EL CORREO DEL VINO



· TODA LA ACTUALIDAD DEL VINO ·

El Periódico diario del vino español

Número 4.157 Fundado en 1947

Fecha, 10 de diciembre de 2019

El Vino al Día

Mientras estamos esperando, el sector entero, que salgan los datos ya prácticamente definitivos de la declaración de cosecha, que, incomprensiblemente, se van retrasando, cuando

las declaraciones se hicieron el 20 de noviembre. Comienzan a salir datos, si son reales y están basados en estos datos, la cosecha no será tan corta como se estimaba y digo esto con reservas, ya que me gusta esperar a los datos oficiales para poder hablar con propiedad. Pero que el consejero de Agricultura de la Junta de Castilla La Mancha, diga que hemos tenido una cosecha de 21,8 millones de hectólitros, ha dejado a todos sorprendidos, ya que se esperaba bastante menos. Por otro lado,



por ejemplo, la DO Utiel Requena da una merma de un 5%, al igual que Andalucía. Si esto es así la cosecha, como digo, no será tan corta. Esperamos, por tanto, con impaciencia los datos oficiales para poder hacer conjeturas reales.

La cosecha de vino y mosto de Castilla-La Mancha asciende a 21,8 millones de hectolitros

Según ha indicado el consejero de Agricultura, Agua y Desarrollo Rural, con datos aún provisionales

El consejero de Agricultura, Agua y Desarrollo Rural de Castilla-La Mancha, Francisco Martínez Arroyo, destacaba este fin de semana que la cosecha de vino y mosto de la región, aún con datos provisionales, será de 21,8 millones hectolitros, lo que supone "más de un 25 por ciento menos respecto a la campaña anterior".

De esta forma, ha explicado que con estas cifras "tiene que haber un precio adecuado en las bodegas, en el caso del vino, y una rentabilidad suficiente para los viticultores, para mantener el engranaje de una estructura que es absolutamente necesaria para la economía de nuestros pueblos", lanzando un mensaje de compromiso con el sector por parte del Gobierno regional.

Así lo manifestaba en La Solana (Ciudad Real) durante la presentación de los vinos de la cooperativa Santa Catalina y Bodegas Vera Demara. Martínez Arroyo resaltaba además que "tenemos que llegar con el vino a todos los rincones del mundo con el nombre de Castilla-La Mancha" y hay que hacerlo, implicando, como está haciendo desde el Gobierno regional a todos los eslabones de la cadena agroalimentaria, en esta nueva legislatura, trabajando a fondo con la distribución y la restauración para que el producto llegue directamente al consumidor que es quien finalmente tienen la decisión última de consumo o compra.

El consejero ha insistido en que hay que presumir por todos del producto que se elabora en la región y ha puesto como ejemplo a la Denominación de Origen 'La Mancha', la mayor de Europa y la que más número de viticultores agrupa, con un producto, el vino, que es uno de los que más representa a Castilla-La Mancha como región y que la vertebra.

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









Publicadas las practicas enológicas autorizadas por la UE

Las pueden ver en el adjunto que les envío hoy junto a esta revista en un PDF.

También lo pueden ver en la página web de el correo del vino <u>www.elcorreodelvino.com</u> en cualquier momento, ya que se colgarán allí y estarán perenemente

5.12.2019

ES

Diario Oficial de la Unión Europea

C 409/1

II

(Comunicaciones)

COMUNICACIONES PROCEDENTES DE LAS INSTITUCIONES, ÓRGANOS Y ORGANISMOS DE LA UNIÓN EUROPEA



Página 2 10/12/2019

Rusia, comprometida en el desarrollo del sector vitivinícola

La presidenta de la OIV, Regina Vanderlinde, visitó la Federación de Rusia en el marco del "Concurso Internacional Profesional de Vinos y Bebidas Espirituosas" en Moscú, del 18 al 23 de noviembre pasado

Durante el evento, la presidenta brindó una conferencia para presentar el balance global del sector vitivinícola y participó en la ceremonia de entrega de premios de este concurso que cuenta desde hace varios años con el patrocinio de la OIV.

En esta ocasión, Regina Vanderlinde pudo encontrarse con diferentes autoridades de este país. Entre otros, la presidenta se reunió con el vice ministro de



Agricultura de la Federación de Rusia, Sergey Levin. Durante esta cita, Levin confirmó que Rusia realizará los procedimientos necesarios para solicitar la introducción del ruso como idioma oficial de la OIV. En caso de confirmación, el ruso se convertiría en el sexto idioma oficial de la Organización junto al francés, el inglés, el español, el alemán y el italiano. Regina Vanderlinde también ha sido acogida en el Instituto Científico Estatal de los Sectores Cervecero y Vinícolas de Rusia por el director Lev Oganesyants y el vicedirector Alexander Panasyuk.

La presidenta tuvo la oportunidad también de reunirse con el **nuevo presidente de la Unión de Enólogos y Viticultores rusos, Dmitry Kiselev**, quien también es el director general de la agencia de prensa internacional del Estado ruso "Rossiya Segodnya".

Regina Vanderlinde demostró su satisfacción por los importantes intercambios que han tenido lugar durante estas reuniones, donde las autoridades rusas han manifestado un fuerte deseo de invertir en el desarrollo del sector vitivinícola del país, como también de aumentar significativamente la participación de la Federación en los trabajos de la OIV.



www.elcorreodelvino.com

Si quieres estar en todo momento informado, visita nuestra web, se actualiza constantemente

Página 3 10/12/2019



El Consejo Regulador llama a las empresas e instituciones a apostar por el vino de la D.O. en las cestas navideñas

San Bartolomé, 9 de diciembre de 2019. El Consejo Regulador de la Denominación de Origen Vinos de Lanzarote hace un llamamiento a las empresas y, en especial, a las instituciones insulares a que incluyan en sus cestas de Navidad vinos elabora-

dos en la Isla.

Desde el órgano invitan a no limitar el regalo a vinos blancos de Lanzarote y apostar por las excelentes referencias que se embotellan en la Isla dentro de las variedades de tinto y espumoso. Y es que las bodegas no sólo compran uva blanca, si no que apuestan por diferentes tipologías, que trabajan los agricultores artífices de un paisaje único en el mundo.

De esta forma, el Consejo Regulador anima a las empresas y, sobre todo, a las instituciones locales a colaborar con los artesanos de este hábitat y a apoyar el esfuerzo que, de manera constante, realizan desde Saborea Lanzarote y las propias bodegas para dar a conocer nuestros excelentes vinos y posicionarlos a nivel regional, nacional e internacional.



La D.O. Valdepeñas premia la trayectoria de Bodegas Rosell

El pasado miércoles la D.O. Valdepeñas se desplazó a Madrid para entregar un reconocimiento a Bodegas Rosell como establecimiento destacado y colaborador en la promoción de los vinos de Valdepeñas a lo largo de la historia.

Bodegas Rosell, situado a un paso de la estación de tren de Atocha, es una taberna tradicional madrileña que desde 1920 mantiene el espíritu de las tabernas decimonónicas tanto en decoración como en el servicio, atento y profesional.

La familia Rosell casi 100 años atrás transformó un antiguo despacho de vinos a granel en la taberna que conocemos hoy en día, con su fachada que muestra un mosaico publicitario del vino de Valdepeñas, hecho de azulejos de



Mostos, vinos y alcoholes

Agente Comercial Colegiado

Plaza del Portal, Nº 4 - 1º - Pta. 3 46340 - Requena (Valencia) · Telf: 96 230 13 92 www.fidelgala.com · fidelgala@fidelgala.com

Página 4 10/12/2019



Talavera, seña de identidad de las bodegas de finales del siglo XIX. Su fachada es un monumento a esos coloridos azulejos que en un tiempo fueron santo y seña de la decoración bodeguera madrileña, son de principios de siglo XX pintados por Alfonso Romero Mesa, pintor sevillano que representó la edad de oro de la historia de la azulejería urbana en Madrid, donde también pintó los retablos de la plaza de Toros de las Ventas y la fachada del Villa Rosa, entre otros.

Pocos bares pueden presumir de una carta de vinos de un gran nivel, con más de 200 referencias que abarcan desde las denominaciones españolas más ignotas hasta las más populares.

Los precios son asequibles y el servicio del vino está a la altura: cristalería de calidad, perfecta temperatura de cada botella y atención personalizada. En suma, un bullicioso e imprescindible punto de encuentro sobre el mundo del vino.

Una apuesta por internacionalizar el vino

El consejero de Agricultura participa en la presentación de los nuevos vinos de la Cooperativa Santa Catalina y Bodegas Vega Demara y la proyección de los cortos ganadores del XV Festival de Cine y Vino 'Ciudad de la Solana'

"Y los sueños cine son". Así reza la presentación del XV Festival de Cine y Vino Ciudad, festival que ha contado hoy con la presencia del consejero de Agricultura, Agua y Desarrollo Rural, Francisco Martínez Arroyo, en el acto de presentación de los vinos de la cooperativa Santa Catalina y Bodegas Vera Demara y la proyección de los cortos ganadores. Vino y cine unidos en armonía en una misma iniciativa que resalta "la magia que supone la transformación de una uva en un producto tan característico como es el vino" para Castilla-La Mancha.



SANTORAL Y FRASE DEL DÍA 10 DE DICIEMBRE NUESTRA SEÑORA DE LORETO

"Donde hay poca justicia es grave tener razón " Quevedo

Página 5 10/12/2019

En su atención a los medios de comunicación, Francisco Martínez Arroyo ha resaltado que "tenemos que llegar con el vino a todos los rincones del mundo con el nombre de Castilla-La Mancha" y hay que hacerlo, implicando, como está haciendo desde el Gobierno regional a todos los eslabones de la cadena agroalimentaria, en esta nueva legislatura, trabajando a fondo con la distribución y la restauración para que el producto llegue directamente al consumidor que es quien finalmente tienen la decisión última de consumo o compra.

que presumir por todos del producto que se elabora en la región y ha puesto como ejemplo a la Denominación de Origen 'La Mancha', la mayor de Europa y la que más número de viticultores agrupa, con un producto, el vino, que es uno de los que más representa a Castilla-La Mancha como región y que la vertebra.

Y es que hasta el momento, a pesar del crecimiento en las ventas de este producto, siempre había faltado llegar de forma más directa a consumidores y para ello, ha precisado, "necesitamos de colaboración de todos, incluida la restauración y la distribución".

Martínez Arroyo ha hablado también de la cosecha de vino y mosto, tras la finalización de la campaña de la vendimia en Castilla-La Mancha. Aún con datos que son provisionales, ha hablado de una cosecha de 21,8 millones hectolitros de vino y mosto, lo que supone "más de un 25 por ciento menos respecto a la campaña anterior".

De esta forma, ha explicado que con estas cifras "tiene que haber un precio adecuado en las bodegas, en el caso del vino, y una rentabilidad suficiente para los viticultores, para mantener el engranaje de una estructura que es absolutamente necesaria para la economía de nuestros pueblos", lanzando un mensaje de compromiso con el sector por parte del Gobierno regional.

