales de octubre**, con lo que quedarán publicadas todas las ediciones de la Guía Peñín 2019. La gran novedad de este año será la elaboración, por primera vez en su historia, de una **Guía Peñín en chino**. Esta guía, que será **exclusivamente online**, estará disponible a partir del 12 de noviembre e **incluirá más de 1.500 vinos españoles ya presentes o con intención de estarlo en el mercado chino**.

La vendimia en Castilla y León alcanza el ecuador con más de 200 millones de kilos de uva

Supera ya los 175 millones recogidos el pasado año, en una campaña que se caracterizó por la escasez

El año pasado por estas fechas, la vendimia había llegado prácticamente a su fin en **Castilla y León**. La sequía provocó un adelanto generalizado de la recogida de uva que, unida a las heladas de finales de abril y principios de mayo, tuvo como principal consecuencia una reducción media del 40% en la cantidad de uva y, por ello, de vino. Por el contrario, las abundantes lluvias de primavera y principios de verano de este año han puesto las cosas en sus sitio, de manera que la campaña de **vendimia estaba el Día del Pilar en pleno apogeo** salvo casos excepcionales en los que la recogida ha llegada casi a su fin porque son zonas en latitudes situadas más al sur. Por el momento, se han cosechado **más de 200 millones de kilos de uva en las 13 denominaciones de origen de la comunidad autónoma**, cuando en 2017 se recogieron alrededor de 175.

Las escasas lluvias del jueves de la pasada semana no generaron más que pequeñas interrupciones en las labores de la vendimia, sin mayores consecuencias. Solo la DO Arlanza se vio obligada a parar. **La vendimia arrancó en la región en Cebreros y Sierra de Salamanca**, que esperan cerrar los lagares la próxima semana. La directora técnica de la DOP Cebreros, Marta Burgos, señaló que el pasado lunes llevaban recogidos 957.000 kilos, por lo que es fácil que se alcance el millón previsto.

«La mayoría de la uva ya está en las bodegas de la **DOP Sierra de Salamanca, donde se han cosechado unos 300.000 kilos** y se espera que la vendimia concluya el lunes», según explicó Miquel Udina.

La DO Rueda se lleva la palma con 130.705.456 kilos de uva a día de hoy, de los que el 99,04% corresponde a variedades blancas, principalmente verdejo. La recogida arrancó el 17 de septiembre y está a punto de concluir. De hecho, bodegas como Hijos de Alberto Gutiérrez y Cuatro Rayas ya han terminado.

Al menos quedan diez días de vendimia en la **DO Tierra de León, donde ya se ha cosechado cerca del 85% de la uva**. Hasta el Día del Pilar se habían recolectado **2,1 millones de kilos**, aunque el director técnico, Alejandro González, confía en que se alcancen los 2,5 millones, todavía muy por debajo de una año normal, debido a que esta comarca fue la más afectadas por las heladas en 2017 y todavía sufre las consecuencias.

En la **DO Ribera del Duero, la recogida de uva se inició el 17 de septiembre y, hasta el 16 de octubre, se han recogido 87.605.667** kilos. Únicamente 12 bodegas han cerrado, mientras que 232 están en plena campaña.

Por su parte, Santiago Castro, director técnico de la **DO Toro, apuntó que llevan 15,6 millones de kilos** hasta el 12 de octubre. En la DOP Valles de Benavente se han recogido hasta ahora 750.000 kilos y en la DO Arribes, medio millón.

Hsta el 15 de octubre, **la DO Cigales había vendimiado 6.608.609 kilos** de uvas, aunque las previsiones están en los ocho millones, según confirma Águeda del Val, directora técnica del consejo regulador

EL CORREO DEL VINO DIARIO

Reportaje

Sumilleres, los grandes desconocidos del mundo del vino

La presidenta de la Asociación de Sumilleres de la provincia reivindica el papel de estos profesionales más allá de la alta restauración

"No se trata sólo de abrir botellas y tener el vino frío", señala Mª Carmen Martínez, quien alude a otras muchas facetas del sumiller que ayudan a vender el vino y a generar valor añadido

Deberían estar en las **bodegas, tabancos, distribución**... pero su presencia se limita en la provincia a restaurantes de alta cocina y poco más. Hablamos del **sumiller,** el gran desconocido o incluso marginado del mundo del vino en una provincia en la que, según la presidenta de la **Asociación de Sumilleres de Cádiz,** María del Carmen Martínez, se cuentan con los dedos de las manos.

