EL CORREO DEL VINO

• TODA LA ACTUALIDAD DEL VINO •

El Periódico diario del Vino Español

Número 4.462 Fundado en 1947 Fecha, 15 de abril de 2021

EL VINO AL DÍA

Excelentes, contundentes y demoledores datos los que nos da el OEMV y la interprofesional del vino. Una pena el consumo de vino en España que ya estaba superando los 11 millones de hl. al año y hemos bajado ya de 9. Para mi esto demuestra que el turismo es uno de los grandes consumidores de vino español, los datos dicen que hemos consumido más vino los españoles durante la pandemia, pero aún así, el consumo baja, lo que puede indicar que realmente en años normales, quizá los españoles consumamos entre 7 y 8 millones, y hasta los 11 sea consumo en España por no españoles. Lo que, a la vez que bueno, por los extranjeros, es una pena por nuestro consumo

OeMv

Observatorio Español del Mercado del Vino

La mejor fuente de estudios e información del sector

Exportaciones de vino a granel español. ENERO 2021

La siguiente infografía, elaborada gracias al acuerdo de colaboración entre la Organización Interprofesional del Vino de España (OIVE) y el Observatorio Español del Mercado del Vino (OEMV) recoge, de manera visual, la evolución de las exportaciones españolas de vinos a granel con datos hasta enero de 2021.

Infografía realizada en base al informe Exportaciones de granel español - Enero 2021

(La puede ver en página 4 de este número)

Descarga la INFOGRAFÍA COMPLETA

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 Bulk Wine Competition 2014 GRAND GOLD MEDAL

International Bulk Wine Competition 2013 GOLD MEDAL

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

EXPORTACIONES DE VINO DE AUSTRALIA - AÑO 2020

El vino australiano gana en Reino Unido más de lo que pierde en China

Australia exportó 53 millones más de litros de vino a Reino Unido en 2020 (+24%), país que hizo acopio de vino ante las posibles trabas comerciales que deriven del Brexit.

Reino Unido compensó de sobra la pérdida sufrida en China, cercana a los 40 millones de litros (-29%) y donde las perspectivas no son nada halagüeñas ante el anuncio de las restricciones a la importación vino australiano anunciadas por el país.

Granel y bag-in-box compensaron la caída de envasados y espumosos

Descarga GRATIS el informe completo

EXPORTACIONES DE VINO DE EE.UU. - AÑO 2020

EE.UU. exportó en 2020 su menor cantidad de vino envasado de los últimos 25 años y la mayor de su historia a

Bodegas Los Llanos
FUNDADA EN 1875
GOLDEN LEAGUE 2019
BEST
PRODUCER
OVER 500 HECTARES
GOLD MEDAL
BERLINER WEIN TROPHY
2020
BERLINER GOLD
under the patronage of the OIV
RESERVA
Excellence
TEMPRANILLO
2013
Señorío de los Llanos
Bodegas Los Llanos
VALDEPEÑAS
señoriodelosllanos.com
Señorío de los Llanos, el auténtico vino de Valdepeñas

EXPORTACIONES VITIVINÍCOLAS ESPAÑOLAS GRANEL

Acumulado interanual. TAM Enero 2020 → **TAM Enero 2021.**

VOLUMEN (Mltr)

TRANQUILO GRANEL

-8'9%

TOTAL PROD. VITIVINÍCOLAS:
2.725'8 → **2.638'7** -3'2%

TOTAL VINO:
2.121'9 → **2.003'3** -5'6%

- DOP: **8'0** -20'3%
- IGP: **28'4** -1'8%
- Varietal: **266'0** -1'5%
- Sin DOP/IGP: **752'7** -11'3%

MOSTO

+3'7%

VALOR (M€)

TRANQUILO ENVASADO

-3'6%

TOTAL PROD. VITIVINÍCOLAS:
3.037'1 → **2.920'0** -3'9%

TOTAL VINO:
2.706'7 → **2.586'0** -4'5%

- DOP: **8'3** -9'3%
- IGP: **17'5** -1'4%
- Varietal: **122'4** +6'1%
- Sin DOP/IGP: **302'3** -7'0%

MOSTO

-0'3%

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN DE GRANEL

141'0 M€	-1'6%
367'9 Mltr	-7'0%
0'38 €/l	+5'8%

89'8 M€	+23'6%
233'1 Mltr	+12'9%
0,39 €/l	+9'4%

59'9 M€	-7'6%
135'5 Mltr	-11'4%
0'44 €/l	+4'3%

38'4 M€	+18'5%
93'4 Mltr	+22'9%
0'41 €/l	-3'6%

Infografía realizada gracias al acuerdo de colaboración de la OIVE con el OEMV.

granel

Las exportaciones de vino de EE.UU. han ido enfocándose cada vez más en el granel para su envasado en destino, sobre todo en Reino Unido, donde empresas norteamericanas cuentan con plantas de embotellado; el 95% del vino que vende EE.UU. a Reino Unido ya es a granel.

Estados Unidos obtuvo en el año de la pandemia su menor facturación por exportación de vino desde 2010. Desplome de las ventas a China, Hong Kong y Japón

Descarga GRATIS el informe completo

OIVE | Nuevo Informe Económico INFOVI con datos a febrero de 2021 + INFOGRAFÍAS

Interprofesional del VINO DE ESPAÑA

La OIVE acaba de publicar su último informe económico de mercado, con datos a febrero de 2021, así como las infografías correspondientes al mismo, elaboradas en colaboración con el OeMv.

Disponibles INFORME e INFOGRAFÍAS a febrero de 2021

TIERRAS, en colaboración con el OEMV, organiza esta tarde un seminario digital para analizar este nuevo escenario de trabajo para el viñedo. El OeMv participará en la jornada de la mano de su director general, Rafael del Rey, con la presentación "Los mercados del vino en tiempos de pandemia… y otros desafíos".

+ más info

Interprofesional del VINO DE ESPAÑA

12 abril 2/2021

EVOLUCIÓN MENSUAL DE LOS PRINCIPALES DATOS CAMPAÑA 2020/2021

PRODUCCIÓN	INFOVI feb 21

40,84 MILLONES DE HL DE VINO PRODUCIDOS EN LOS SIETE PRIMEROS MESES DE CAMPAÑA (+21,6%)

Con respecto a la campaña anterior, la producción de vino aumentó en 7,26 millones de hl.

Respecto a la producción de mosto, los datos ampliados de noviembre de 2020 la cifraban en 5,1 millones hl.

EXISTENCIAS	INFOVI feb 21

58,97 MILLONES HL DE VINO Y MOSTO A 28 DE FEBRERO DE 2021, QUE SUPONEN 7,93 MILLONES HL MÁS (+15,5%).

De esos 58,97 millones hl, 53,76 millones de hl, corresponden a existencias finales de vino (+14% o 6,64 millones hl más) y 5,2 millones hl, a existencias finales de mosto sin concentrar (+33% o 1,29 millones hl más).