Quince años de un festival "vivo"

El consejero de Agricultura, Agua y Desarrollo Rural ha agradecido la implicación de todo el municipio en la realización del Festival de Cine y Vino de La Solana, lo que ha hecho que 15 años después de su primera edición siga "vivo". También, ha tenido palabras para la Cooperativa Santa Catalina y Bodegas Vega Demara, por su "compromiso" con un proyecto colectivo, que permite presumir de la realidad del sector agroalimentario y del vino en especial. El consejero ha participado hoy en el XV Festival de Cine y Vino 'Ciudad de La Solana' que se ha desarrollado desde el pasado 28 de noviembre y hasta hoy en esta localidad ciudadrealeña, con más de 600 cortos presentados y 70 selec-





Página 6 10/12/2019

cionados para la sección oficial a concurso, además de 7 largometrajes, encuadrados en los apartados de cine de autor y cine comercial. De forma paralela, se ha contado con hasta 10 catas comentadas, incluido el concurso de vinos que organiza la propia DO La Mancha y el concurso de catadores, con 22 vinos blancos, 10 vinos rosados, 19 tintos jóvenes y tradicionales, seis vinos envejecidos en barrica, 18 de crianza, nueve vinos de reserva y cinco gran reserva. Junto a él, y tras el visionado de cortos ganadores, han participado en una charla el presidente de la Cooperativa Santa Catalina, Pedro José Martín-Zarco y el enólogo de la cooperativa Rafa Bermejo así como el gerente de Bodegas Vega Demara, Joaquín Mateos y el alcalde de La Solana, Luis Díaz-Cacho. La delegada provincial de Agricultura, Agua, y Desarrollo Rural en Ciudad Real, Amparo Bremard, se ha trasladado también a este festival en esta mañana de domingo.

https://www.latribunadeciudadreal.es/Noticia/ZFC005BC6-97C4-0B69-5223EBCE70C9B6B7/201912/Una-apuesta-por-internacionalizar-el-vino



La Ruta del Vino de La Mancha se presenta en Madrid

El próximo viernes 13 de diciembre en la oficina de turismo de Castilla La Mancha ubicada en la Gran Vía

Aprovechando el escaparte turístico que supone la céntrica localización de la oficina de turismo de Castilla La Mancha en la Gran Vía, la Ruta del Vino de La Mancha acude a la capital madrileña en plena campaña comercial navideña.



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



Página 7 10/12/2019

Desde las 12 del mediodía, los asistentes con entrada libre (hasta completar aforo) podrán degustar los productos de la tierra más representativos de la propia ruta junto a los propios vinos de aquellas bodegas acogidas a la Ruta.

De esta manera, tras su primera toma de contacto con el público profesional del sector turístico, en enero con FITUR 2019, la Ruta del Vino de La Mancha vuelve a Madrid para cerrar el año con su presencia promocional en unas fechas donde las calles madrileñas tienen una mayor afluencia de público.



Nacida a finales del año 2018,

la ruta, en su primer año de vida, se incorporó a la oferta de los 28 destinos enoturísticos para el paraguas de ACEVIN.

Con margen crecimiento, y abierta a la incorporación de nuevos socios, de momento, seis localidades conforman la ruta (Alcázar de San Juan, Campo de Criptana, El Toboso, Socuéllamos, Tomelloso y Villarrobledo) además de 15 bodegas, 8 restaurantes, 5 alojamientos, 4 operadores turísticos, complementada también con 7 locales, enotecas y establecimientos especializados en el servicio y degustación de vino.

La oferta museística se completa con el Centro de Interpretación del vino del Consejo Regulador DO La Mancha, ubicada en Alcázar de San Juan; el Museo Torreo del vino de Socuéllamos; el Museo de la Tinajería de Villarrobledo.

El objetivo, a medio y largo plazo, es afianzar la ruta como seña de identidad de un territorio y destino de calidad en el turismo de interior, clave en el desarrollo sostenible y medioambiental del actual siglo XXI.



Página 8 10/12/2019

La DO Utiel-Requena recolecta 212 millones de kg de uva (Sobre un 5% menos que el año pasado)

Utiel (10/12/2019).- El Servicio de Certificación de la Denominación de Origen Utiel-Requena ha presentado el informe anual con las características de la cosecha 2019, en el cual se indica que se han recolectado 212 millones de kg de uva en la D.O. Esto supone un descenso en torno al 5% con respecto a la vendimia 2018. Ha habido mermas en todas las variedades, salvo en la variedad Bobal, que ha tenido un incremento del 2% con respecto a la pasada temporada.

En el análisis de la **climatología**, "ha sido un año ligeramente más lluvioso que la media, con 433 l/m² (la media son 390 l/m²). Destacan los meses de octubre de 2018 y de abril de 2019, que fueron muy lluviosos". Esto dio soporte hídrico a la brotación, el crecimiento y maduración de la uva.

En cuanto al **ciclo vegetativo**, "la brotación fue algo más retrasada de lo normal debido a que el mes de abril fue lluvioso y fresco". Esta comenzó a principios de mayo y de manera homogénea y con buen desarrollo, sin heladas primaverales. El envero se retrasó un poco respecto del año anterior, aunque dentro de lo normal (primeros-mediados de agosto). La maduración fue lenta, alargándose hasta mediados-finales de septiembre.

El verano, algo seco al principio y no excesivamente caluroso, provocó un retraso de la maduración. La vendimia de variedades blancas para vino tranquilo comenzó en la zona más cálida a mediados de septiembre. Y las bodegas, en general, esperaron para vendimiar las uvas tintas a la tercera y última semanas de septiembre. La vendimia se alargó hasta mediados-finales de octubre, ya en la zona más alta. En cuanto a la sanidad de la uva, la cosecha entró en bodega en buen estado fitosanitario.

Así, el presidente de la DO Utiel-Requena, José Miguel Medina, concluye que "con estos datos y gracias a la labor de viticultores, enólogos y bodegueros, conseguiremos unos excelentes vinos en esta cosecha".



La fiesta del vino en rama

Por tercera vez y con motivo del final de la vendimia, el Consejo Regulador Utiel-Requena celebró en su sede el pasado 15 de noviembre la Fiesta del Vino en Rama, en la que viticultores, bodegueros, enólogos, otros profesionales del sector y asociaciones locales, pudieron disfrutar de música en directo y servirse directamente de los depósitos vinos blancos, rosados y tintos tras la fermentación.

El objetivo fue acercar estos vinos a todos los agentes involucrados en el proceso de elaboración, desde la viticultura hasta la vinificación, en un ambiente informal y festivo. Además, el acto contó con la colaboración de dos escuelas de la zona vinculadas al sector: La Escuela de Vitivinicultura de Requena y la Escuela de Hostelería de Utiel, aportando valor al presente y futuro del territorio.

Página 9 10/12/2019

ENOLOGIA



DIA DEL ENOLOGO 2019

El COLEGIO OFICIAL DE ENOLOGIA, celebró el pasado 29 de noviembre la cena del DIA DEL ENOLOGO 2019, con motivo de la celebración el dia de San Andrés patrón del Colegio, en la ciudad de ALMAGRO.

De San Andrés se dice que le gustaba el vino, tanto que acudió con retraso a la celebraciones del Dia de Todos los Santos, el primero de Noviembre, y por tanto fue castigado a celebrar su festividad a finales de mes, concretamente el dia treinta.

De cualquier manera esta festividad, ya sea por devoción o tradición (en la Islas Canarias sobre todo) dignifica la actividad del sector vitivinícola y mantiene viva una de las muestras populares más carismáticas. Y hace bueno el dicho de que por "SAN ANDRES EL MOSTO VINO ES".

Con este motivo se otorgó el nombra-





miento de ENOLOGO DEL AÑO 2019, recayendo este año en Dn. PEDRO SA-RRION MARTINEZ, enólogo con una gran trayectoria en su vida profesional.

Al mismo tiempo fueron también reconocidos:

Dn. LUIS FERNANDEZ FERNADEZ, por ser unos de los pioneros en C.L.M. en la elaboración de vinos espumosos y enólogo.

Dn. ESTEBAN GARCIA ROMERO . por su aportación como investigador, profesor y su dedicación como Director al frente del IRIAF (IVICAN).

Dn. JOAQUIN PARRA LOPEZ, como comunicador, crítico de vino y promotor de la cultura del vino en las redes y su página Webs.

A la FAMILIA MUÑOZ.

A la FAMILIA BRAVO.

A la FAMILIA CALLEJA.



Página 10 10/12/2019

Todas ellas ,con una aportación de enólogo, desde los padres , hijos y nietos (as) ,casi todos en sus labor actual al frente de cooperativas y empresas de Castilla La-Mancha.

La tarde se inició con una vista guiada por los sitios emblemáticos de la ciudad de Almagro, después con una obra teatralizada en el Corral de Comedias.

Terminada la misma, nos dirigimos al Parador de Almagro, donde se hizo una degustación de vinos espumosos, a la espera del inicio de la cena institucional y posterior entrega de los reconocimientos.













Página 11 10/12/2019

Un proyecto busca evitar que la luz dañe el aroma y el color del vino

Un proyecto de investigación busca evitar que la luz dañe el aroma y el color de los vinos embotellados, fundamentalmente blancos, espumosos y rosados, mediante la sustitución en bodegas y lineales de venta de las actuales lámparas convencionales de sodio por nuevas fuentes de luz basadas en la tecnología LED.

El objetivo fundamental de esta investigación es el desarrollo de nuevas fuentes de luz, basadas en la tecnología LED, que permitan mitigar los efectos que la exposición prolongada a la luz convencional puede llegar a provocar en los vinos embotellados, especialmente en vidrio transparente, ha explicado a Efe el director de Bodegas Ramón Bilbao, situadas en Haro (La Rioja), Rodolfo Bastida.

El también director de la División de Vinos del Grupo Zamora Company ha añadido que Ramón Bilbao -bodegas integradas en esta compañía- lidera este proyecto, en el que también participan Bodegas Martín Códax (Galicia); Prilux Iluminación I+D (Castilla-La Mancha) y VITEC-Centro Tecnológico del Vino (Cataluña).

El proyecto, denominado Retasteled, está financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, con un presupuesto de 750.000 euros y tiene una duración de tres años, que concluiría en diciembre de 2021.

Se trata, ha indicado, de hacer frente al posible deterioro fotoquímico, conocido como "gusto de luz", que puede afectar, sobre todo, a vinos blancos, rosados y espumosos embotellados cuando se exponen a la luz ultraviolegta visible convencional, y que puede ser capaz de mermar su calidad organoléptica.

Los efectos organolépticos característicos del "gusto de luz" pueden afectar, de manera especial, al aroma y color y, consecuentemente, podrían aparecer aromas desagradables, como a col, cebolla, lana mojada y ajo, ha explicado a Efe la responsable del Departamento de Innovación de Vinos de Zamora Company, Rosana Lisa.

Ha informado de que el desarrollo de estos aromas constituyen unas indeseables transformaciones fotoquímicas, que, además, suelen venir acompañadas de una pérdida de frescor y del aroma afrutado del vino, lo que podría generar, a su vez, cambios repentinos en su color.