"Entre restaurantes y hoteles, en la **provincia** habrá a lo sumo **diez sumilleres** que ejercen la profesión", señala la presidenta de la asociación, que entre sus funciones ejerce la **defensa** de este **colectivo** dentro y fuera de las salas de los restaurantes con los que por norma general se les asocia, pues además de **eslabón entre el vino y el consumidor final**, el sumiller abarca otras muchas vertientes como la **asesoría, la formación y la comunicación**

La también directora de la recién creada Escuela de Sumilleres, con sede en **Jerez,** compartió días atrás muchas de estas reflexiones dentro del ciclo de conferencias de Williams & Humbert, donde abordó la situación del colectivo a través de la ponencia **'El sumiller del siglo XXI: Sensaciones y emociones'.**

Para Martínez, el sumiller no sólo se encarga de acercar el vino al resto de personas, ya sean profesionales o consumidores, pues también es capaz de **crear** y ofrecer **experiencias únicas** a los destinatarios de su mensaje. "Los consumidores y empresarios –entre ellos los bodegueros– piensan que el sumiller es algo elitista e inaccesible, pero luego les encanta que el sumiller les asesore, que les lleve a través de los vinos, aunque por desgracia lo perciben como algo muy vinculado a la alta restauración", explica.

La también gerente de Miss Catas y **formadora homologada envinos de Jerez**, vinos canarios y cava reivindica la figura del sumiller más allá de las salas de los restaurantes, pues "somos vendedores" que, por tanto "ayudamos a **vender vino** y, cuanto más formes, más vino venderás, también jerez". por lo que "dónde haya una carta de vinos

que defender, tiene que haber un sumiller y no me refiero sólo a la alta restauración, sino también a bares y tabancos, bodegas, distribuidoras de vinos, empresas de gastronomía...".

Precisamente, la **relación con las bodegas** es una de las grandes **asignaturas pendientes** del colectivo, indica la presidenta de los sumilleres, quien puntualiza que en Jerez únicamente hay una gran bodega, González Byass, que cuenta con un profesional del ramo, y un restaurante, Mantúa, en el que trabajan otros dos.

No se trata de que las bodegas tengan en plantilla un **sumiller,** puntualiza Martínez, quien considera que estos profesionales pueden complementarse como ***freelance*** con la figura del **enólogo**, para ofrecer una visión más objetiva de los vinos en **catas y presentaciones** que la de la persona que elabora estos productos y que se deja llevar más por las emociones y sentimientos.

"El sumiller podría aportar mucho", señala en este sentido Martínez, quien insiste en que "**no es cuestión sólo de abrir botellas** en un restaurante y **mantener el vino frío**, pues lo nuestro es **crear experiencias y valor añadido**".

Descienden las indemnizaciones por seguro de herbáceos y por uva de vino en 2018

En esta campaña, se han pagado 77 millones por seguro de herbáceos y más de 56 millones para la uva de vino

En 2017, las indemnizaciones fueron "las más elevadas en la historia del seguro agrario" con más de 220 y de 74 millones de euros

Las indemnizaciones de 2018 por seguro de herbáceos han llegado a los 77 millones y a más de 56 millones para la uva de vino, unas cantidades bastantes más bajas que las que se pagaron en la campaña 2017, en la que las indemnizaciones de estas líneas de seguro fueron "las más elevadas en la historia del seguro agrario" con más de 220 y de 74 millones de euros, respectivamente.

Durante la Jornada que Agroseguro ha celebrado en Toledo, la directora general de la entidad, Inmaculada Poveda, ha destacado la importancia de estos cultivos en la comunidad autónoma y, por ello, el apoyo que los organismos públicos, tanto estatales como autonómicos, otorgan a la contratación de los seguros agrarios.

Por otro lado, ha recordado la "elevada siniestralidad que estas dos líneas de seguros registraron en la campaña pasada (más de 220 millones de euros en cultivos herbáceos y de 74 millones en uva de vinificación), así como el "considerable esfuerzo que tuvo que realizar Agroseguro para agilizar las tasaciones y los pagos de las indemnizaciones.

Por su parte, el director de ENESA (Entidad Estatal de Seguros Agrarios), José María García, ha hecho un repaso sobre la situación del seguro agrario, destacando las principales cifras de contratación, indemnizaciones y subvenciones de las últimas campañas.

A continuación intervinieron el subdirector de Seguros Agrarios del Consorcio de Compensación de Seguros, Domingo Varela, que ha explicado las funciones de dicho organismo en el Seguro Agrario y ha repasado las cifras de su papel como reasegurador en las últimas campañas.

El director de SAECA (Sociedad Anónima Estatal de Caución Agraria), Rafael Pizarro, ha detallado la posibilidad de fraccionar el pago de las primas con el aval de esta Entidad; y, por parte de Agroseguro, Félix Novoa, director del área Técnica, que presentó las novedades más importantes de los seguros de herbáceos y de viñedo para esta campaña.

Finalmente, la directora general de Agricultura y Ganadería de la Junta de Castilla-La Mancha, Cruz Ponce clausuró la jornada destacando la importancia de los seguros agrarios para el sector en la región y agradeciendo la masiva asistencia a la cita

Aumentó la exportación de vinos a granel en Argentina

La venta de vinos a granel de Argentina en los mercados externos creció en un porcentaje del 582,6% si se compara septiembre de 2018 con el mismo mes del año pasado, mientras que el mosto concentrado en el mismo período tuvo un incremento del 110,9%, de acuerdo a las cifras oficiales del INV (Instituto Nacional de Vitivinicultura).