IMPORTACIONES	OeMv ene 21

SE IMPORTARON 8.730 HL MENOS DE VINO EN LA PRIMERA MITAD DE LA CAMPAÑA 2020/21.

Con datos de la AEAT disponibles hasta enero de 2021, las importaciones españolas de vino se redujeron, en la primera mitad de la campaña 2020/21 en 8.730 hl y en 18,7 millones de euros, situándose en estos seis meses en los 292.130 hl y los 87,5 millones €.

ALCOHOL / VINAGRE	INFOVI feb 21

1.704.351 HL (+21%) SE DESTINARON A DESTILERÍA Y VINAGRERÍA EN LOS SIETE PRIMEROS MESES DE CAMPAÑA.

De esa cantidad, 1.449.074 hl (+16%) se destinaron a elaboración de alcohol y 255.277 hl (+57%), a la elaboración de vinagre.

MERCADO INTERIOR	Est. INFOVI OeMv feb 21

CAE LA ESTIMACIÓN DE CONSUMO NACIONAL DE VINO A LOS 8,8 MILLONES HL (-20,6%).

Se trata de la cifra más baja de la serie histórica, que además comparamos con la más alta de la serie, ya que, en febrero de 2020, la estimación de consumo era de 11,1 millones de hl.

Es decir, en los últimos doce meses, el consumo nacional de vino habría descendido en 2,28 millones de hl.

EXPORTACIONES	OeMv ene 21

ARRANQUE DE AÑO NEGATIVO PARA LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE VINO

En el mes de enero de 2021, las exportaciones españolas de vino se redujeron un -15% en valor y un -5,5% en volumen.

Los datos positivos registrados en los meses de noviembre y diciembre del pasado 2020, permiten que la primera mitad de la campaña 2020/21 se cierre con un ligero aumento del 0,1% en volumen, hasta los 10,2 millones hl (+9.772 hl), aunque la facturación se redujo un -1,7%, hasta los 1.343,7 millones € (-23 millones).

Interprofesional del VINO DE ESPAÑA

12 abril 2/2021

Análisis general

Los datos del INFOVI correspondientes al mes de febrero de 2021 muestran una ligera producción de vino de 4.348 hl, situándose la producción de vino en los siete primeros meses de la campaña 2020/21, en los **40,84 millones hl de vino** (+21,6% o 7,26 millones hl más). También son mayores las existencias finales de vino y mosto sin concentrar (+7,93 millones hl) a 28 de febrero de 2021, que se situaron en los **58,97 millones hl** (+15,5%), la cifra más elevada de las últimas cinco campañas. De esa cantidad, 53,76 millones de hl, corresponden a existencias finales de vino (+14% o 6,64 millones hl más) y 5,2 millones hl, a existencias finales de mosto sin concentrar (+33% o 1,29 millones hl más).

En lo que se refiere a las salidas nacionales a destilería y vinagrería, en los siete primeros meses de campaña, fueron de 1.704.351 hl (+21%), de los que 1.449.074 hl (+16%) fueron para elaboración de alcohol y 255.277 hl (+57%), para elaboración de vinagre. En febrero de 2021, aumentaron un 9,7% las entradas de vino en las bodegas españolas, mientras se mantuvieron prácticamente estables las salidas (+0,1%), cayendo la diferencia neta entre ambas un -26%. Esta evolución, sumada a los malos datos de los meses precedentes, hace caer la estimación de consumo nacional de vino a los **8,8 millones de hl** (-20,6%), la cifra más baja desde que los datos del INFOVI están disponibles y que, en este caso, además, se compara con la más alta alcanzada en la serie, cuando en febrero de 2020 se superaron los 11 millones de hl.

En lo que se refiere al comercio exterior, con datos de la AEAT disponibles hasta enero de 2021, las exportaciones españolas de vino arrancaron el año en negativo, con caídas del 15% en valor y del 5,5% en volumen. Sin embargo, la evolución positiva registrada en los meses de noviembre y diciembre del pasado 2020 hace que los datos de la primera mitad de la campaña 2020/21, registren un ligero crecimiento en volumen del 0,1%, hasta los 10,2 millones de hl (+9.772 hl) y una caída en valor del -1,7%, hasta los 1.343,7 millones € (-23 millones). También se redujeron las importaciones españolas de vino en la primera mitad de la campaña: -17,6% en valor y -2,9% en volumen, hasta situarse en los 87,5 millones de euros (-18,7 millones) y los 292.130 hl (-8.730 hl).

Producción

En los siete primeros meses de la campaña 2020/21 se produjeron 40,84 millones de hl de vino (+21,6% o 7,26 millones de hl más que en la campaña anterior).

Según los datos del INFOVI del mes de febrero de 2021, en ese mes no hubo nueva producción de uva y se registró una pequeña producción de vino (4.348 hl), por lo que en los siete primeros meses de la campaña 2020/21 la producción de vino asciende a los 40,84 millones de hl (+21,6% o 7,26 millones de hl más que en los siete primeros meses de la campaña anterior. Se incluye la producción de los productores de menos de 1.000 hl (635.173 hl), cifra proporcionada en la declaración ampliada correspondiente al mes de noviembre de 2020.

Esta declaración ampliada, también recogía la **producción de mosto: 5,1 millones de hl**, frente a los 3,6 millones de hl de la campaña anterior (+41,7%). Por tanto, la **producción de vino y mosto** en la primera mitad de la campaña 2020/21 se situó en los **45,94 millones de hl**, aunque la última cifra facilitada por el MAPA habla de 46,7 millones de hl de producción de vino y mosto.