De cara a los productores y comercializadores de vino, este proyecto, del que ya se ha obtenido un prototipo, pretende que las nuevas luces LED no emitan en las longitudes de onda críticas para la producción del "gusto de luz", ha informado Lisa.

La finalidad, ha indicado, es sustituir las actuales fuentes de luz por una iluminación que no afecte a la calidad de los vinos, lo que supone todo un reto tecnológico actual, cuya resolución puede comportar también un claro beneficio medioambiental y ahorro energético.

Bastida ha resaltado el interés y relevancia de este proyecto por las posibilidades que ofrece el desarrollo industrial en el sector de la luminotecnia, junto con la importancia del ámbito del vino en la industria agroalimentaria.

"Siempre nos ha preocupado qué sucede con el vino una vez que sale de la bodega, ya que hay países, como Reino Unido, en el que el 90 % del vino se comercializa en estanterías de los supermercados", ha añadido.

Para él, si se consigue convencer a los supermercados que en la zona de vinos utilicen una longitud de onda concreta en las lámparas que están en esa sección, "se favorecerá que esos vinos lleguen en mejores condiciones al consumidor".

En el tema de la temperatura, se ha avanzado mucho y hay una conciencia bastante evidente, pero el aspecto de la luz, que termina afectando mucho, no hay tanta investigación, cuando "en muy poco tiempo puede afectar a los vinos", ha recalcado Bastida.

Por ello, esta iniciativa contribuirá a un mejor posicionamiento de las empresas y bodegas españolas a nivel mundial, además de conllevar un alto y positivo impacto socioeconómico y medioambiental.

Página 12 10/12/2019

Viticultura

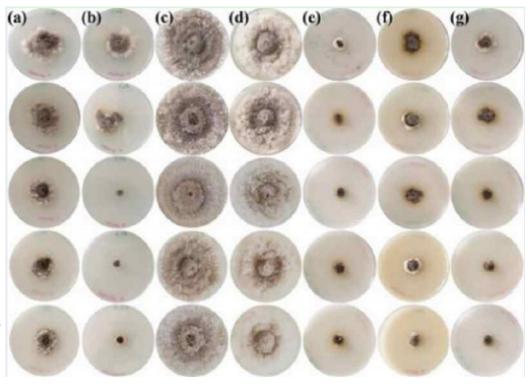


Investigan productos naturales para luchar contra los principales hongos que afectan a la vid

Las enfermedades de la madera de la vid se han registrado en la mayoría de las regiones productoras de vino en el mundo y son una amenaza importante para la industria, ya que causan una seria disminución y pérdida de productividad

DICYT – Investigadores del Departamento de Ingeniería Agrícola y Forestal del Campus de Palencia de la Universidad de Valladolid (UVa) encabezan un estudio en el que se ha observado, a nivel de laboratorio, el potencial de algunos productos naturales para combatir a los principales hongos patógenos que afectan a la madera de la vid. El trabajo se ha publicado en la revista 'Antibiotics'.

Las enfermedades de la madera de la vid se han registrado en la mayoría de las regiones productoras de vino en el mundo y son una amenaza importante para la



industria, ya que causan una seria disminución y pérdida de productividad. Estas enfermedades incluyen el brazo muerto negro (causado por 'Botryosphaeria dothidea'), la yesca (que produce síntomas vasculares y podredumbre blanca interna en el tronco), la eutipiosis (originada por 'Eutypa lata'), la enfermedad de Petri, el pie negro y la muerte por 'Phomopsis viticola'.

"Las enfermedades fúngicas que provocan la podredumbre de la madera de la vid son una preocupación de primer nivel para el sector vitivinícola", advierten los investigadores de la UVa Pablo Martín Ramos y Laura Buzón Durán, dos de los autores del trabajo. De hecho, una publicación reciente de la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV) señala que la incidencia de enfermedades del tronco de la vid fue del 10 por ciento en España, del 13 por ciento en Francia y de entre el 8 y el 19 por ciento en Italia.

La yesca es el síndrome más frecuente y creciente en casi todos los países europeos. Concretamente, se habla de yesca cuando se observan los típicos síntomas en la planta adulta, y de enfermedad de Petri cuando la planta es aún joven.

Estas enfermedades se combaten habitualmente con fungicidas químicos, como por ejemplo arsenito de sodio, carbendazim o tecobunazol. Pero los fungicidas químicos tienen varios inconvenientes en términos de toxicidad y eficacia y, en los últimos años, ha aumentado la presión pública para reducir su uso. "Existe una preocupación generalizada sobre su impacto ambiental y sus posibles riesgos para la salud", señalan los investigadores.

En este contexto surge la búsqueda de antifúngicos naturales como alternativa factible para hacer frente a estas enfermedades. En concreto, el trabajo evaluó la actividad antifúngica en laboratorio de oligómeros de quitosano, ε -polilisina (EPL), de conjugados de ε -polilisina-quitosano, de metabolitos secundarios de dos actinobacterias beneficiosas ('Streptomyces rochei' y 'S. lavendofoliae') y de la unión de metabolitos secundarios ('S. rochei' y 'S. lavendofoliae') de dichas actinobacterias con oligómeros de quitosano para el control de tres de los patógenos más frecuentemente aislados en enfermedades de la madera de la vid: 'N. parvum', 'D. seriata' y 'B. dothidea'.

Página 13 10/12/2019

Bodegas, Empresas



Los exportadores españoles consideran "brutal" el daño de los aranceles en EEUU

El impuesto de la Administración Trump golpea a los productores españoles y sus importadores estadounidenses

La cuota de mercado conquistada por el vino y el aceite español está seriamente amenazada

Se impusieron como represalia a los <u>subsidios concedidos al gigante aeroespacial europeo Airbus</u>, pero están mordiendo al **campo exportador español** con una severidad que amenaza con diezmar la **cuota de mercado** tan laboriosamente conquistada en **Estados Unidos** por su **sector agroalimentario**. Casi dos meses después de que <u>entraran en vigor los aranceles de la Administración Trump</u>, la preocupación se ha apoderado de los **productores españoles** y las empresas que importan sus **vinos**, **aceites de oliva** o **quesos** desde el otro lado del Atlántico. La aplicación del **impuesto aduanero del 25**% ha empezado a recortar **márgenes de beneficio**, a obligar a los **importadores** a fijarse en otros mercados y a empujar a los productores a asumir parte del coste del arancel. Toda la cadena se está viendo afectada. Y es solo el principio.

"Para un **importador** como nosotros, que tenemos de todo, pero el **vino español** es nuestro principal producto, es un **golpe importantísimo**", asegura **Joan Altés**, un catalán afincado en Nueva York que lleva más de dos décadas vendiendo vinos y licores de la Península en el mercado estadounidense. "La principal cualidad del vino español a la hora de competir es su **calidad-precio**, pero en el momento que le impones un impuesto del 25% su ventaja se desvanece. Hace perder mucho atractivo al producto", añade en una entrevista telefónica.

Su empresa, Vinaio Imports, seguirá importando los vinos que mejor vende en el mercado estadounidense, aunque tenga que subirles el precio y bajen las ventas. Pero ha empezado a descartar las marcas menos populares para reemplazarlas por otras portuguesas o chilenas. "No hay duda de que España va a perder cuota de mercado. El daño es brutal", dice Altés. Como muchas de las cosas que hace la Administración Trump, los aranceles son bastante arbitrarios. No afectan al cava ni al resto de espumosos. Tampoco a los vinos de mayor graduación alcohólica, superior a los 14 grados, como muchos Ribera del Duero o Priorat. Los blancos, en cambio, desde el Albariño al Rueda o el xacolí, así como muchos tintos de Rioja o Castilla-La Mancha están en el ojo del huracán.

A ambos lados de la cadena comercial se empiezan a ensayar **fórmulas para hacer frente a los aranceles**. Algunos productores españoles han **bajado precios** o han **asumido parte del coste del impuesto** para que el importador -- que es quien lo paga en la aduana-- no renuncie a traer sus productos. Ese gasto adicional ha obligado a recortar otras partidas, como el dinero que gastaban en **marketing** para promover sus **marcas**, una estrategia complicada a largo plazo. Pero más arriesgada es la maniobra de las **bodegas** que superaban en unas décimas los 14 grados, pero nunca lo reflejaron porque el **etiquetado** del vino se hace en intervalos de cinco décimas. Algunas están cambiando sus etiquetas para ahorrarse el arancel y, con ello, exponiéndose a farragosas **inspecciones en la frontera**.

"A quien más perjudican los aranceles es al **productor español** porque nosotros tenemos alternativas para escoger otros productos", afirma **Francisco Astudillo**, un importador de aceite de oliva, vino o **jamón de bellota** afincado en Washington. Empresas como la suya, **Spanish-American Wine Merchants (SAWM)**, tienen todavía **inventario**, de modo que no notarán demasiado los aranceles hasta el año que viene. "Si esto se acaba en junio, habrá sido casi una anécdota, pero si se prolongan en el tiempo tendrán **efectos muy negativos**".

Particularmente para los **productores pequeños y medianos**, como la **Finca los Aljibes**, con sede en Chinchilla (Albacete), que exporta principalmente aceite de oliva y vino. Ambos productos son muy relevantes en la **balanza comercial con EE UU**. El aceite ocupó el cuarto lugar de las **exportaciones españolas** (405 millones de euros) en 2018, seguido por el vino (299 millones). "De cara al año que viene nuestras **ventas bajarán más del 50%** y ya estamos buscando otros mercados", dice **Manuel Lorenzo**, propietario de Los Aljibes. Lorenzo lleva tres lustros exportando a EE UU, uno de sus mejores destinos, pero también el más difícil. "Tienes que hacer las cosas muy bien, viajar mucho y llevar un producto impecable. Perderlo de la noche a la mañana sería muy lamentable".

Por el momento ha aceptado compartir los costes del arancel con el importador para que el precio de sus productos no se dispare en el mercado, pero no sabe cuánto podrá aguantar. "No es sostenible a largo plazo", confiesa

Página 14 10/12/2019

Lorenzo. Esa dinámica ha obligado a bajar los márgenes de beneficio en los dos extremos de la cadena. Y ha puesto en peligro la **viabilidad de algunos importadores**, que tienen que pagar un 25% más por sus contenedores. "Los importadores más pequeños van a tener que cerrar", asegura **Aurelio Cabestrero**, que vende exclusivamente vinos españoles en 30 estados a través de **Grapes of Spain**, su empresa importadora. "Esto afecta al **'cash flow'** y las compañías que no tengan liquidez se van a ir fuera del negocio".