Esa reacción favorable en estos productos denominados 'comodities' no se vio aún reflejada en los vinos fraccionados, con mayor valor agregado, ya que de acuerdo al mismo informe y en el mismo período tuvieron una merma del 10,3%.

Juan Ángel Rodríguez, gerente general de Fecovita (Federación de Cooperativas Vitivinícolas Argentinas), indicó que en ese marco "el cooperativismo está apuntando a sacar graneles y mosto", y apuntó: "La situación actual de cambio nos favorece".

"Sobre todo se está viendo un gran incremento en los de la graneles y el mosto, y ante la situación cambiaria, eso nos permitió ser más competitivos. Pero como es un 'comoditie', el comprador que conoce de la devaluación, nos pide que bajemos los precios", explicó.

A su vez, el dirigente cooperativista, apuntó: "A nosotros se nos encarece por la devaluación los costos internos que están dólarizados, como los insumos, o el flete que es más caro por vía terrestre de Mendoza a Buenos Aires, que de Buenos Aires a Europa", por lo que agregó que "no es que ganes el 100% de lo que fue la devaluación, pero si te mejora la posición".

Además, Rodríguez dijo que "la cosecha 2018 ha sido más grande de lo esperado, por eso hubo demasiado stock, y poderlo colocar afuera nos permite mejorarle el precio al productor".

"Hoy en lo graneles –añadió- apuntamos no sólo a los países periféricos, sino también tenemos presencia en otros mercados como algunos países de Europa, debido a la merma en la cosecha de los países europeos", y explicó que "esto nos encuentra mejor posicionados, muy bien en los blancos y con este nuevo dólar en algunos tintos también, y mejora el precio del Malbec que había quedado muy desfasado".

En relación a los vinos fraccionados, este 'viento de cola' "también nos sirve y lo estamos aprovechando", sostuvo el cooperativista, aunque agregó que para esos productos "son otros los tiempos, hay que manejar marcas, convenios, etcétera".

De acuerdo al informe oficial del INV, en el comparativo Enero-Septiembre de 2018 se despacharon al exterior 578.714 hectolitros (hl) de vino a granel, contra 236.510 hl del mismo período de 2017; y en cuanto al comparativo de mosto concentrado se exportaron 73.196 toneladas entre principio de año y el mes pasado, contra 43.537 toneladas del mismo período de 2017.
Fuente: https://www.mdzol.com/dinero/Aumento-la-exportacion-de-vinos-a-granel-20181006-0123.html

Las ventas de vino en latas en los EE. UU. Como millennials adoptan un formato alternativo

La demanda de vino en latas en los EE. UU. Se ha disparado, especialmente entre los millennials a quienes les gusta la portabilidad y la conveniencia que ofrece el formato.

En el año entre junio de 2017 y junio de 2018, las ventas de vino enlatado aumentaron en un 43%, y el mercado ahora vale $ 45 millones.
Graham Veysey, fundador de Mancan, el primer vino exclusivo en una compañía de latas en los EE. UU. Dijo a Business Insider South Africa que el futuro parece muy prometedor.
"Mancan ha estado experimentando un serio crecimiento año tras año con las colocaciones en los principales minoristas de los Estados Unidos", dijo. Y los compradores que fueron rechazados por el concepto hace solo tres años ahora son conversos, afirmó.
Ahora hay más de 100 marcas de vino enlatado en los EE. UU., Y los productores australianos ahora también están luchando a bordo, con Innocent Bystander lanzando un vino enlatado este año, a pesar de que la compañía australiana no lanzó el mismo producto al mercado hace cinco años.
"En mercados como los EE. UU., El vino en latas ha experimentado una importante adopción en los últimos años, y creo que los amantes del vino australiano están listos para embarcarse", dijo Mat Janes, director de Innocent Bystander.
"Ha habido un cambio significativo en el nivel de aceptación del comercio del vino". La principal resistencia que debe superarse, de manera similar a los tapones de rosca de la época, son las opiniones establecidas sobre el empaque del vino. En Australia nos encantan nuestras botellas de 750 ml y los bebedores de vino, los minoristas y los establecimientos locales han luchado para adoptar nuevos formatos para el vino ".
Pero es una historia diferente en Sudáfrica, donde los bebedores de vino son relativamente conservadores, según Phillip Retief, director ejecutivo de Van Loveren Vineyards , que vende su gama Tangled Tree en botellas de PET y Unplugged Pouches, una bolsa de papel de aluminio portátil con un grifo.
"En general, es una venta difícil y la mejor manera de obtener tracción es a través de precios agresivos. Creo que se trata de la seguridad, o la confianza, en un determinado tipo de embalaje.
"También muestra que la economía está bajo presión y los consumidores no quieren gastar dinero en algo nuevo por el riesgo de cometer un error". Hace dos años, Van Lveren quería comenzar a producir vino enlatado, pero no pudo obtener la aprobación.

Los productores de uva de la costa norte de California encuentran menos compradores para la cosecha de este año

Los productores de uva de vino de la costa norte de California están encontrando menos compradores para su cosecha considerable este año, con la cosecha actualmente en el punto medio.