Gala
Mostos - Vinos - Alcoholes

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

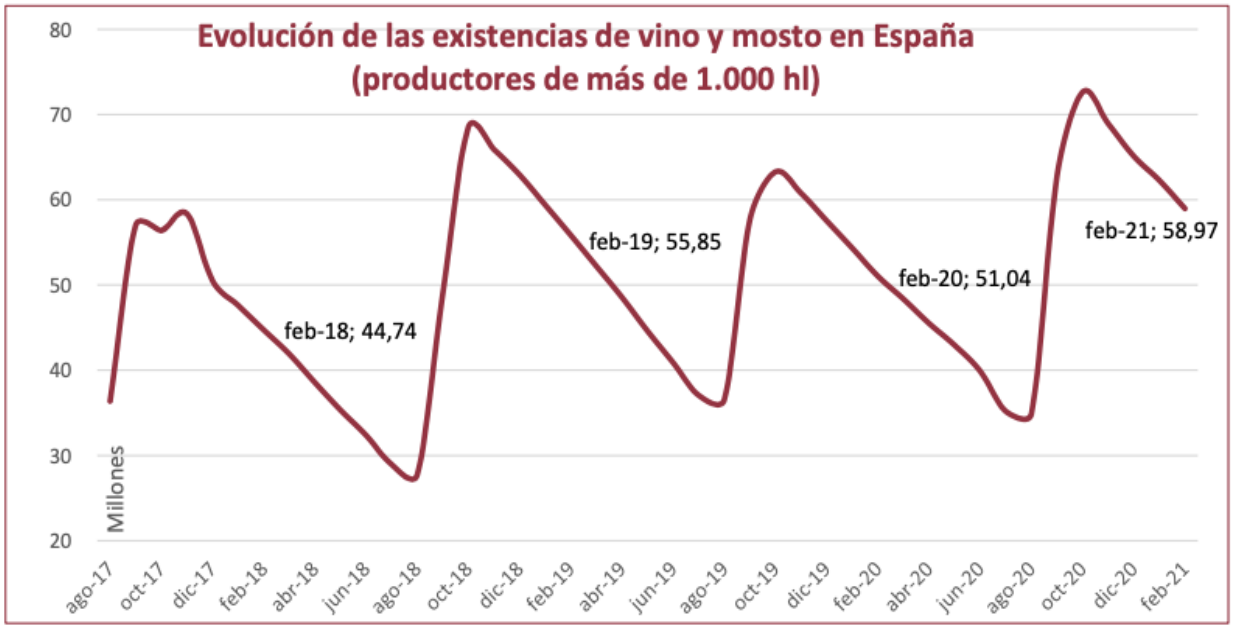
Interprofesional del VINO DE ESPAÑA

12 abril 2/2021

Variación de existencias

7,93 millones de hl de vino y mosto más de existencias finales, a 28 de febrero de 2021, hasta los 58,97 millones hl (+15,5%)

Las existencias finales de vino y mosto sin concentrar, a 28 de febrero de 2021, se situaron en los **58,97 millones de hl**, cifra un 15,5% superior a la registrada el 29 de febrero de 2020, o **7,93 millones de hl más**.



De esos 58,97 millones hl, 53,76 millones de hl, correspondieron a existencias finales de vino (+14,1% o 6,64 millones hl más) y 5,2 millones hl, a existencias finales de mosto sin concentrar (+32,9% o 1,29 millones hl más).

Por colores, de los 53,76 millones de hl de existencias finales de vino, 31,36 millones de hl eran de vinos tintos y rosados (+12,3% o 3,43 millones más) y 22,4 millones de hl, de vinos blancos (+16,7% o 3,21 millones hl más).

Interprofesional del VINO DE ESPAÑA

12 abril
2/2021

Por comunidades autónomas, Castilla-La Mancha se mantiene como la comunidad con mayores existencias finales, alcanzando los 25,5 millones de hl (45% del total de existencias de vino y mosto), seguida de Cataluña, con 6,05 millones de hl y de La Rioja, con 5,9 millones hl.

Salidas a destilería y vinagrería

En el mes de febrero de 2021, se redujo la cantidad de vino destinada a destilería un -4%, hasta los 241.871 hl, mientras aumentó un +39% el destinado a vinagrería, hasta los 32.153 hl.

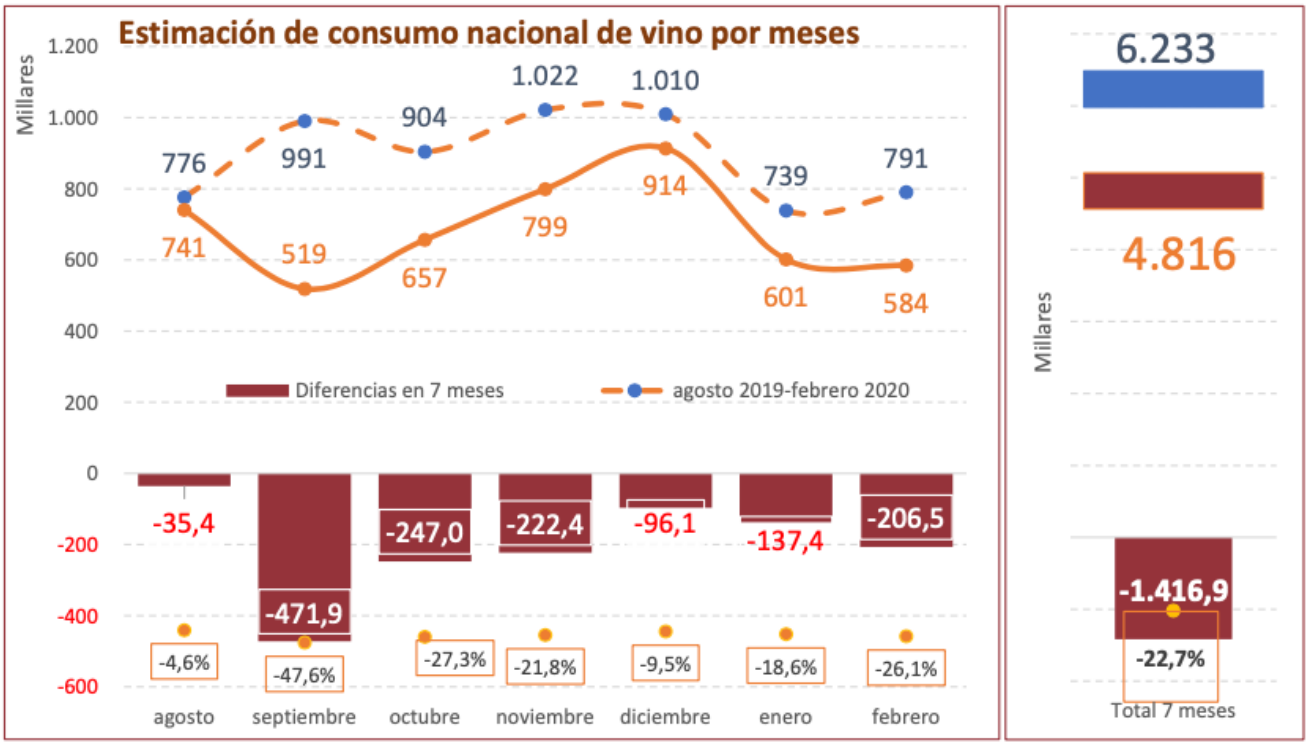
En el mes de febrero de 2021 se redujo un -4% la cantidad de vino a destilería respecto al mismo mes de 2020, situándose en los 241.871 hl. Aumentó, sin embargo, un +39% el vino destinado a elaboración de vinagre, hasta los 32.153 hl. En total, en el mes de febrero de 2021 se destinaron a destilería y vinagrería 274.024 hl (-0,4%).

En lo que se refiere a los siete primeros meses de la campaña 2020/21, 1.704.351 hl de vino fueron destinados a elaboración de alcohol y de vinagre, que suponen un aumento del 21% respecto al mismo dato de la campaña anterior. De esa cantidad, 1.449.074 hl (+16%) fueron para destilería y 255.277 hl (+57%), para elaboración de vinagre.

El crecimiento registrado en el vino enviado a destilación se explica por el aumento registrado en agosto de 2020 (+1.933%, hasta los 553.348 hl), cuyo origen se encuentra en las medidas extraordinarias aprobadas en junio de 2020, para hacer frente a la pandemia por COVID-19 y sus consecuencias en el sector, entre las que se encontraba una destilación de crisis para 2 millones de hl.