Por el momento la **fortaleza del dólar** está beneficiando a los importadores y ayudando a amortiguar el **impacto de los aranceles**, según la presidenta de **Wines From Spain**, **Katrin Naelapaa**, el organismo dependiente del ICEX que promueve los caldos nacionales en EE UU. Naelapaa asegura que todavía no hay datos para medir el impacto real de los aranceles, pero no es optimista. "Nuestro mayor temor es que España pierda cuota de mercado. Hay mucha preocupación y, personalmente, no creo que se vaya a solucionar pronto".

https://www.elperiodico.com/es/economia/20191209/impacto-aranceles-eeuu-productos-espanoles-vino-aceite-dano-brutal-7765470

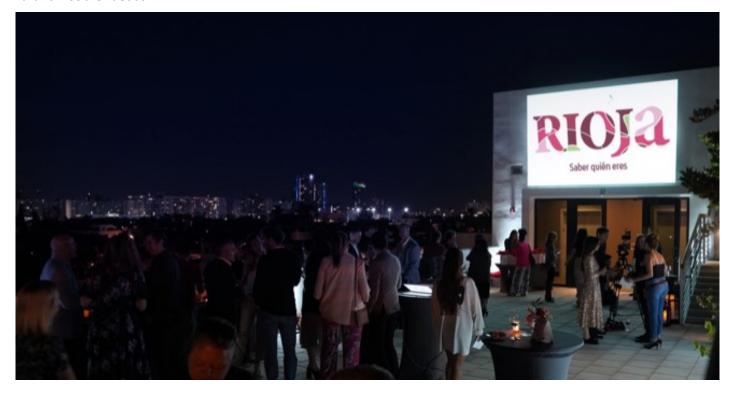
PRESENCIA DESTACADA DE RIOJA EN MIAMI

El mes del Rioja aterriza con fuerza en Florida, estado americano clave para las ventas de los vinos de la Denominación; y lo hace con un ambicioso calendario de acciones enmarcadas dentro de Art Basel, la prestigiosa feria de arte que reúne a más de 4.000 artistas y 70.000 visitantes en la ciudad de Miami durante el mes de diciembre.

A lo largo de este mes y a través de exposiciones, degustaciones y catas dirigidas en hoteles y en más de una docena de galerías de la ciudad, el arte, el cine y la música han maridado con más de 50 vinos de 30 bodegas de Rioja.

Estas armonías han tenido como objetivo dar a conocer – de una manera cercana y desenfadada – la filosofía y los valores de una de las regiones de vino más relevantes del mundo ante los, cada vez más, amantes y coleccionistas del mundo del arte, en su mayoría jóvenes, público objetivo para las actuales estrategias de promoción de los vinos de Rioja.

Además de un circuito de galerías y hoteles, Rioja ha estado presente también en todas las calles del distrito centro de la ciudad con un llamativo autobús que ha servido de lanzadera para realizar un recorrido entre galerías. El popular influencer Jamie Knee, hacía de anfitrión ante 200 asistentes en una divertida experiencia de 'Rioja, arte y brunch' sobre ruedas.



Página 15 10/12/2019

Iñigo Tapiador, director de Marketing del Consejo Regulador de la DOCa Rioja, ha acudido esta semana a algunas de las actividades organizadas en la ciudad, donde ha subrayado cómo "Miami ha sido y es uno de los principales mercados de Rioja en Estados Unidos, con fuertes conexiones culturales y lingüísticas, y uno de los más receptivos a nuestra oferta". "Seguimos poniendo el foco en Florida dentro de nuestra estrategia de promoción en USA. Este 'Rioja Month' en la ciudad de Miami nos acerca a nuevos públicos y escenarios, donde el vino marida en este caso, con las novedades más rompedoras del panorama artístico".

Como evento central del programa de Rioja, el prestigioso Hotel Kimpton Angler acogió a casi 250 aficionados que se acercaron a vivir una experiencia multidisciplinar donde el vino no solo estaba presente, sino que se fundía con una *performance* de obras realizadas por famosos artistas urbanos como Kai o J.Margulis. Maridajes con creaciones digitales permitieron dar a conocer la diversidad de Rioja desde un ángulo totalmente nuevo, recreándose en las texturas y los colores del vino y relacionándolo con diferentes disciplinas y movimientos artísticos.

Además, dentro del plan de promoción en el punto de venta, habrá vinos de Rioja presentes durante toda la campaña pre-navideña en barras de prestigiosos hoteles de las cadenas Kimpton e InterContinental, así como en los menús especialmente diseñados para la ocasión en varios de los restaurantes de grupos y galerías como Wynwood, Lincoln Road, Oliver Cole, Spinello y David Castillo.

FIESTA DEL VINO TACORONTE-ACENTEJO EN SANTA CRUZ DE TENERIFE

Brindemos con Tacoronte-Acentejo en la Plaza del Príncipe

El próximo jueves 12 de diciembre de 2019, la Plaza del Príncipe en Santa Cruz de Tenerife acoge, a partir de las 19h, la Fiesta de los Vinos de Tacoronte-Acentejo en la que se darán a conocer diferentes bodegas de la comarca.

Fusta de Cos Vinos

Jueves 12 diciembre 2019

18:00 a 23:00h en la plaza del Príncipe Santa Cruz de Tenerife

TACORONTE ACENTEJO

Cada

gota

gota

gota

cuenta

Bajo la colaboración y organización del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Tacoronte-Acentejo y el Ayuntamiento de Santa Cruz, se podrá disfrutar también de los vinos de nueva añada de Bodegas Insulares Tenerife, Hacienda de Acentejo, Viña El Drago, Linaje del Pago, Marba, Domínguez Cuarta Generación, Presas Ocampo, La Hijuela, Trancao de Acentejo y Viña Estévez.

Como se ha señalado desde el Consejo Regulador Tacoronte-Acentejo, "tendremos una gran representación de las diferentes elaboraciones que se realizan por nuestras bodegas en la comarca como son los blancos secos, barricas, afrutados, rosados, rosados afrutados, tintos maceraciones carbónicas, tintos jóvenes, tintos barricas y dulces. Será el reflejo de un buen hacer desde bodegas familiares y tradicionales a las grandes productoras".

En una de las carpas que se instalarán en la zona de la Plaza del Príncipe, se podrá adquirir el ticket que da derecho a cuatro degustaciones y la copa de cristal al precio único de siete euros, para poder elegir cualquiera de los vinos allí presentes. El evento estará acompañado por tapas de la gastronomía comarcal y buena música. La realización del cartel que anuncia el evento ha sido realizado por el artista Víctor Jaubert *ex profeso* para la D.O. Tacoronte-Acentejo.

Página 16 10/12/2019



La Guía Intervinos califica por tercer año consecutivo al Tantum Ergo como el mejor Cava Rosado

El Tantum Ergo Rosé repite por tercer año consecutivo como el mejor cava rosado de España de la Guía Intervinos, y con idéntica puntuación: 93 puntos

El Quod Superius sigue escalando y alcanza los 95 puntos

Nueve vinos de Hispano se sitúan por encima de los 92 puntos, situando a la bodega entre las mejores de España y con la particularidad de tener vinos en tres Denominaciones



La guía Intervinos 2020 ha publicado su ránking anual de los mejores vinos del año y en Hispano Suizas seguimos en racha porque todos los vinos están entre los 95 y 92 puntos, con el Tantum Ergo Rosé repitiendo por tercer año consecutivo los 93 puntos que le hacen acreedor del título oficioso del mejor Cava rosado de nuestro país.

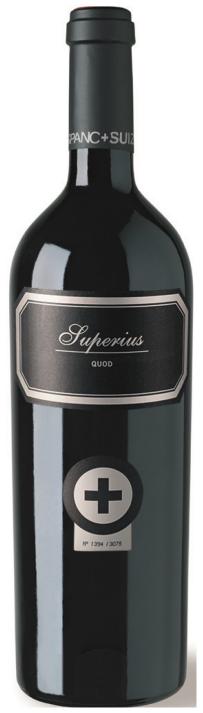
Intervinos se suma así a los mismos resultados que arrojaba en el pasado mes la guía Peñín y, anteriormente, la guía de la SEVI. Todos coinciden en que el Tantum Ergo Rosé, con etiqueta de la DO Cava que se elabora exclusivamente con la variedad pinot noir, es la referencia obligada entre los espumosos rosados, tan de moda en los últimos años gracias también al salto de calidad que han dado mucho de ellos, con el Tantum Ergo a la cabeza.

Los mismos 93 puntos los ha obtenido el Tantum Ergo Vintage, repitiendo el resultado del año pasado.

El tinto de alta gama de la bodega, el Quod Superius, mejora esa puntuación al conseguir 95 puntos, uno más que el año pasado, y que lo consolida entre los grandes vinos de guarda de España. Se trata de un coupage de variedades foráneas con bobal de la zona.

El resto de los vinos están también entre los sobresalientes con 93 puntos el Bobos, Bassus Pinot Noir, Bassus Finca Casilla Herrera y los Impromptu Sauvig-

non Blanc con 92 puntos (DOP Utiel-Requena) e Impromtu Rosé con 93 puntos (pinot noir, DOP Valencia).



10/12/2019 Página 17

Habla: lujo y creatividad en el mundo del vino

Es probablemente la bodega que mejor ha conseguido dotar de un aire de exclusividad y de singular personalidad tanto a su marca como a sus vinos. También la que ha sacado más partido a sus limitados recursos naturales

Cuando llegas a las inmediaciones de **Trujillo**, entrando ya en la finca de la bodega, una de las primeras cosas que saltan a la vista es una gran valla en la que lo único que se puede leer, en letras gigantescas, es **Habla**, como si fuese una enorme interjección lanzada a la tierra para animarla a que se exprese. Lo mismo que, según se cuenta, le espetó Miguel Ángel a su famosa escultura del Moisés, nada más concluirla, y que es la **anécdota inspiradora** de la **denominación** de la bodega.

"Decidieron apostar por 7 diferentes variedades de uva, 6 tintas y una blanca, y lanzar ediciones numeradas"

Cuando en el año **2000** los fundadores pensaron en crear la bodega, con lo único que contaban era con **200 hectáreas** de un muy pobre y ácido suelo de arcilla y pizarra, con escasez de agua y alta fitotoxicidad que producía plantas con muy poco vigor y bajo rendimiento. Y es, precisamente, en esta **negativa peculiaridad** donde reside el mayor mérito y acicate de los creadores de Habla, ser capaces de convertir todas esas extremas debilidades de partida en claras oportunidades de futuro, creando, en tiempo récord, no solo unos **vinos muy especiales**, sino también y sobre todo un emocional relato, propio y original, completamente alejado de cualquier otra cosa hecha en el sector, incluyendo una **campaña de lanzamiento** de su marca y sus productos: intrigante y preciosista, típica del mundo del lujo, **plena de exquisitez** y delicadeza –incluso de poesía– y llena de imágenes sofisticadas, más propias del mundo de la moda que del vino.

Ediciones numeradas

En contra de toda lógica y tendencias del sector, la bodega decidió apostar por **7 diferentes variedades de uva** –6 tintas y una blanca– y lanzar ediciones numeradas de sus vinos, en botellas que recuerdan más a los **frascos de perfumes** de alta gama que a las clásicas botellas del producto que contienen.

Producciones cortas de una única variedad de uva, o de un coupage de tres o cuatro. Fueran vinos monovarietales



Página 18 10/12/2019

o como resultado de la mezcla de varios mostos diferentes, en cualquier caso, de lo que se trataba era de perseguir la excelencia: Habla Nº1 (cabernet sauvignon), Habla Nº2 (tempranillo), Habla Nº3 (syrah), Habla Nº7 (cabernet, tempranillo, petit verdot)... De la mayor parte de estas ediciones numeradas salieron al mercado, en su momento, muy pocas botellas. A día de hoy, de algunas de ellas, quedan escasamente un par de cientos de botellas y a precios de coleccionista.