"Los cultivos en general están recolectando más de lo estimado", dijo Brian Clements, de Turrentine Brokerage, con sede en el condado de Marin, al North Bay Business Journal . "Las bodegas en su mayor parte no están tomando excesos".
En general, los contratos de uva tienen cláusulas de tonelaje máximo que pueden limitar lo que comprará una bodega según los pronósticos durante la temporada, agregó. Clements dijo que tenía Sauvignon Blanc, Chardonnay y Pinot Noir para vender, alegando que el vino excedente seguía sin venderse debido a problemas con el espacio del tanque de la bodega.
Si bien las ventas de vino embotellado aumentan, no son tan fuertes como lo habían indicado los pronósticos anteriores, por lo que el mercado para el exceso de uvas se ha desacelerado un poco, dijo.
La cosecha de uva de vino de la costa norte, excluyendo parte del condado de Solano occidental, fue de casi 465,000 toneladas, un 7.8% menos que en 2016 y un 5.9% menos que el promedio de cinco años según el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos . Sonoma y Napa tuvieron rendimientos inferiores al promedio el año pasado de casi 205,000 toneladas y 141,600 toneladas, respectivamente.
Los cultivadores del Condado de Napa comenzaron a recoger Cabernet Sauvignon, la variedad principal de la denominación en términos de volumen a fines de septiembre, y según Heidi Solinger, de Napa Valley Grapegrowers, comercializan las temperaturas pronosticadas durante las próximas semanas de altas temperaturas diurnas en los años 70 a 80. dará como resultado que la cosecha finalice a fines de este mes.
Sam Kaplan, gerente de viñedos y enólogo de Arkenstone Vineyards en la denominación de Howell Mountain en el condado de Napa, dijo que la temporada de crecimiento "ideal" de este año ha dado como resultado que la fruta de alta calidad que se había anticipado entraría en producción.
"El clima ha sido perfecto: en general, constantemente cálido, lo que permite un desarrollo completo de la fruta", dijo. "Con estas condiciones ideales, hemos podido espaciar nuestras selecciones y traer fruta de manera constante".

El condado de Sonoma está a mitad de camino de su cosecha, luego de una carrera a principios de este mes, según Karissa Kruse, presidenta del grupo comercial de viticultores del condado de Sonoma . "La temporada de crecimiento antes de las lluvias ha sido bastante ideal, sin mucha presión", dijo Kruse.

Pero como el pronóstico mostró que llovería a principios de este mes, los cultivadores de la Costa Norte fueron impulsados a la acción para traer la mayor cantidad de fruta posible a las bodegas antes de que cayera la lluvia el 1 de octubre, lo que generó preocupación por la podredumbre.

"Como todos los años, no sería una cosecha sin un enredo con la madre naturaleza, pero los cultivadores están de regreso y las uvas están bien", dijo Kruse.

Algunas uvas de maduración temprana Pinot noir y Chardonnay aún permanecieron en las vides en los condados de Napa y Sonoma la semana pasada, que son más susceptibles a los problemas de podredumbre debido a su piel más delgada.

Ahora, los cultivadores están comenzando a escoger las variedades rojas de maduración más lenta, a saber, Merlot, Zinfandel y Cabernet Sauvignon.

Los precios de la uva de champán ven décimo aumento consecutivo de precios, a pesar del mayor rendimiento registrado

Los productores de champaña están celebrando una de sus mayores añadas, pero a pesar de los altos rendimientos, los precios de la uva aumentarán en un 5%, lo que hace de 2018 el décimo año de incrementos consecutivos.

Si el aumento de precios alcanza el 3%, el precio promedio de las uvas alcanzará un nuevo récord de 6,2 € por kilo, alcanzando los 6 € el año pasado.

Bruno Paillard, presidente y director ejecutivo de Lanson-BCC y propietario de Champagne Bruno Paillard, dijo que los aumentos fueron de entre el 2% y el 5% en la región, con las tasas más altas en los sitios más prestigiosos, y agregó que hubo alrededor de un 20%. Diferencial de precios entre las uvas en el área de Aube de Champagne y los sitios de Grand Cru en la denominación.

Las uvas más baratas que se pueden encontrar en esta cosecha se venden por € 5.5 y hasta € 8 en el nivel superior. Paillard, quien acaba de lanzar un Champage sin azúcar llamado D: Z, que representa la dosis cero, dijo a Drinks Business que la razón por la cual los precios de la uva están aumentando a pesar de la cosecha de alto rendimiento, se debió a los negocios de marca fuerte en la región, y agregó que las alzas de precios no estaban siendo impulsadas por los productores.

"Los productores no están pidiendo esto [la inflación del precio de la uva], sino los grandes jugadores que tienen éxito y que quieren crecer", dijo.

Hablando sobre la gran cosecha de este año, Paillard registró la naturaleza inusualmente abundante de la cosecha de 2018, señalando que si bien los rendimientos de Champagne normalmente están en el rango de entre 4,000 kg / ha y en su nivel más alto, 16,000 kg / ha, este año en algunos lugares, que subió a 20,000kg / ha o más. "Ha sido increíble", dijo.