Entradas y salidas nacionales

La estimación de consumo nacional de vino cae a los 8,8 millones de hl en el interanual a febrero de 2021 (-20,6% o 2,28 millones de hl menos que en el interanual a febrero de 2020, cuando se alcanzaron los 11,1 millones de hl, la cifra más elevada de la serie histórica).

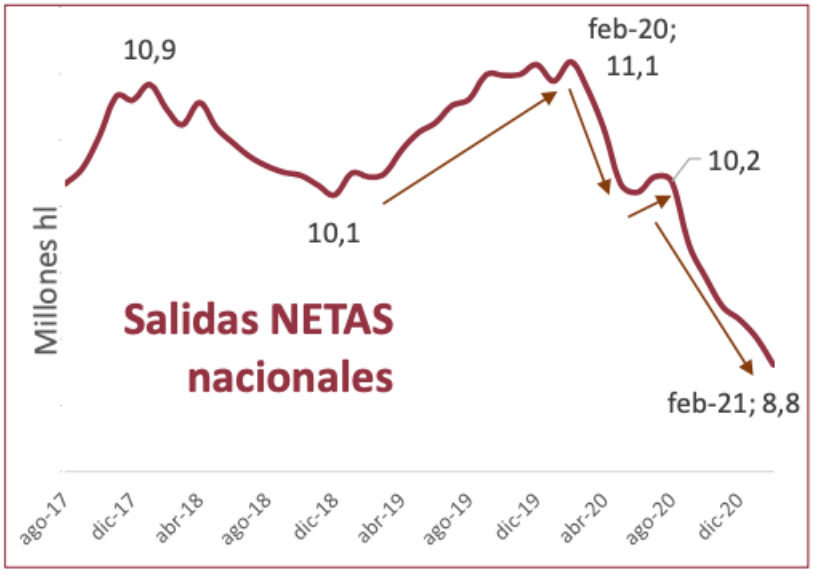


Interprofesional del VINO DE ESPAÑA

12 abril
2/2021

En el mes de febrero de 2021, aumentaron un 9,7% las **entradas** de vino de origen nacional en las bodegas españolas, hasta situarse en los **2.355.098 hl**, mientras se mantuvieron estables (+0,1%) las **salidas** de vino, con **2.939.522 hl**. La diferencia neta entre ambas, cuyo dato utilizamos para estimar el consumo nacional de vino, cayó un -26,1%, hasta los **584.424 hl**.

El gráfico de la página anterior muestra, mes a mes (de agosto a febrero) y comparando la campaña 2020/21 con la anterior, la evolución de la diferencia entre entradas y salidas de vino en España. En cada uno de los siete primeros meses de la campaña 2020/21 ha sido menor si la comparamos con los mismos meses de la campaña anterior. Los peores meses fueron los de septiembre 2020, octubre 2020, febrero 2021 y noviembre 2020. En total, en estos siete meses, se estima que el consumo se ha reducido en 1,4 millones de hl.



Si acumulamos esta diferencia neta entre entradas y salidas de los últimos doce meses, la estimación de consumo nacional de vino cae hasta los **8,8 millones de hl**. Se trata de la cifra más baja desde que están disponibles los datos del INFOVI, que además se compara con la cifra más elevada de la serie, que se alcanzó en febrero de 2020, con 11,1 millones hl. En esos doce meses, se estima que se dejaron de consumir 2,28 millones de hl.

Importaciones de vino en España

En el mes de enero de 2021, las importaciones españolas de vino descendieron un -16% en valor y un -6,6% en volumen. En la primera mitad de la campaña 2020/21, se redujeron un -17,6% en valor, hasta los 87,5 millones € (-18,7 millones) y un -2,9% en volumen, hasta los 292.130 hl (-8.730 hl).

Con datos de la AEAT a enero de 2021, las importaciones españolas de vino arrancaron el presente año con caídas del -16% en valor, hasta los 11,1 millones € y un -6,6% en volumen, hasta los 41.779 hl, con un precio medio un -10% inferior hasta los 266 €/hl.

En lo que se refiere a la primera mitad de la campaña 2020/21 (de agosto 2020 a enero 2021), la caída de las importaciones españolas de vino fue del -17,6% en términos de valor, hasta los 87,5 millones de euros y del -2,9% en volumen, hasta los 292.130 hl, reduciéndose también el precio medio (-15%), hasta los 300 €/hl. En términos absolutos, se dejaron de importar en estos seis meses, 8.730 hl y de gastar, 18,7 millones de euros.

Por productos, cayeron las importaciones de vinos envasados, destacando las de los vinos tranquilos y las de los espumosos, mientras que las compras de granel crecieron un 8% en valor y un 5% en volumen.

Interprofesional del VINO DE ESPAÑA

12 abril 2/2021

Exportaciones de vino desde España

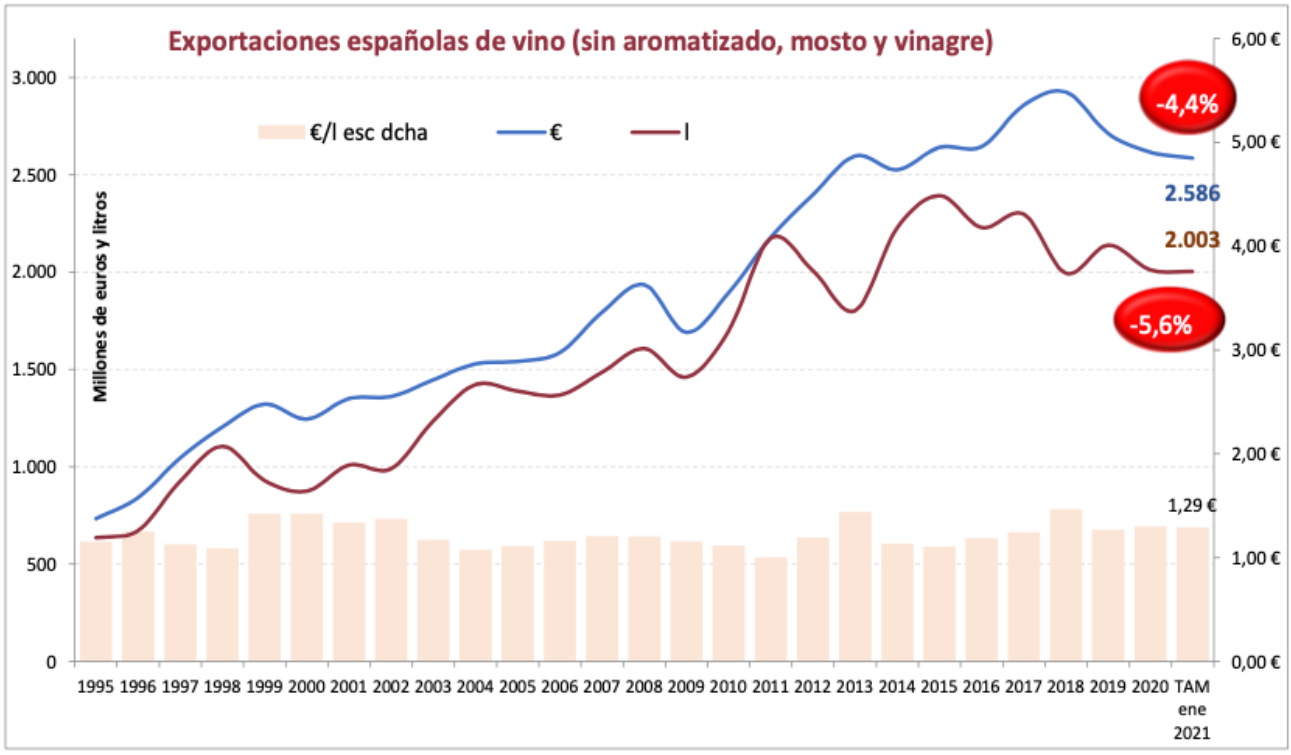
Arranca 2021 con caídas en el mes de enero del -15% en valor y del -5,5% en volumen. En la primera mitad de la campaña 2020/21, las exportaciones crecieron un ligero 0,1% en volumen, hasta los 10,2 millones hl (+9.772 hl) pero perdieron un -1,7% en valor, hasta los 1.343,7 millones € (-23 millones).