Esa incesante búsqueda de la perfección lleva a **Juan Tirado** –fundador de la bodega— a no hacer sus mejores vinos si piensa que el año no ha sido todo lo bueno que debería. En **palabras del propio bodeguero**: "Hay años en que no sacamos los vinos de ediciones numeradas. Dejamos, por ejemplo, de hacerlo en 2003, 2005, 2009 o 2013...".

Premio de Arquitectura 2000-2005

En Bodegas Habla se persigue el máximo nivel en casi todo; por ejemplo, **el edificio** de la bodega fue Premio de Arquitectura 2000-2005, y las tecnologías y técnicas aplicadas tanto al cultivo de los viñedos —estudios genéticos, **análisis del terreno** mediante imágenes aéreas infrarrojas, investigaciones sobre el efecto del déficit hídrico en la calidad y potencial aromático e la uva...— como a los posteriores procesos de vinificación están, con seguridad, entre los más innovadores del sector.

Aunque, probablemente, la muestra más elocuente de esa obsesión por alcanzar lo excepcional y lo único sea el hecho de que, a diferencia del resto de bodegas, en Habla, además de hablar de su equipo de reputados enólogos, liderados por cierto por Florent Dumeau y Eduardo de José, se habla de su director creativo –Valentín Iglesias— de la misma





forma que lo haría una agencia de publicidad. Y es que realmente la concepción y diseño de toda la identidad de marca, etiquetas, botellas, piezas, acciones promocionales... han tenido, con su enorme originalidad y atractivo, mucho que ver en el singular y privilegiado posicionamiento de la bodega y sus vinos.

Por lo que nos cuenta María Victoria Acero, responsable de atención a cliente del grupo, la constante inquietud por crear e innovar es algo que parece estar en el ADN de la bodega. La lista de tipos de vinos elaborados por la bodega se ha visto espectacularmente enriquecida, en pocos años, con toda clase de interesantes propuestas. A las ya clásicas ediciones numeradas de Habla Nº se han ido sumando dos tintos más modestos, Habla del Silencio (crianza de 6 meses) y Habla de la Tierra (crianza de 3 meses); el estupendo blanco (sauvignon blanc), Habla de ti; el singular Habla del Mar, un blanco submarino elaborado a partir de varios tipos de uvas atlánticas y sometido a una segunda fermentación de 8 meses en el entorno de las aguas de San Juan de Luz.

Esencia es, por su parte, y como su propia denominación da a entender, la esencia misma de la bodega; el vino elaborado con más mimo a partir de las mejores uvas de **las mejores vides**, que dan lugar a una cortísima producción que no supera las **2000 o 3000 botellas**. Bodegas Habla ha desarrollado también otro blanco, **Duende**, un sauvignon blanc, goloso y estructurado, envejecido en barrica, y **Rita**, un magnífico rosado, pálido y delicado, al estilo francés, elaborado a partir de syrah/garnacha.

Champagne

Una de las últimas cosas que ha lanzado la bodega ha sido **Moses,** un genuino champagne, Cru Blanc de Blancs de los viñedos Côte des Blancs con 3 años de crianza. Bodegas Habla es, hasta el momento, la **única bodega española** que, además de Freixenet, ha elaborado un champagne.

Pero la historia de creación e innovación de Bodegas Habla continúa imparable, porque Eduardo de José nos **anticipa** que lo siguiente en lo que están trabajando es en un **vino dulce** elaborado a partir de uvas de **vendimia tardía.**

Para finalizar hay que decir que la propiedad de Juan Tirado, además de albergar la bodega, da cabida también a una de las **yeguadas de cría**, de caballo de pura raza española (PRE), más prestigiosas y premiadas del país. Tanto la bodega como la cuadra se pueden conocer a través de **visitas guiadas**.

Al igual que el Moisés de Miguel Ángel, los vinos de Bodegas Habla no hablan, pero su expresividad y **singularidad** son evidentes.

https://www.alimente.elconfidencial.com/gastronomia-y-cocina/2019-12-09/bodega-habla-lujo-creatividad-vino 2366972/

Página 19 10/12/2019

ENOTURISMO



El enoturismo puede ser la llave para que los jóvenes accedan a la cultura del vino en España

Cae el consumo de vino pero aumenta el gasto por la compra de vinos de mayor calidad

El enoturismo puede ser la llave para que los jóvenes accedan a la cultura de vino en España, según los expertos del sector que aseguran que este nuevo tiempo de consumidor opta cada vez más por productos de alto valor añadido, de kilómetro cero y responsables con el medio ambiente.

El sector del vino en España se enfrenta a nuevos retos. El consumo de vino en nuestro país se ha estancado en los últimos años hasta los 11,26 litros por habitante, según diferentes estudios elaborados por el Observatorio español del mercado del Vino o el recientemente presentado del EAE Business School que achacan la caída del consumo de esta bebida a cuestiones demográficas relacionadas con el envejecimiento de la población.

"La pirámide de la población está claramente invertida en España. Estamos en un momento en que la gran mayoría de la población que más vino consumía ya no vive. Su desaparición gradual, unida a un cambio en los modos de vida son los que explican, en parte, la caída del consumo en las últimas décadas", explica, Luis Lechuga, director de Turismodevino.com.

A pesar de esta caída del consumo, el gasto en vino por habitante en los hogares españoles mantiene un crecimiento acumulado del 1,1% en los últimos diez años pasando de los 20,61 euros a los 22,9 euros. Esto se debe a que teniendo en cuenta que la edad del consumidor es mayor esto supone un cliente de un mayor nivel adquisitivo que busca vinos de mayor calidad.

Frente a estas caídas de consumo de vino, el sector del enoturismo ha mostrado en los últimos años una tendencia al alza. Así las cifras de enoturistas no dejan de crecer como reflejan año tras años los estudios de la Asociación Española de Rutas de Vino (Acevin).

En el informe presentado en 2019 se muestra un crecimiento del 2% en el porcentaje de jóvenes de entre 18 y 25 años que participan en actividades del enoturismo que llegan a ser un 9% del total.

"Nuestros datos muestran que hay un público menor de 30 años interesado en el enoturismo, sea porque lo reserva directamente o porque se lo regalan. Numerosas empresas ofrecen packs de experiencias en torno al mundo del vino a precios muy razonable que permiten que la población más jóvenes entre en este mundo de un modo más divertido que simplemente abriendo una botella en una comida familiar", justifica Lechuga.

PRODUCTOS CERCANOS Y BIOSOSTENIBLES.

Según los expertos hay una serie de tendencias que juega a favor del mundo del vino y su crecimiento en un mercado joven. Una de ellas es el giro hacia el consumo de productos cercanos de kilómetro cero, así como prácticas más biosostenibles tanto en viñedos como en elaboración lo que decide a los jóvenes para elegir estos productos.

Además, estos grupos de población se muestran cada vez más preocupados por su propia salud y diferentes estudios confirman que el consumo de forma moderada de vino puede resultar beneficioso frente a otras bebidas de más alta graduación. Por tanto el enoturismo, sobre todo entre los jóvenes, se puede convertir en el arma decisiva que tiene el sector del vino para ganar su carrera en el consumo. Impulsando además una mejora en la oferta turística del vino gracias a la cual se podrían ganar posiciones en un mercado turístico global por delante incluso de competidores mediterráneos muy fuertes.

EL ENOTURISMO COMO ARMA PARA GANAR CONSUMIDORES.

El enoturismo por tanto emerge como una actividad que cautiva a los viajeros debido al peculiar encanto de las zonas de producción vinícola. Entre las principales motivaciones que favorecen su auge está el conocimiento de primera mano de los caldos más representativos, la filosofía de la bodega, el fomento y colaboración con el desarrollo de la localidad y el acercamiento al turista a sensaciones nuevas.

Los turistas que vienen a España lo hace en parte por su gastronomía y el mayor conocimiento de las diferentes denominaciones de origen nacionales puede llevar a mejorar su internacionalización y a potenciar su distribución.

España es actualmente líder mundial en ventas de vino, con 22,8 millones de hectolitros el pasado año, según el Observatorio Español de los mercados del Vino. A España le siguen de cerca Italia (21,4 millones), Francia (15,4 millones) y a mayor distancia Chile (9,8 millones) y Australia (8 millones).

Según los expertos, asociar el vino a los valores positivos que reporta esta bebida a las comunidades y a sus denominaciones de origen (sostenibilidad, apoyo social o aumento de la riqueza, entre otros aspectos) podría servir para impulsar aún más un sector que el pasado año generó un impacto económico de unos 81 millones de euros, un 20% más que el año anterior, según datos de Acevin.

Página 20 10/12/2019

Internacional





Las exportaciones de vino a granel entre enero y octubre de este año han experimentado un alza de 7,3% en volumen, comparado con igual período del año anterior, llegando a 289,5 millones de litros, lo que representa 40,5% del total de vino exportado a la fecha.

El vino espumoso también ha experimentado un alza en su volumen exportado, llegando a 4 millones de litros en el período ya señalado. Por su parte el vino con denominación de origen y el vino en envases entre 2 y 10 litros muestran bajas en el volumen exportado (-1,7% y -10,6%, respectivamente).

En términos de valor sólo los vinos espumosos muestran una leve alza en el total exportado que alcanza al 1,6% en el periodo enero – octubre 2019, comparado con igual periodo del año anterior. El precio medio de todas las categorías, en este periodo, baja al compararlo con el año anterior.

CONGRESO OIV 2020

Entre el 23 y el 27 de noviembre de 2020, Chile será sede del 43° Congreso Mundial de la Viña y el Vino. Este Congreso es una oportunidad única para la vitivinicultura chilena de fortalecer su influencia internacional en términos de investigación e innovación, para confirmar el posicionamiento cualitativo de sus programas de capacitación y producción, así como para cultivar las relaciones internacionales, imprescindibles para la vitivinicultura chilena del mañana.

Nace la primera plataforma digital para compradores profesionales de vinos y espirituosas

Con el objetivo de digitalizar toda la cadena comercial del negocio de las bebidas en Latinoamérica, llega BottleHub. Pronto, en Brasil.

Orientada exclusivamente a quienes deciden, recomiendan o ejecutan la compra frecuente de bebidas para restaurantes, vinotecas, bares, wine bars, hoteles, caterings, y supermercados, así como a sommeliers independientes, esta innovadora plataforma permite buscar y pedir miles de bebidas disponibles en el mercado, navegando por el portfolio online de cientos de distribuidores reunidos en un potente buscador que los agrupa a todos.

BottleHub busca así conformar el mayor catálogo digital de bebidas existentes en el mercado, por lo que reunió

Página 21 10/12/2019

una oferta inicial compuesta por más de 1500 productos, que pertenecen a 150 prestigiosos productores de vinos y esprituosas de Argentina y el mundo, y proyecta triplicarse en los próximos meses.