Sin embargo, debido a que los rendimientos son limitados en la denominación, incluso con un subsidio adicional para recoger uvas para hacer vino para reserva, algunos productores tuvieron que dejar los racimos en el suelo. Pero debido a que la ley de apelación dicta que todas las uvas deben ser cosechadas, Paillard explicó que cualquier productor o productor que exceda el límite establecido para los rendimientos de este año, recurriría a los cosechadores mecánicos para eliminar las bayas al menor costo posible.

Paillard dijo que la cosecha de este año le recordó a 1982 y 2003, diciendo: “Es 75% '82 y 25% '03, con el primero para el volumen y el hermoso estado de las uvas y el segundo para la madurez adicional. Tenemos todo para crear los mejores vinos durante algún tiempo ... no hay razón para que no tengamos éxito, solo necesitas la voluntad y la habilidad ".

Precios medios de uva Champagne desde 2006 (€ por kilo)

2006 € 4,81
2007 € 5,11
2008 € 5,40
2009 5,25 €
2010 € 5,36
2011 5,60 €
2012 € 5,73
2013 € 5,80
2014 5,89 €
2015 5,89 €
2016 € 5,90
2017 € 6.00
2018 € 6.20 (estimado)

EL CORREO DEL VINO DIARIO Sector Del Aceite

A las almazaras Jienenses se les quedan 88.413 toneladas en las bodegas

Jaén tiene un "stock" parecido al del año pasado, mientras que España cierra con un enlace de 375.500

Alas almazaras jiennenses se les han quedado 88.413 toneladas de aceite de oliva en las bodegas. El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación cerró la campaña de comercialización el 30 de septiembre y ahora la Agencia de Información y Control de Mercados —depende también del Ministerio— ofrece las primeras cifras. A Jaén no le ha ido nada mal, ya que ha mantenido un buen pulso en la campaña de comercialización que le ha permitido sacar zumo de aceituna durante todos los meses y, a la par, mantener una estabilidad en los precios. Los agricultores tienen claro que sacar mucho género a la vez tira el precio, por lo que muchas cooperativas abogan por repartir la cosecha en partidas y sacarlas mes a mes. Así, se obtiene una rentabilidad acorde con el precio medio que se maneja en el mercado.

La Agencia de Información y Control Alimentario publica que Jaén dispondrá de un enlace de 88.413 toneladas. Si se tiene en cuenta que el año pasado fue de 79.151, solo son 9.262 toneladas más, por lo que se puede señalar que la campaña ha sido positiva. De todos modos, no solo hay que tener presente el aceite que queda en Jaén, sino el que ha sobrado en España. Las cooperativas y almazaras de la provincia han de liquidar las 88.413 toneladas, pero las operaciones de compra y venta estarán marcadas por la disponibilidad que exista en otras provincias. En este sentido, las fábricas de agricultores del país cuentan con 217.555 toneladas frente a las 176.280 de hace un año. Aquí sí que se nota un incremento algo superior, lo que deja claro que los agricultores jiennenses han manejado los tiempos para contar con un volumen parecido al de hace un año —que vendieron sin problema después—, mientras que en España ha costado algo más.

Si se tiene presente el aceite de oliva que tienen los envasadores y, también, el que ya se encuentra embotellado listo para la venta, el Ministerio confirma que el "stock" de campaña es de alrededor de 375.500 toneladas. Es más que otros años, pero una cifra perfectamente asumible para el mercado. De hecho, existe una particularidad que favorecerá la eliminación de ese aceite que sobró del año pasado, como es el retraso de la próxima cosecha. Los agricultores dan por hecho que saldrán a recolectar unas semanas más tarde porque el fruto tardará más en madurar. De ahí que el "stock" será determinante para abastecer al mercado.

Atentos a la llegada de los aceites portugueses

Los operadores del mercado oleícola afrontan unas semanas determinantes. Ya no hay aceite en buena parte de las provincias, por lo que para cerrar operaciones de compra hay que acudir a Jaén, Córdoba o a Granada. En el resto es mucho más complicado encontrarlo. En cambio, los primeros caldos de la nueva campaña que llegarán al mercado vendrán del país vecino. Portugal ha multiplicado las hectáreas dedicadas al olivar durante los últimos años. En cambio, no lo ha hecho por medio del cultivo tradicional, sino con olivares intensivos o superintensivos. La arbequina es la variedad más utilizada, que madura mucho antes que la picual, por lo que los aceites portugueses estarán muy pronto en los lineales de venta.

Son productos que vienen de explotaciones muy modernas, por lo que tienen menos gastos de recolección y, consecuentemente, más márgenes en el mercado. De ahí que sí que podrían empujar los precios hacia abajo durante unas semanas.