El año 2021 arrancó con pérdidas para las exportaciones españolas de vino del -15% en valor, hasta los 169,5 millones de euros y del -5,5% en volumen, hasta los 1,5 millones hl.

En lo que se refiere a la **primera mitad de la campaña 2020/21**, las exportaciones españolas de vino aumentaron un ligero 0,1% en volumen, aunque una caída del -1,8% del precio medio, redujo la facturación un -1,7%. Se situaron en estos seis primeros meses de campaña, en los 10,2 millones de hl, por valor de 1.343,7 millones de euros, a un precio medio de 131 €/hl. En términos absolutos, se exportaron 9.772 hl más, facturándose 23 millones de euros menos, al caer el precio medio en 3 € por hl. Por productos, evolución positiva de los vinos generosos y de los vinos de aguja, así como de los vinos sin ninguna indicación envasados. Los vinos en bag-in-box se mantienen como los que mejor evolución presentan, con crecimientos en estos seis meses, del 29,5% en valor y del 46% en volumen, aunque a precios más económicos. Las ventas exteriores de vino a granel, crecieron un 0,4% en volumen y perdieron un -0,5% en valor. Evolución negativa para los vinos espumosos.

En cuanto al **dato interanual a enero de 2021**, España exportó 20 millones de hl (-5,6%), por valor de 2.586 millones de euros (-4,4%). En términos absolutos, se dejaron de exportar 1,19 millones de hl y de facturar, 118 millones de euros.

Pueden ampliar la información sobre las **exportaciones españolas de vino, enero 2021** en el informe disponible en la web del OeMv, gracias al acuerdo de colaboración entre el Observatorio Español del Mercado del Vino y la Organización Interprofesional del Vino de España.



DENOMINACIONES, REGIONES

EL CORREO DEL VINO
• TODA LA ACTUALIDAD DEL VINO •

Publicadas las ayudas a la destilación de subproductos de vinificación con 2 millones de presupuesto, en Extremadura

La Junta de Extremadura publica hoy en el Diario Oficial de Extremadura (DOE) la convocatoria de ayudas a la destilación de subproductos de la vinificación en Extremadura, con 2 millones de euros de cuantía. Se trata de la convocatoria para la campaña 2020/2021, en el marco de la aplicación de las medidas del programa de apoyo al sector vitivinícola 2019/2023.

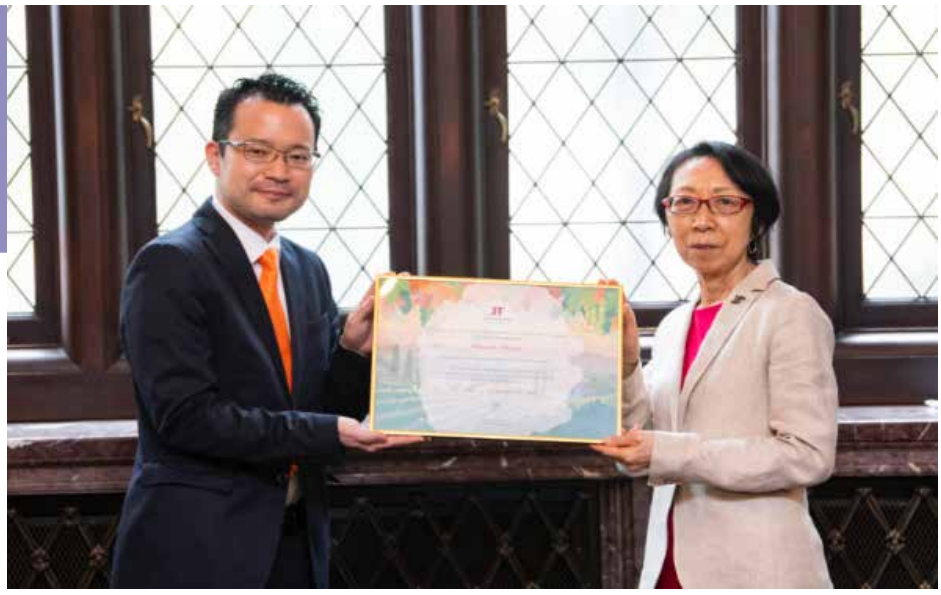
El texto completo puede consultarse en la Base de Datos Nacional de Subvenciones: https://www.pap.hacienda.gob.es/bdnstrans/ge/es/convocatorias.

Pueden beneficiarse de estas subvenciones, las personas y entidades destiladoras autorizadas en Extremadura que transformen los subproductos de la vinificación obtenidos en territorio nacional, entregados para su destilación en alcohol bruto con un grado alcohólico mínimo del 92 por ciento del volumen.

La cuantía total de la convocatoria está financiada al 100% por el Fondo Europeo Agrícola de Garantía (FEAGA) y el plazo para la presentación de las solicitudes se prolongará desde el miércoles, día 14, al 20 de julio de 2021 por el alcohol obtenido durante esta campaña.

La DO Utiel-Requena nombra a su embajador de marca en Japón

El Consejo Regulador otorga este diploma al sumiller Takayuki Kikuchi en el restaurante Ogasawara Hakushakutei (Tokio)



Utiel 14/04/2021)- El Consejo Regulador ha tenido el honor de nombrar al sumiller Takayuki Kikuchi embajador de los vinos de la Denominación de Origen Utiel-Requena en Japón "por su compromiso, experiencia y dedicación en difundir la cultura del vino española, y su contribución a la buena reputación de la DO". El acto

Santoral y frase del día 15 de abril de 2021

SANTA ANASTASIA

"La experiencia no se equivoca; sólo tus juicios se equivocan al esperar de ella lo que no está en su poder"
Leonardo da Vinci

de nombramiento tuvo lugar el 25 de marzo en el restaurante Ogasawara Hakushakutei, con la colaboración de la experta Yoshiko Akehi y la presencia de un grupo de periodistas especializados. El nuevo embajador, el Sr. Kikuchi, es el ex-jefe sumiller del restaurante Sant Pau Tokio. Tiene una larga trayectoria de conocimiento y trabajo sobre vinos españoles. Actualmente, es director y jefe-sumiller del proyecto de restauración de San Sebastián del nuevo complejo turístico gastronómico y termal de Aquaignis en la provincia de Mie (Japón).