De esta forma busca convertirse en una innovadora herramienta digital creada para facilitarle la tarea a los compradores del trade de bebidas, tanto para **encontrar las mejores opciones** para sus comercios y/o emprendimientos (**con precios actualizados** en tiempo real), como para **realizar la compra frecuente** de las mismas para reponer stocks. Y todo de forma totalmente gratuita.

"Con la llegada de BottleHub buscamos aportar eficiencia y muy buenos negocios para todos los actores de la



cadena comercial en el sector de vinos y otras bebidas, tanto en la Argentina como en Brasil, México y otros países de la región. Queremos que sea más fácil y rentable comprar y vender bebidas gracias a la digitalización del trade, lo que permite ahorrar mucho tiempo operativo y obtener información clave del negocio, algo que hasta hoy no existía en esta industria ", expresó Javier Menajovsky, fundador y CEO de BottleHub.

Una vidriera, todas las bebidas

La principal innovación que aporta esta plataforma al mercado es que **consolida en una sola interfaz digital** el portfolio de la mayoría de los distribuidores de bebidas así como el de productores que comercializan sus vinos de manera directa. De esta forma **permite eliminar casi por completo el tiempo dedicado a la reposición de stocks**, unificando en un solo punto de contacto una operación que hoy demanda la interacción con más de 30 proveedores en promedio, y que actualmente, en la mayoría de los casos, se realiza de forma ineficiente y desordenada.

Algunas bodegas participantes

Entre las primeras bodegas que ya se han subido a la plataforma se destacan Luigi Bosca, Norton, Kaiken, Viña Montes, Trivento, Concha y Toro, Pommery, Taittinger, Finca Flichman, Cruzat, Vistalba, Casarena, Freixenet, Finca Ferrer, Finca La Anita, La Coste de los Andes, Laureano Gómez, Gauchezco, Montebaco, Mendel, Revancha, Piedra Negra (Lurton), Malma, Callejón del Crimen, Niven Wines, Herencia Wines, Altos Las Hormigas, Fabricio Orlando Winemaker y Viniterra.

Además, ya están activas también, otras marcas de reconocidas bebidas espirituosas distribuidoras nacionales.

Digitalizando el trade de bebidas en Latinoamérica

BottleHub es desarrollado y dirigido por el sommelier, abogado y licenciado en Administración Javier Menajovsky,

un emprendedor argentino con más de 20 años de experiencia en proyectos de base tecnológica en la industria vitivinícola, así como en acontecimientos realizados con su productora **Wine Revolution** tanto en Argentina como en Brasil, México y Estados Unidos. Es también el creador de **Expo Vinos & Negocios**, en Capital Federal.

Fuente: https:// www.losandes.com.ar/article/ view?slug=nace-la-primeraplataforma-digital-paracompradores-profesionales-devinos-y-espirituosas



Página 22 10/12/2019

El vino francés podría verse afectado por el 100% de los impuestos de importación en Estados Unidos, ya que Trump considera aranceles de represalia

Un nuevo impuesto francés que grava a las empresas tecnológicas estadounidenses podría dar lugar a tarifas de represalia de Estados Unidos de hasta el 100% para los vinos franceses.

Esto ha sido condenado por la industria vitivinícola francesa, con un experto pidiendo al Presidente Emmanuel Macron que tome "todas las iniciativas necesarias" para evitar que se apliquen.

La administración Trump ha propuesto los aranceles oscilantes para los productos franceses, incluyendo el vino espumoso, así como el queso y los bolsos, valorados en \$2.400 millones en represalia por un impuesto francés impuesto a las empresas tecnológicas estadounidenses. Este impuesto GAFA (Google, Apple, Facebook y Amazon) impondría un impuesto del 3% sobre los ingresos anuales totales de las empresas tecnológicas más grandes del mundo que prestan sus servicios en Francia.

Sin embargo, Trump ha dicho que anunciará una "acción recíproca sustancial" a lo que él se refirió como la "tontería" de Macron a principios de este año. La semana pasada, el representante comercial estadounidense dictaminó que el impuesto francés discrimina a las empresas estadounidenses y es "incompatible con los principios prevalecientes", advirtiendo que podrían introducir impuestos de hasta el 100 por ciento sobre algunos productos, incluido el vino.

Trump afirmó que el hallazgo fue jusitifed. "Están empezando a gravar los productos de otras personas", dijo. "Por lo tanto, vamos y los gravamos, dijo en Londres la semana pasada para una cumbre de la OTAN. Sin embargo, Antoine Leccia, presidente de <u>FEVS</u>, no estaba satisfecho con los impuestos propuestos. "Deploramos, por supuesto, este anuncio que, tras la disputa sobre Airbus, vuelve a entrar en el lugar de los vinos franceses y siempre en el contexto de una disputa entre Francia y Estados Unidos que no concierne a nuestro sector", dijo.

El vino francés ya se ha visto afectado por los aranceles estadounidenses, después de que se impusiera un derecho de importación del 25 por ciento al vino de sstilli por debajo del 14 por ciento en octubre de este año. Los aranceles también afectan a los productos aparentemente aleatorios fabricados en Alemania, España y el Reino Unido, transportados en contenedores de 2 litros o menos. Los licores fabricados en Alemania, Irlanda, España y el Reino Unido, así como el whisky escocés también están sujetos a un arancel adicional del 25%.

Francia exportó 4,1 millones de cajas de 9l de vinos espumosos a los Estados Unidos con un valor aproximado de 690 millones de euros. Los vinos espumosos representaron casi el 40 por ciento del valor total y el 20 por ciento del volumen de todas las exportaciones de vinos franceses a los Estados Unidos.

"Queda un mes para que las autoridades francesas lleguen a un acuerdo con los Estados Unidos sobre los servicios digitales y eviten que estos derechos entren en vigor. Entonces será necesario que Francia y sus socios europeos refuercen sus esfuerzos en la cuestión de Airbus", ha dicho Leccia. "Por lo tanto, pedimos solemnemente al Presidente de la República que tome, a partir de hoy, todas las iniciativas necesarias, a nivel nacional, bilateral e internacional, para que nuestro sector no pague el precio de las decisiones económicas y políticas tomadas por Francia".

Página 23 10/12/2019

Sector del aceite



Manuel Molina: «La promoción es la mejor vía para elevar el precio del aceite»

El responsable de Aceites Manuel Molina Muñoz destaca las inversiones en la mejora de

la producción

Aceites Manuel Molina Muñoz e Hijos logró, con su marca Fuente Ribera, alzarse a finales de noviembre en Madrid con el séptimo puesto en el ranking de Evooleum Awards, que reconocen a los mejores aceites del mundo.

¿Con qué instalaciones cuentan?

Disponemos en **Almedinilla** de una fábrica de producción de aceite de oliva totalmente modernizada que cuenta actualmente con una capacidad de molturación de más de 1.000 toneladas cada 24 horas. El año pasado llegamos a los cuatro millones de kilos de **aceite**. Estamos ubicados en una zona geográfica



privilegiada como es la Subbética cordobesa. En nuestras instalaciones también tenemos posibilidad de guardar aceitunas que compramos en las provincias de Granada, Jaén, Sevilla y Málaga. Nos situamos en una parcela que ronda los 30.000 metros cuadrados, de los que la almazara ocupa unos 25.000. Allí trabajan unas 30 personas.

¿Qué mejoras se han realizado en la planta en el último año?

Todos los años se realizan **inversiones** para modernizar nuestras instalaciones a fin de producir más y mejor. En el pasado verano se ha llevado a cabo un proyecto por un valor superior a los 500.000 euros con el objetivo de aumentar nuestros niveles de molturación, además de incorporar un proceso de control informático de las líneas de producción en cuanto a la velocidad de **procesado**, humedades y la temperatura, así como certificar que nuestros aceites se obtienen en condiciones óptimas.

¿Qué distingue al aceite que producen y comercializan?

Nuestros aceites se caracterizan por un aroma con una intensidad bastante alta y con un sabor con un suave amargor que permite crear unos matices increíbles en nariz y en boca y que nos trasladan a un campo verde y una naturaleza pura. Esto es muy apreciado por los clientes, fruto de lo cual son los diferentes premios que hemos recibido. Pertenecemos desde su fundación a la **Denominación de Priego de Córdoba**, que es quien nos tutela para conseguir la alta calidad de nuestros aceites.

¿Cuáles son sus principales mercados de venta?

Nuestro principal mercado es el **nacional**. Tenemos como compradores a granel a marcas conocidas como es el caso de Carbonell, Koipe o **La Masía**, o grandes envasadores, como por ejemplo Sovena. En cuanto a nuestras marcas propias distribuimos en todo el país y contamos con presencia en algunos países de nuestro entorno, como Alemania, Inglaterra o Nueva Zelanda.

¿Cómo se presenta la campaña que acaba de comenzar?

Nuestra zona, donde predomina el **secano** y que es olivar de sierra en su mayoría, está bastante castigada por la sequía de los últimos años, lo que provoca una merma de la producción. Calculamos que el volumen de **producción** en esta temporada en nuestro caso puede descender hasta un 50 por ciento respecto al año pasado.

Los precios del aceite siguen sin despegar. ¿Qué medidas considera que son necesarias?

Las herramientas que se están implementando son las adecuadas porque son las que tenemos para fomentar un precio del **aceite** que esté más cerca de los **tres euros en origen** para que el agricultor pueda seguir trabajando y generando riqueza y empleo en las zonas rurales. La principal actuación ante esta situación es la promoción que hace cada marca y la genérica que está llevando a cabo la Interprofesional del Aceite de Oliva con el fin de incentivar su consumo en **España** y fuera del país. Creo que esto dará buenos resultados a dos años vista. También pienso que el almacenamiento privado es una herramienta válida para ayudar a los productores y desatascar los mercados

https://sevilla.abc.es/andalucia/cordoba/sevi-manuel-molina-promocion-mejor-para-elevar-precio-aceite-201912090037 noticia.html

Página 24 10/12/2019

Diferencias entre los aceites de oliva virgen extra de cosecha temprana y tardía

Los primeros, cada vez más de moda, se elaboran cuando la aceituna aún no ha alcanzado su madurez y la mayoría todavía están verdes próximas al envero

Málaga se encuentra en plena campaña de producción de aceite de oliva. La mayor parte de las almazaras que existentes en la provincia llevan trabajando a fondo desde primeros de noviembre. La campaña finaliza por lo general en marzo. No obstante, hay empresas aceiteras que comenzaron a elaborar aceites en octubre -algunas más atrevidas lo han hecho incluso en septiembre-, cuando la aceituna todavía no está madura. Estas almazaras persiguen obtener aceites de cosecha temprana, premium, dirigidos a un mercado delicaterssen. Se elaboran con aceitunas que en su mayoría todavía están verdes, aunque algunas ya empiezan a pintarse de negro por fuera (envero). «La aceituna tiene que tener la madurez suficiente, porque si se recolectan antes de ese momento el resultado son aceites de oliva con sabores a madera», explica el gerente de la cooperativa olivarera y frutera San Isidro de Periana, Francisco Alcántara.