El aceite de oliva se populariza entre los consumidores brasileños

Durante un largo periodo de tiempo, en Brasil el consumo del aceite de oliva se redujo a las colonias de inmigrantes europeos, principalmente las procedentes de la zona mediterránea, como los portugueses, italianos y españoles. No obstante, el producto ha comenzado a popularizarse entre los consumidores brasileños y se considera cada vez menos un bien de lujo y exótico para consumir de manera esporádica, según un estudio de ICEX España Exportación e Inversiones.

El cambio en los hábitos alimentarios de la población brasileña hacia productos más saludables y la creciente preocupación por la salud han provocado que aumente significativamente, en los últimos años, la demanda de aceite de oliva por parte de estos consumidores.

En primer lugar, según ICEX, porque se percibe el aceite de oliva como una alternativa más sana que las tradicionales grasas y aceites para cocinar y, en segundo lugar, porque se está incorporando en la cesta de la compra habitual.

Asimismo, el estudio resalta que la imagen del aceite de oliva en Brasil es "muy positiva" y las características que más valoran los consumidores son el sabor, el origen, el cuidado del envase y etiquetado en el que se presenta.

El perfil de los principales consumidores de aceite de oliva son personas de mayor edad y a su vez con mayor poder adquisitivo, en concreto las clases A y B (clases sociales más altas) que buscan aceites con altos estándares de calidad, y la clase C (clase social media), que poco a poco va aumentando su tasa de consumo, y busca aceites a precios más competitivos.

El brasileño ha consumido de media, en los últimos cinco años, 320 gramos per cápita cada año, cuya tasa es bastante inferior a la media de consumo de los países que representan mayores tasas, por lo que su margen de crecimiento todavía es amplio en este mercado, según ICEX.

En la actualidad, Brasil es el 14º mercado en el consumo de aceite de oliva en el mundo, según el Consejo Oleícola Internacional (COI), adelantando a Japón, en la campaña oleícola de 2016/17.

Para hacer frente a la demanda, los brasileños dependen casi al 100% de la importación de este producto. Se ha registrado una pequeña producción nacional que se produce en los estados de Minas Gerais y Rio Grande do Sul, en donde se están llevando a cabo proyectos para desarrollar y potenciar las plantaciones de aceite de oliva existentes, así como fomentar la cultura y el consumo de este producto.

El principal origen de las importaciones brasileñas de aceite de oliva es Portugal, alcanzando en 2017 una cuota del 63% en valor, seguido de España, Argentina y Chile con un 14%, 8% y 7%, respectivamente.

Presencia del producto español

El aceite de oliva español está presente en las principales cadenas de distribución, como Carrefour, Pão de Açúcar, Cencosud y Walmart, si bien ICEX subraya el uso cada vez más extendido del canal de distribución *on line*; así como el aumento de las tiendas especializadas, denominadas emporios, y que se encuentran enfocadas en productos gourmet. A su juicio, el canal Horeca también ofrece grandes oportunidades, especialmente con el crecimiento del número de restaurantes de comida española en las ciudades más cosmopolitas de Brasil.

Bélgica confirma su primer caso de *Xylella fastidiosa* en olivos procedentes de España

El pasado 27 de septiembre fue detectado por primera vez en Bélgica un brote de *Xylella fastidiosa*. Ocurrió en una empresa de Roeselare (Flandes Occidental) en olivos procedentes de España y de los cuales varios presentaban síntomas sospechosos, según ha informado la Agencia Federal para la Seguridad de la Cadena Alimentaria (AFSCA).

Algunas de las plantas todavía estaban presentes en la empresa, mientras que otras se habían vendido a diversas compañías y centros de jardinería.

Todas las plantas contaminadas y todos los olivos presentes en la empresa en Roeselare fueron destruidos. La AFSCA está llevando a cabo todas las investigaciones necesarias para determinar si la bacteria se ha diseminado y garantizar que no se requieren más acciones.

Esta agencia ha destacado que la Xylella fastidiosa es una bacteria que infecta una gran cantidad de especies de plantas, causando daños graves en olivos, cítricos y viñedos, pero también en espacios verdes públicos y áreas urbanas.

"Debido al verano cálido y seco que acabamos de experimentar, es posible que haya evidencia de secado de las plantas, que no es necesariamente causado por la bacteria Xylella fastidiosa", ha resaltado la AFSCA, al tiempo que ha recordado que para combatir su introducción y propagación en Europa, la Comisión Europea (CE) ha definido medidas de protección estrictas. Así, todos los Estados Miembros han puesto en marcha un plan de vigilancia y control para detectar esta bacteria y combatirla.

Asimismo, este organismo está llevando a cabo todas las investigaciones necesarias para determinar si la bacteria se ha propagado más allá de la empresa de Roeselare. Esta investigación consiste en una inspección visual y muestreo de plantas sensibles dentro y alrededor de la compañía, así como un estudio de la presencia de vectores. "En la actualidad, no hay evidencia de que la enfermedad se haya propagado más allá de los lotes contaminados", ha insistido.