A la ceremonia de entrega del diploma le siguió una comida maridaje, con la presencia de ocho vinos de las bodegas que participan con el Consejo Regulador en la promoción actual en Japón: Cherubino Valsangiacomo, Chozas Carrascal, Coviñas, Faustino Rivero Ulecia, Finca San Blas, Pago de Tharsys, Sierra Norte, Vegalfaro y Vera de Estenas. El menú fue elaborado por el jefe-cocinero del restaurante, el Sr. Gonzalo Álvarez, que mantiene una estrella Michelín desde hace más de una década. En los platos se utilizaron productos japoneses de temporada, que maridaron perfectamente con las particularidades de cada uno de los vinos de Bobal que se descorcharon (vídeo aquí).

Toda la información sobre la promoción de la DO Utiel-Requena en Japón está en vinos-utiel-requena-jp.com. Además, aquí se pueden consultar noticias y ver los vídeos de las bodegas participantes y de los maridajes con sus vinos que se están grabando esta primavera in situ en restaurantes de comida española en Japón.

RUSIA: MERCADO OBJETIVO PARA LOS VINOS DE RUEDA

La D.O. Rueda participa en la Feria Prodexpo por tercer año consecutivo. Una feria internacional donde se podrán degustar 75 referencias en un "túnel de cata" adaptado para cumplir todas las medidas de seguridad por el COVID-19.

Los vinos de la Denominación de Origen Rueda han viajado hasta Moscú para participar en Prodexpo, la mayor feria del sector alimentario de Rusia y Europa del este, que se celebra del 12 al 16 de abril. Este evento internacional estaba previsto para el mes de febrero, pero debido a la situación sanitaria, los organizadores decidieron posponerlo. Finalmente, esta semana se está desarrollando, siguiendo todas las medidas higiénico-sanitarias marcadas por las instituciones rusas, para garantizar la seguridad.

La Denominación de Origen Rueda cuenta con un stand de 60m2 en el que se ha instalado un "túnel de cata", para que los profesionales asistentes pueden degustar las 75 referencias ofrecidas por 31 bodegas de la D.O. Rueda. Una amplia selección en la que descubrir los verdejos de Rueda tradicionales, vinos envejecidos en barrica, espumosos y otras elaboraciones especiales, como las realizadas en huevos de hormigón. Desde la D.O. Rueda se ha adaptado el diseño del túnel de cata para que los profesionales que participen, mantengan en todo momento las distancias de seguridad.

"Este es un año muy complicado para el sector de los eventos, con muchas de las grandes citas canceladas, como por ejemplo la Feria Prowein, en Alemania. Por eso, cuando desde Prodexpo decidieron mantener la feria presencial, cumpliendo con todas las medidas de seguridad, desde la D.O. Rueda tuvimos claro que nuestros vinos no podían faltar", asegura

Carmen San Martín, presidenta de la D.O. Rueda. “Como medida preventiva, el personal del Consejo Regulador no ha viajado hasta Moscú para asistir a la feria, pero el stand está siendo atendido por los representantes de nuestra agencia comercial. Hemos enviado una gran variedad de nuestros vinos, con el objetivo de trasladar a los consumidores la versatilidad y la capacidad de envejecimiento de nuestra uva, la Verdejo”, confirma Carmen San Martín, presidenta de la D.O. Rueda.

Apuesta por el mercado ruso.

Rusia es un país con mucho potencial de crecimiento para los vinos de la D.O. Rueda. Desde hace unos años el Consejo Regulador apuesta con fuerza por este mercado, participando en distintas acciones de promoción. “Es un mercado con una creciente demanda en exportación y estamos comprobando que los vinos de Rueda se acomodan muy bien a los gustos de los consumidores rusos. Sólo en el último año las exportaciones han aumentado un 42,2% y actualmente casi un tercio de las bodegas de la D.O. Rueda exportan a este país” explica Carmen San Martín, presidenta de la D.O. Rueda.

La feria Prodexpo, que celebra este año su 28º edición, va dirigida a un público exclusivamente profesional, entre los que se incluyen importadores, mayoristas, minoristas, supermercados, catering y restauración. Constituye así, un importante escaparate para las bodegas de la D.O. Rueda, tanto en Rusia como en los países vecinos del este.

Incluso en un año como este hay
motivos para brindar y ver la vida
#SiempreMedioLlena
Con_Vino
mejorconvino.com
WINE in MODERATION
ELIGE | COMPARTE | CUIDA
EL VINO SOLO SE DISFRUTA CON MODERACIÓN

BODEGAS EMPRESAS

EL CORREO DEL VINO
• TODA LA ACTUALIDAD DEL VINO •

BODEGAS HABLA GALARDONADA EN LONDRES

La bodega extremeña ha sido premiada en el paraíso vitivinícola internacional, Londres, con ocho galardones, entre ellos el de 'Mejor Bodega del Año'.

Los premios han sido otorgados por el jurado de la London Wine Competition, una reconocida competición en la que participan bodegas de 36 países (España, Italia, Francia, EE.UU, Australia, Portugal, Reino Unido, Grecia, Bélgica, Canadá y Moldova entre otros).

Madrid, abril de 2021.- Bodegas Habla, fundada en la ciudad de Trujillo (Cáceres), ha sido galardonada con varios premios otorgados por una de las competiciones más reconocidas a nivel internacional. Se trata de la London Wine Competition (LWC) cuyo objetivo es reconocer a las marcas su gran labor al elaborar vinos con una relación calidad-precio excelente.

Además, el jurado compuesto por masters of wine, sommeliers -de prestigiosos hoteles y restaurantes de Londres- y buyers, ha tenido también muy presente el embotellado de cada propuesta. Es decir, no solo han valorado el precio y la calidad del vino sino que el packaging fuera sofisticado, original.

Una competición que es reconocida por premiar a las marcas de vino que los consumidores realmente quieren comprar.

BODEGAS HABLA, VINOS CON PREMIO

La LWC 2021 (London Wine Competition) ha otorgado siete premios a la bodega extremeña entre los que destaca el de 'Mejor Bodega del Año'. Un galardón al que se suma otros ocho reconocimientos a varias categorías de sus uvas tintas.

Tres de los vinos de su 'Edición Coleccionista', Habla Nº20, Habla Nº21 y Habla Nº22, han obtenido la medalla de Oro, máxima categoría de la LWC. Por su parte, Habla Nº22 ha sido también premiado con tres galardones al 'Mejor Vino relación calidad-precio'; al 'Mejor Tempranillo' y al 'Mejor Vino Español'.