Para Alcántara, lo que aportan los aceites de oliva de cosecha temprana son matices más frescos y aromáticos. No obstante, señala que la recolección debe ser delicada y la elaboración debe ser con tiempos de batido cortos y a temperaturas reducidas. «Es así como se obtienen aceites de oliva premium y selectos», señala este experto, para quien otra moda que se ha acentuado en los últimos años es ofrecer aceites tempranos sin filtrar. Significa que son aceites con una humedad superior al de los filtrados. «Hay que tener muy en cuenta que los que son sin filtrar son aceites de oliva de temporada, que se ponen a la venta al principio de cada campaña. Tienen partículas sólidas y una cantidad mayor de humedad, que desencadenan reacciones que oxidan y fermentan el aceite, por lo que su consumo debe ser rápido», aconseja el gerente de la cooperativa olivarera de Periana.

Los aceites tempranos filtrados se suelen ofrecer en botellas opacas, de cristal con protección ultra violeta o en latas. Sin embargo, los sin filtrar es común verlos incluso en recipientes de PET.

Según Alcántara, **lo que más atrae a los consumidores de los aceites tempranos es el color, de un verde kiwi**, más brillante, y unos olores y sabores más pronunciados.

Empresas como Finca la Torre y El Labrador de Fuente de Piedra elaboran este tipo de aceites temprano, entre otras muchas almazaras. De hecho, realizan la molienda en octubre, convencidos de que cuando la aceituna ya esta madura es muy difícil, cuando no imposible, obtener incluso aceites virgen extra, según señala Rosario López, de El Labrador SAT. «Obtener un aceite de oliva virgen extra con aceituna tardía es prácticamente imposible», asegura López.

El único aceite de oliva virgen extra con Denominación de Origen protegida de la provincia, el aceite de la **DOP Antequera** es también de cosecha temprana.

Algo que debe saber también el consumidor es que estos aceites tempranos al ser elaborado con aceitunas que todavía no han alcanzado su total madurez, necesitan más kilos de fruto. «Por lo general se necesitan ocho kilos de aceituna para obtener un kilos de aceite», señala Alcántara, mientras que para un aceite con aceituna madura sólo necesitan cinco kilo de fruto.

Algo que lo hace singular es que son **aceites especiales, únicos**, que exigen más atrabajo incluso, puesto que no es lo mismo recolectar la aceituna cuando está madura, que cuando aún no. La madura se desprende mejor de las ramas y los árboles sufren menos.

Dependiendo de la variedad de aceituna, **el aceite de cosecha temprana ofrecerá aromas más o menos intensos**. No es lo mismo una aceituna hojiblanca que una verdial. Con la verdial, que es propia de la Axarquía, se obtienen aceites menos amargos y picantes.

De cualquier manera cada vez están más de moda los aceites de oliva premium, tanto que cada vez es más frecuente ver como las cooperativas se están animando a elaborarlos.

Según el aforo andaluz de producción de olivar de Andalucía para la campaña 2019-2020, Málaga sufrirá un descenso del 31,8 por ciento, lo que significan unas **59.120 toneladas de aceite**, frente a las 80.733 de la anterior campaña. En total se destinarán a almazara 297.310 toneladas de aceituna.

Málaga seguirá siendo la quinta provincia en producción de aceite de oliva en Andalucía, por detrás de Jaén, Córdoba, Granada y Sevilla.

La producción de aceite de oliva ecológica en Málaga se estima que bajará un 43% respecto a la anterior campaña con sólo 384 toneladas, frente a las 673 de 2018-2019.

https://www.diariosur.es/economia/agroalimentacion/diferencias-aceite-oliva-20191204180322-nt.html

Página 25 10/12/2019

El Mapa pide a la industria aceitera que apueste por el almacenamiento... pero con ofertas más realistas

Pese al <u>fracaso y la frustación de la primera licitación</u>, el secretario general de Agricultura y Alimentación, Fernando Miranda, ha pedido este sábado 7 a la industria aceitera que apueste por el almacenamiento privado del aceite de oliva, como medida para recuperar los precios en los mercados. Aunque también les insta a realizar ofertas más realistas.



En una entrevista en el programa 'A pie de Campo' de Castilla-La Mancha Media (CMM), Miranda ha reclamado "más sensibilidad" al sector, "hacer la cuentas bien y afinar con esas ofertas, para que entren grandes cantidades en el almacenamiento" privado y que así se logre disminuir la oferta y recuperar los precios del aceite de oliva.

El secretario general Agricultura y Alimentación ha reconocido que la situación del mercado del aceite de oliva es inquietante y, aunque la decisión de la Comisión Europea (CE) de licitar un precio de corte de 0,83 euros por día y tonelada "no parece suficiente", la industria debe ser receptiva a esta medida.

Miranda ha señalado que la CE tiene previsto hacer cuatro licitaciones para establecer ayudas, la primera de las cuales no ha tenido un gran éxito por la baja cantidad y por el bajo precio apro-

bado.

El responsable ministerial ha reconocido que esta primera licitación ha sido de tanteo, "para ver un poco dónde está ese precio al que se puede situar la ayuda al almacenamiento privado de aceite de oliva".

le hemos dicho a los representantes del sector que tienen que hacer ofertas más realistas, más ajustadas a las necesidades

Y ha señalado que el Ministerio considera que <u>el precio de corte de la Comisión de 0,83 euros por día y tonelada "no nos parecía suficiente</u> y pensamos que la Comisión tenía que haber hecho un esfuerzo adicional".



Sin embargo, ha advertido de que "también le hemos dicho a los representantes del sector que tienen que hacer ofertas más realistas, más ajustadas a las necesidades y teniendo en cuenta cuál es la finalidad de esta ayuda".

En este sentido, ha recordado que el objetivo, por una parte, es compensar por mantener durante seis meses el aceite de oliva almacenado en sus depósitos, pero también "conseguir con ello que suba el precio de todo el aceite de oliva que se comercializa".

Por tanto, ha insistido en que "el beneficio no sólo hay que esperarlo por la cantidad de aceite que se oferta, sino por el efecto que produce el retener durante seis meses una cantidad suficientemente significativa de aceite de oliva almacenada".

En cualquier caso, el responsable ministerial ha señalado que las ayudas al almacenamiento son importantes tanto para el operador que lo recibe, como también para el conjunto del sector, al contribuir a que el precio del aceite se recupere.

Y ha reiterado que, aunque los 0,83 euros por día y tonelada le parece "insuficiente" al Ministerio, esta ayuda también es importante, si se compara con lo que cuesta almacenar una tonelada de aceite de oliva, que son 0,17 euros tonelada y día, lo que viene a equivaler a 150 euros por tonelada para este tipo de almacenamiento".

Además, hay que tener en cuenta que, cuando se habla con el sector sobre el sistema de autorregulación, se está poniendo sobre la mesa que sean las propias cooperativas las que asuman el coste del almacenamiento que harían ellos, mientras que en este caso reciben una ayuda de la CE por el almacenamiento.

Página 26 10/12/2019

EL CORREO DEL AGRO



Bruselas acoge una jornada para reivindicar el papel clave de la mujer rural en el futuro de Europa

Jerónima Bonafé, presidenta de la asociación de Mujeres de Cooperativas Agroalimentarias de España, expone en el Parlamento Europeo la importancia de las cooperativistas

Una delegación de 27 mujeres de Cooperativas Agro-alimentarias de España formada por presidentas, miembros de Consejos rectores, socias y técnicas de cooperativas participaron en la jornada Mujeres en la Europa Rural en el Parlamento Europeo.

Este evento pretendía conocer «las preocupaciones y reivindicaciones de este colectivo y dar a conocer las oportunidades que el marco europeo ofrece para su actividad», como explican desde CCAE.

Así, la eurodiputada de Ciudadanos y del grupo liberal en el Parlamento Europeo (Renew Europe, RE), Soraya Rodríguez, fue la responsable del encuentro, en el que intervinieron, además, la presidenta de la asociación de Mujeres de Cooperativas Agro-alimentarias de España (AMCAE), Jerónima Bonafé, la cooperativista y responsable de políticas rurales de Cs, María Ángeles Rosado, y el director de la FAO en Bruselas, Rodrigo de Lapuerta.

Jerónima Bonafé explicó que Cooperativas Agro-alimentarias de España y AMCAE «defienden el papel de la mujer en el sector agrario» y trabajan por «aumentar su presencia en los Consejos Rectores de las cooperativas», ofreciendo recursos formativos para facilitar el acceso a puestos de dirección y gerencia teniendo en cuenta que ya en las plantillas representan el 45%.

Durante el encuentro, las cooperativistas procedentes de diferentes puntos de España tuvieron la oportunidad de conocer el trabajo que se lleva a cabo en el Parlamento Europeo, la labor legislativa y de visibilización de los problemas ciudadanos.

Como afirman desde Cooperativas Agro-alimentarias de España, «Europa se enfrenta al desafío de la despoblación de sus entornos rurales, la fuga de población hacia las ciudades alerta sobre la necesidad de poner en práctica políticas que den oportunidades en el campo y en los pueblos. Además, ante la emergencia climática, se hace más necesario que nunca asegurar la viabilidad y sostenibilidad de la Europa rural».

A este respecto subrayan que «estos retos no pueden ser afrontados sin considerar a las mujeres como actores políticos principales y asegurar la igualdad de oportunidades en este entorno».

Tal y como señaló Soraya Rodríguez, debemos dejar de hablar de «la España vaciada» porque «aunque esté olvidada, no está vaciada».

En este sentido, la eurodiputada recordó que aproximadamente el 80% del territorio español es rural y en él vive el 20% de la población, «datos que confirman la urgencia de un Pacto de Estado contra la despoblación con el objetivo de arraigar población al territorio» y «que incluya medidas para apoyar a las mujeres que decidan quedarse y emprender un proyecto de vida en el entorno rural».

Por otra parte, Rodríguez informó a las asistentes de que en el Parlamento Europeo está trabajando para que la reforma de la PAC incluya medidas de apoyo para la incorporación y profesionalización de las mujeres en el sector agrario y ganadero.

Por su parte, María Ángeles Rosado, reconoció que todavía no se visualiza el trabajo de las mujeres en el medio rural y menos aún en zonas gravemente despobladas.

También recordó que adquirió la titularidad compartida de la explotación con su marido al 50% en el 2016, «la primera, en toda la provincia de Guadalajara». «Las mujeres debemos estar al frente de las explotaciones agrarias y ganaderas para poder aportar nuestro valor y talento al sector», aseveró Rosado, «la titularidad es importante para conseguir la visibilidad a la que aspiramos». La empresaria ha aprovechado su intervención para defender el cooperativismo porque son grandes empresas que no se deslocalizan y arraigan población al territorio, según CCAE.

Por último, Rodrigo de Lapuerta, director de la FAO en Bruselas, señaló que, aunque existen estrategias y planes para dar poder a las mujeres, «lo que faltan son recursos». Para Lapuerta, el acceso a la tierra, a la educación y tecnología son fundamentales para lograr la igualdad efectiva, que «además de ser un imperativo ético, tiene rendimientos económicos y sociales».

Página 27 10/12/2019



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

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.