Los olivareros y almazaras italianos se unen frente a los desafíos del mercado internacional del aceite de oliva

El pasado 7 de octubre se celebró una mesa de trabajo en el **Villaggio Coldiretti del Circo Máximo de Roma**, organizada por **Unaprol cuyo objetivo fue desarrollar la cadena de producción de aceite de oliva italiano**, estando presente una delegación de almazaras. Durante la reunión, los objetivos trazados fueron la posibilidad de **crear nuevas sinergias entre las fincas olivareras y las almazaras mediante la definición de una ruta común para responder a las dema**ndas, tanto en términos cuantitativos y cualitativos, procedentes de los mercados internacionales como el propio mercado interno. "Necesitamos una mayor complicidad entre las almazaras y el mundo de la producción, especialmente ahora, en vísperas de una campaña de aceite de oliva cuantitativa muy negativa", explica David Granieri, presidente de Unaprol. "Ya tenemos **350 molinos entre nuestros miem**bros, Por este motivo, hemos decidido diseñar una nueva estrategia con la creación de la **Rete Italiana Frantoi que puede garantizarles más asistencia y representatividad**. Para este fin, es esencial que los fondos se asignen a un plan nacional de aceite de oliva que proporcione apoyo finainciero a las áreas en crisis del sector, la replantación de nuevos olivares y una serie de incentivos para el desmantelamiento de almazaras obsoletas y para la mejora cualitativa de las existentes ".

En esta misma convocatoria Unaprol proporcionó las estimaciones para la campaña oleícola 2018/2019 en Italia, con los datos procedentes del Istituto di Servizi per il Mercato Agricolo Alimentare (ISMEA), donde se espera una disminución general del 38% en la producción italiana, correspondientes a unos 265 millones de kilos, un valor cercano a los mínimos históricos. La producción en las principales regiones olivareras disminuirá considerablemente, en Puglia (-58%), la cual corresponde a la mitad de la producción de aceite de oliva italiano. En Calabria (-34%), Sicilia (-25%), Campania (-30%) y Lazio (-20%), se produce un descenso de la producción causada por los vientos fuertes durante la floración y sobre todo por las heladas de febrero que dañó 25 millones de olivos. A pesar de estos dato, la calidad de la producción italiana es excelente.

¡VINOEMPLEO!

PARA VER CUALQUIERA DE ESTAS OFERTAS DE EMPLEO Y OTRAS MÁS, PUEDE CONECTARSE A LA PAGINA WEB DE VINO EMPLEO:

www.vinoempleo.es

CODORNÍU

Codorniu selecciona Responsable de Laboratorio para su bodega de cava en Sant Sadurní

Export Manager

VIRGEN DE LAS VIÑAS

Virgen de las Viñas Bodega y Almazara SC de CLM selecciona Export Manager

COMERCIAL NACIONAL

Bodegas Máximo Abete de la DO Navarra selecciona Ayudante Enología,

Delegado/a Comercial

cOnO consultores

Casulá Asociados selecciona para importante Grupo Bodeguero, con viñedos propios y productora de vinos modernos, perteneciente a empresa familiar de la Rioja a un/a DELEGADO/A COMERCIAL CATALUÑA - BALEARES

REF. 001. VENTA DE VINO EMBOTELLADO

- 18.150 botellas de Vino Rosado de 12,00º
- 13.584 botellas de Vino Tinto de 13,50º
- 10.272 botellas de Vino Blanco de 12,00º

Todas las botellas están etiquetadas con marca propia, y figuran dos idiomas en la etiqueta: español y ruso.

REF. 002. DISTRIBUIDORA DE VINOS . SE OFRECE

Distribuidora y Almacenista de vinos, busca bodegas de toda España que quieran que distribuya sus vinos en la provincia de Ciudad Real.
Con importante cartera de clientes. Especializada en enotecas y restaurantes, venta de vinos de calidad.
Con posibilidad de plataforma de venta directa.

Se vende Bodega con Viñedos

- SUPERFICIE DE VIÑEDOS: 115,16 Ha. + 19 Ha.

- VARIEDADES DE UVA:

Tempranillo:	67.796 cepas
Merlot:	38.000 cepas
Petit Verdot:	12.000 cepas
Cabernet Sauvignon:	35.200 cepas
Chardonay:	61.800 cepas
Garnacha:	11.110 cepas
Syrah:	32.000 cepas
Sauvignon blanc:	12.000 cepas

Total Cepas.....269.900

Zona LA MANCHA
Viñedos en plena producción,
Bodega totalmente equipada, tanto para molturación, como para crianza y embotellado de los vinos.
Equipadas con las más avanzadas tecnologías
Edificios para oficinas, sala de catas, laboratorio, comedor,. Todo con materiales de primerísima calidad
Además tiene caballerizas

1 Aparcamiento
2 Jardín
3 Plataforma recepción
4 Patio expedición
5 Tolvas recepción uva
6 Elaboración
7 Crianza en barrica
8 Crianza en botella
9 Embotellado
10 Producto terminado y expedición
11 Almacén prod. enológicos y maquinaria
12 Auxiliares y vestuarios personal
13 Edifico social y oficinas
14 Patio