Habla la Tierra, el jovencito de la marca, y Habla del Silencio, prêt à porter de la bodega, también han sido reconocidos con la medalla de Oro de la LWC. Un nuevo reconocimiento para Habla del Silencio que se suma al ya obtenido durante cuatro años consecutivos, 2014, 2015, 2016 y 2017, como Mejor Vino de España según la AEPEV (Asociación Española de Periodistas y Escritores del Vino). Además, de ser el vino más vendido durante el confinamiento del pasado año.

SOBRE BODEGAS HABLA

Se trata de un proyecto que nació en el año 2000 con la construcción de la bodega en una zona con escasa tradición vitivinícola pero con un gran potencial para la elaboración de grandes vinos gracias a su particular microclima y a las cualidades del terreno (cuenta con suelos de pizarra y arcilla que mantienen una temperatura cinco grados inferior a la de Trujillo). Actualmente, el viñedo

alcanza las 200 hectáreas, divididas en 42 parcelas y plantadas con las variedades Tempranillo, Cabernet Franc, Cabernet Sauvignon, Syrah, Malbec, Petit Verdot y Sauvignon Blanc. Uvas con las que se elabora la colección de vinos de 'Alta Costura': Habla 'Edición Limitada'; el prêt à porter Habla del Silencio, los jóvenes Habla la tierra y Gotas de Habla; y los blancos Duende y Habla de ti.

Además, Habla elabora un aceite monovarietal, Picual 100%, Sol del Silencio, procedente de los distintos olivares que se sitúan en la Finca Dehesa de la Torrecilla (Trujillo), junto a la bodega.

Fuera de Extremadura, en concreto en Francia, Bodegas Habla controla unas exclusivas hectáreas de viñedo. En Côte des Blancs, al sur, se elabora el champagne Moses, y en la mejor zona de Côte de Provence, frente a la montaña Sainte Victoire, tiene su origen el vino más sensual y glamuroso de las bodegas, Rita.

Tanto dentro como fuera de nuestras fronteras, Bodegas Habla apuesta por una viticultura ecológica combinada con las tecnologías más punteras, todo ello bajo la atenta supervisión de los enólogos.

SU ESENCIA

Según cuenta la leyenda, cuando Miguel Ángel terminó de esculpir su Moisés, le pareció tan realista que golpeó con un martillo sobre la rodilla de la escultura y le ordenó: «¡Habla!». Este es el origen de la marca y el nivel de perfección que Bodegas Habla pretende dar a cada uno de sus vinos, con los que busca expresar lo indómito y lo mágico de la naturaleza; y la creatividad y el cariño de quienes la trabajan.

Finca Río Negro, nuevo miembro de Cervim por sus viñedos de montaña y su 'viticultura heroica'

El organismo internacional reconoce el compromiso de la Bodega por recuperar la tradición vitícola de Cogolludo (Guadalajara), en la Sierra Norte de Guadalajara, en uno de los viñedos más elevados de Europa

- Finca Río Negro es la única Bodega del centro peninsular presente en el Cervim y se incorpora a las principales regiones a nivel mundial donde la viticultura es considerada 'heroica', con un territorio y una climatología que imponen condiciones de cultivo extremas

El Centro de Investigación, Estudios, Protección, Coordinación y Valorización de la Viticultura de Montaña (Cervim) incorpora a Finca Río Negro como nuevo miembro del organismo y reconoce la labor de la Bodega por su viticultura de montaña y heroica. Además, Cervim destaca su compromiso por recuperar la tradición vitícola de Cogolludo, en Guadalajara.

Con su presencia en el prestigioso organismo internacional, Finca Río Negro es la única Bodega del centro peninsular adherida. De esta manera, se suma a las principales regiones vitivinícolas españolas –como DOCA Priorat, Ribera Sacra e Islas Canarias– y del mundo, situadas en regiones montañosas donde la viticultura es considerada 'heroica', con un territorio y una climatología característicos que imponen condiciones de cultivo extremas.

La ubicación y distancia a cualquier Denominación de Origen sumado a la altura de los viñedos a 1.000 metros –en uno de los terruños más elevados desde el centro peninsular hasta el norte de Europa, una altitud en el límite tradicional de cultivo– y las características de la zona en Cogolludo, junto al Parque Natural Sierra Norte, proporcionan a los vinos de Finca Río Negro unos matices y cualidades únicos. Una bodega aislada, alejada de otros viñedos cuya ubicación desafía los límites tradicionales del cultivo de la vid.

Un reconocimiento que subraya la búsqueda constante de Finca Río Negro por elaborar uno de los vinos más particulares y su trabajo en el cultivo de sus propios viñedos de altura. "Desde Finca Río Negro, formar parte de Cervim es una distinción internacional que consolida nuestro proyecto impulsado hace más de dos décadas por recuperar

la tradición vinícola y vitivinícola de nuestra zona. El organismo destaca la singularidad de nuestra tierra, las características del entorno natural y la personalidad extraordinaria de nuestros vinos", señala Víctor Fuentes, Director Comercial de Finca Río Negro.

Un proyecto único en la Sierra Norte de Guadalajara

Al frente del proyecto está la familia Fuentes. Con su visión propia de elaborar Vinos de Finca, consiguen un blanco y tintos reconocidos internacionalmente. Entre sus últimos proyectos, la Bodega trabaja junto con el Instituto de la Vid y el Vino de Castilla-La Mancha (IVICAM) y la Universidad de Castilla-La Mancha en la recuperación de Tinto Fragoso.

Una variedad autóctona de Cogolludo, única en el mundo y autorizada para la elaboración de vinos. En concreto, el pasado año la Bodega ha llevado cabo por primera vez su vinificación con el objetivo de incluir Tinto Fragoso en alguna de sus prestigiosas referencias.

VIORE MENCÍA
la reivindicación del carácter

14 abril 2021. El grupo de Bodegas Riojanas reivindica con VIORE MENCÍA el carácter de esta variedad y origen excepcionales.

Con renovada y original imagen, el grupo de Bodegas Riojanas pone en valor con su vino el carácter de la variedad de uva Mencía y de su especial terruño, la Denominación de Origen Bierzo.

La nueva presentación, fresca, atractiva y con impactante diseño que traslada la imaginación hasta los paisajes y aromas del Bierzo, anticipa el contenido, un vino que refleja su origen con inspirada fidelidad.

Proyecto personal de Emilio Sojo, Director Técnico del grupo, este vino no es una excepción a la filosofía de Bodegas Riojanas. El terroir lo define por dentro y por fuera, refleja el carácter de la Mencía del Bierzo más

representativa, proveniente de viñedos escogidos expresamente para elaborar este vino, y seleccionados por el propio Sojo.

Las parcelas elegidas son pequeñas, apenas 2.000 metros cuadrados de superficie cada una, y están situadas entre 600 y 800 metros de altitud, con orientación al sol de la mañana. Sus suelos tienen dos tipos de texturas con el fin de potenciar la expresión de la variedad; por un lado, pizarras con fondo arenisco y, por otro, suelos franco arcillosos.