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

Agente Comercial/Distribuidor



Empresa

francesa líder a nivel internacional en la fabricación y venta de barricas de roble francés y americano a medida, abre proceso de selección para la comercialización de sus productos en el Norte y Sur de España, para gestión y ampliación de la cartera de clientes.

Masoveros



Bodega del Penedés, ubicada en zona singular, próxima a Barcelona busca Matrimonio de Masoveros

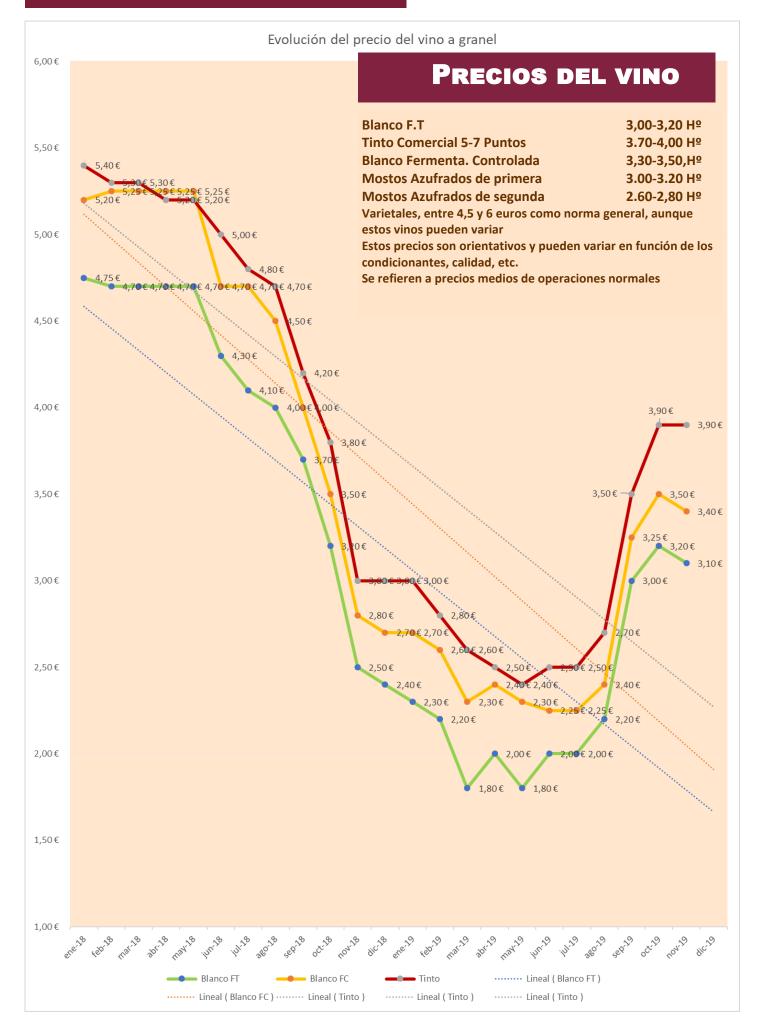
Servicio de Exportación



Empresa especializada en la Internacionalización, Exportación y Promoción Exterior de productos y servicios de España, con una experiencia de más de quince años, selecciona bodegas con deseo de abrir Mercado en el exterior, centrándose principalmente en el Mercado europeo.

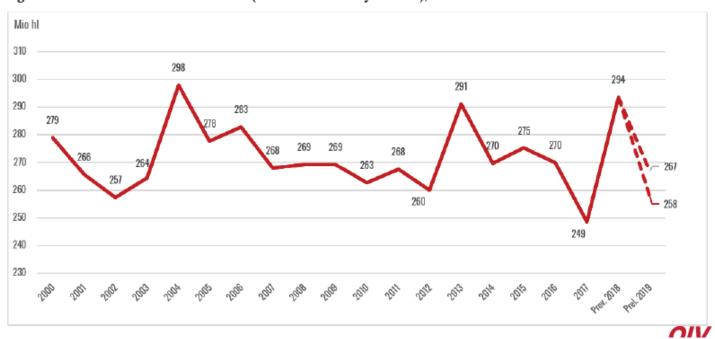
Anuncios gratuitos por palabras, si es suscriptor no le costará nada anunciarse. Puede poner compra venta de vinos, tanto embotellados como a granel., fincas, maquinaria, bodegas, etc. con sus datos o anónimo sirviendo nosotros de enlace, también gratuito. Puede enviar sus ofertas, con los datos más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

Página 28 10/12/2019



Página 29 10/12/2019

Figura 1 - Producción mundial de vino (excluidos zumos y mostos), 2000-2019



Cuadro 1: Producción de vino (excluidos zumos y mostos)*

							Var. 19/18 en	Var. 19/18
Unidad: Mill. hL	2014	2015	2016	201 7	Prov. 2018	Prel. 2019	volumen	en %
Italia	44,2	50,0	50,9	42,5	54,8	46,6	-8,2	-15%
Francia	46,5	47,0	45,4	36,4	49,0	41,9	-7,2	-15%
España	39,5	37,7	39,7	32,5	44,9	34,3	-10,6	-24%
Estados Unidos**	23,1	21,7	23,7	23,3	23,9	23,6	-0,3	-1%
Argentina	15,2	13,4	9,4	11,8	14,5	13,0	-1,5	-10%
Australia	11,9	11,9	13,1	13,7	12,9	12,5	-0,4	-3%
Chile	9,9	12,9	10,1	9,5	12,9	11,9	-1,0	-7%
Sudáfrica	11,5	11,2	10,5	10,8	9,5	9,7	0,2	3%
China***	13,5	13,3	13,2	11,6	9,1	ND	ND	ND
Alemania	9,2	8,8	9,0	7,5	10,3	0,0	-1,2	-12%
Portugal	6,2	7,0	6,0	6,7	6,1	6,7	0,6	10%
Rusia	5,1	5,6	6,6	5,8	5,5	6,0	0,5	8%
Rumanía	3,7	3,6	3,3	4,3	5,1	4,9	-0,2	-4%
Hungría	2,4	2,6	2,5	2,5	3,4	3,2	-0,2	-6%
Nueva Zelanda	3.2	2.3	3.1	2.9	3.0	3.0	0.0	-1%
Brasil	2,6	2,7	1,3	3,6	3,1	2,9	-0,1	-5%
Austria	2,0	2,3	2,0	2,5	2,8	2,6	-0,1	-4%
Grecia	2,8	2,5	2,5	2,6	2,2	2,0	-0,2	-8%
Georgia	0,9	1,2	0,9	1,0	1,7	1,8	0,0	1%
Suiza	0,9	0,9	1,1	0,8	1,1	1,1	-0,1	-6%
MUNDO	270	275	270	249	294	263	-30,6	-10%

^{*} Países con una producción de vino en 2019 de más de 1 Mil. hL y para los que se dispone de información

ND: no disponible

OIV

Página 30 10/12/2019

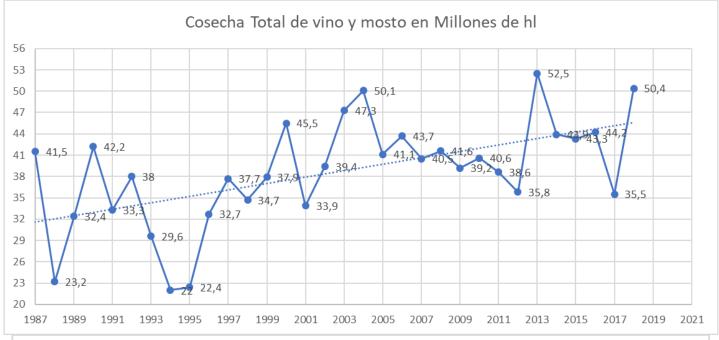
^{**} Estimación de la OIV basada en los datos de la vendimia de USDA

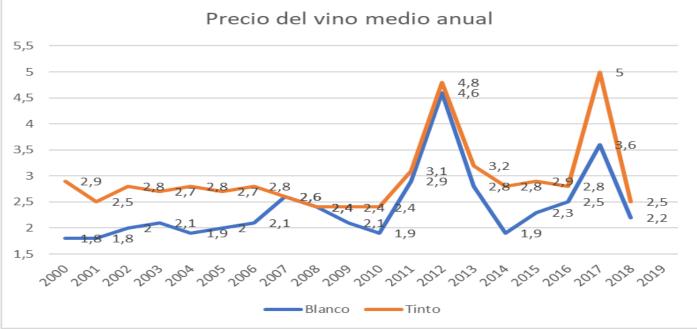
^{***} Estimación de la OIV basada en los datos de NBS (China) y FAO

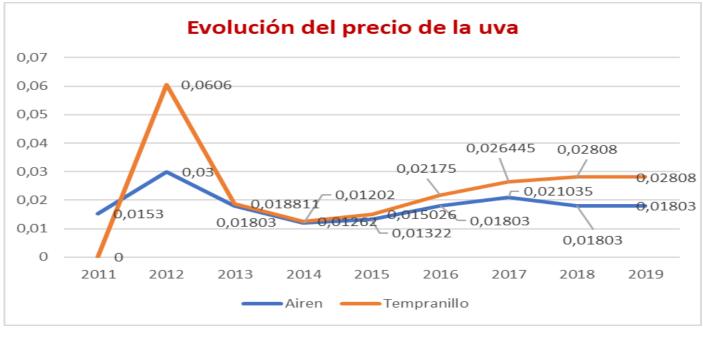
GRAFICOS DEL VINO

EL CORREO 🏶 DEL VINO

TODA LA ACTUALIDAD DEL VINO



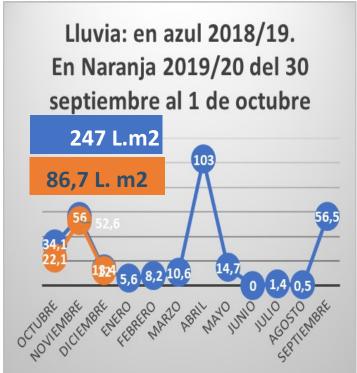


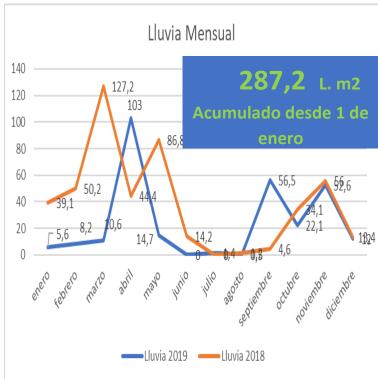


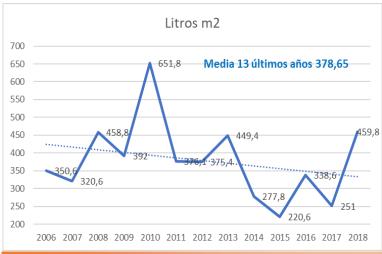
EL TIEMPO



Desde 30 septiembre de 2017 a 1 DE octubre de 2018 - 440,5 LITROS M2









Actualizado al 03/12/2019

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

SUSCRIPCIONES : 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

Winein Moderation.eu

Art de Vivre

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

javier@elcorreodelvino.com



10/12/2019