Para más información dirigirse a esta revista
Teléfono 679789628

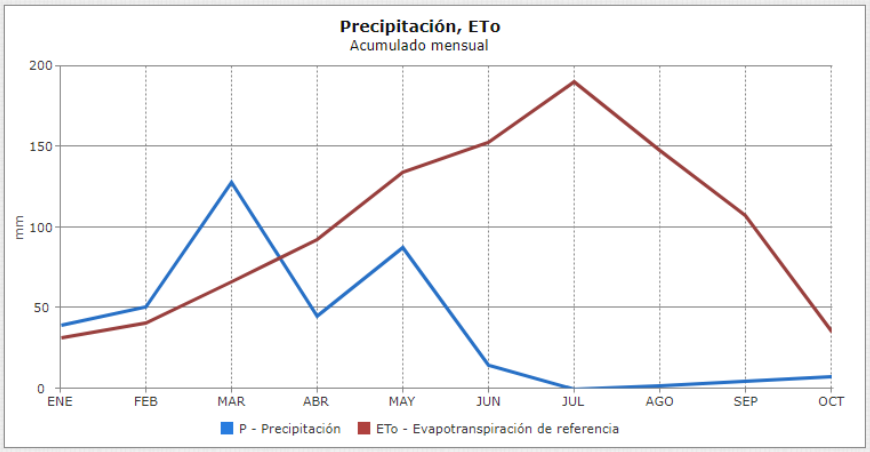
Anuncios gratuitos por palabras, si es suscriptor no le costará nada anunciarse. Puede poner compra venta de vinos, tanto embotellados como a granel. , fincas, maquinaria, bodegas, etc. con sus datos o anónimo sirviendo nosotros de enlace, también gratuito. Puede enviar sus ofertas, con los datos más significativos del vino o ponerse en contacto para aclarar dudas al correo: javier@elcorreodelvino.com

El tiempo

Desde 1 septiembre de 2.017 a 31 Agosto de 2018 - 435,9 LITROS M2

Desde el 1 de septiembre de 2.018—12 Litros M2

Precipitación, ETo

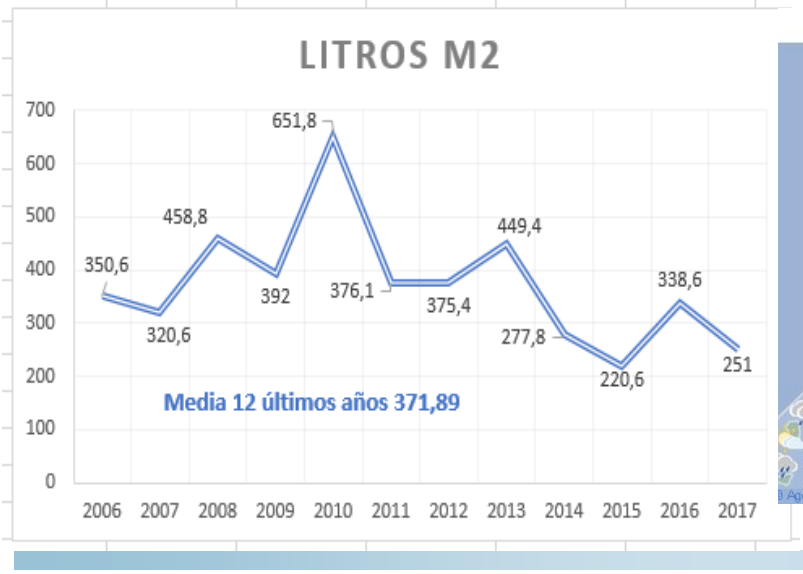


Mes	P (mm)	ETo (mm)
Enero	39.1	30.8
Febrero	50.2	40.4
Marzo	127.2	65.8
Abril	44.4	92.0
Mayo	86.8	133.7
Junio	14.2	152.5
Julio	0.0	189.8
Agosto	1.2	147.3
Septiembre	4.6	107.1
Octubre	7.4	34.4
AÑO 2018	375.1	993.8

375,1 litros en el año. Desde 1 de septiembre de 2018. 12 litros Actualizado al 17/10/2018

Lluvia en años anteriores

2006. 350,6
2007. 320,6
2008. 458,8
2009. 392,0
2010. 651,8
2011. 376,1
2012. 375,4
2013. 449,4
2014. 277,8
2015. 220,6
2016. 338,6
2017. 251,0
Media de los últimos 12 años 371.89



C/Virgen de la Esperanza, 6
13200 Manzanares (Ciudad Real)
Teléfono 679 78 96 28
E-mail javier@elcorreodelvino.com
www.elcorreodelvino.com
Director JAVIER SÁNCHEZ-MIGALLÓN ROYO
SUSCRIPCIONES 120 EUROS AL AÑO.
Si desea suscribirse comuníquelo a
javier@ elcorreodelvino. com

Apúntese gratis a nuestro Newletter semanal, y lo recibirá en su buzón de correo cada semana: si quiere que le apuntemos nosotros pídalo a

javier@elcorreodelvino.com