Un terruño singular que habla a través de Viore Mencía. Delicado y frutal, aterciopelado y con cuerpo, sus elegantes y marcados aromas de fresas, cerezas, frutas negras silvestres, se entrelazan con un fondo de moras y confituras. Bierzo puro en la boca, su origen emerge de nuevo en los sabores frutales de cerezas y grosellas negras.

Alegre, aromático y con la personalidad de la tierra que lo hace, Viore Mencía es la respuesta a los aventureros que quieren viajar a través del vino, que no se amilanan ante una nueva experiencia sino todo lo contrario, que están en búsqueda constante de sensaciones diferentes, de aromas y sabores de otras tierras que les trae un vino elaborado con mimo y autenticidad: Viore Mencía.

LOLEA Y FLORES EN EL COLUMPIO DISEÑAN EL REGALO MÁS ESPECIAL PARA EL DÍA DE LA MADRE

Este aperitivo mediterráneo y el estudio floral se alían para celebrar la fecha con la creación de un pack de edición limitada

Madrid, abril de 2021. El Día de la Madre es una de las fechas más especiales y, teniendo en cuenta los tiempos que corren, un motivo de alegría además de la excusa perfecta para rodearse de los seres queridos. Madres de todo el mundo reciben con ilusión un detalle lleno de amor y reconocimiento, sin embargo, este año será diferente, muy emotivo, alegre y, sobre todo, exclusivo.

Lolea y el estudio floral Flores en el columpio colaboran por primera vez en la creación de un pack de edición limitada. Este está compuesto por un delicado y sofisticado ramo de flores preservadas de eucalipto, lavanda, paniculata, lino y una magnífica hortensia como protagonista de esta creación. Junto a él, Lolea Nº 5 Rosé, el aperitivo mediterráneo rosado con aroma de flor de hibisco, se convierte en un detalle especial, creado para brindar en un día señalado. Este pack estará a la venta en la tienda online de www.floresenelcolumpio.com

Un sofisticado brindis

Con un sabor de fondo picante, especiado y un toque frizzante, Lolea Nº5 Rosé está elaborado con uva garnacha y tempranillo y posee un atractivo y característico color rosa palo. Un aperitivo de marcado carácter mediterráneo, único y elegante.

Flores, frutas y especias se armonizan en este sofisticado vino, perfumado y de atractivo tono rosa garantizando un resultado intrigante que apetece probar

gracias a la excelente calidad de sus ingredientes.

Su punto frizzante, su fresco aroma y su sabor dulce con un toque floral, convierten a Lolea en el brindis perfecto. Servida muy fría, en copa con hielo y agregando dos frambuesas o media fresa, hará de este Día de la Madre una jornada de celebración que quedará grabada en el recuerdo.

Flores para siempre

Para acompañar a una bebida tan especial, Lolea ha querido contar con la creatividad de Flores en el columpio, un estudio floral fundado por María Sánchez Zamora y donde da rienda a su imaginación creando originales y artesanales centros de flores preservadas.

Sus creaciones se caracterizan por utilizar flores naturales deshidratadas cuya particularidad es su larga duración, siendo capaces de mantenerse intactas durante años sin requerir ningún cuidado especial, salvo mantenerlas alejadas del sol directo y de la humedad.

Con flores preservadas, Flores en el columpio elabora, tanto centros para decorar cualquier estancia como ramos de novia y tocados que pueden adquirirse en su tienda física de Torrelodones (Madrid) u online visitando www.floresenelcolumpio.com

Este año, si deseas sorprender en el Día de la madre, levanta tu copa, brinda por ella y regálale flores, pero de las que duran para siempre.

PRESENTACIONES, PREMIOS, VINOS

EL CORREO DEL VINO
• TODA LA ACTUALIDAD DEL VINO •

Bodegas Barbadillo lanza una edición especial de Manzanilla Solear con motivo de su bicentenario

La manzanilla de siempre con la imagen de entonces

Barbadillo lanzó Solear en 1938 y ahora ha querido recuperar la imagen de aquel entonces.

Solear Edición Especial Bicentenario estará además en distintas ubicaciones de la ciudad de Sevilla gracias a mupis interactivos que permitirán conseguir una de estas exclusivas botellas.

Sevilla - Sanlúcar de Barrameda, 14 de abril de 2021.- Con motivo del 200 aniversario de Bodegas Barbadillo, la bodega sanluqueña ha decidido recuperar la imagen original de una de sus enseñas más reconocidas, como es su Manzanilla Solear, haciendo una edición especial de tan solo 12.000 botellas. Este vino vio la luz en 1938 gracias a la obsesión de Manuel Barbadillo Rodríguez, presidente y escritor conocido como el "bodeguero ilustrado", por crear una manzanilla fina y añeja.

Para esta ocasión, Barbadillo ha recuperado la botella y la etiqueta de entonces para sacar al mercado una adaptación muy similar a la que puso a la venta hace más de ochenta años.

Aquellos amantes del sabor de Solear de siempre que quieran disfrutar de un "pack" de coleccionista compuesto por un estuche de madera que además incorpora una faja retro fabricada en Francia, pueden adquirirlo en barbadillo.com

Solear Bicentenario: uno de los 100 mejores vinos del mundo

Manzanilla Solear recorre durante sus seis años de crianza bajo velo de flor 5 cascos bodegueros, recorriendo El Barrio Alto desde la bodega del antiguo convento de San Agustin hasta la Arboledilla donde la crianza biológica alcanza su máxima expresión

Una larga crianza en una ubicación privilegiada es lo que marca el carácter de este vino fragante, amable, suave a la vez que añejo.

Este lento recorrido aporta a Manzanilla Solear el carácter único que hoy tiene, el cual le ha valido para lograr las máximas puntuaciones en multitud de certámenes.

Publicidad interactiva

Solear Bicentenario estará presente en diferentes puntos de la capital sevillana a través de unos mupis interactivos que permiten exhibir la botella real y, a la vez, conseguir esta edición especial escaneando un código QR.

Aquellos que no se encuentren en Sevilla del 13 al 26 de abril y quieran probar suerte, pueden hacerlo

a través de feriadesevilla.es Las ubicaciones de los mupis estarán en las calles Luis Montoto (junto a El Corte Inglés), Paseo de Colón, República Argentina, Plaza del Altozano, o Costurero de la Reina.
Toda esta iniciativa se enmarca dentro del bicentenario de la bodega y bajo el paraguas de su campaña doscientos años de Barbadillo: origen, experiencias y sueños.

Sobre Bodegas Barbadillo. Fundada en 1821 en Sanlúcar de Barrameda, Bodegas Barbadillo cumple una tradición centenaria como bodega 100% familiar productora de las denominaciones, Jerez-Xérès-Sherry, Brandy de Jerez, Vinagre de Jerez, Vinos de la Tierra de Cádiz y D.O. Manzanilla-Sanlúcar de Barrameda, que lidera con una cuota de existencias superior al 50%. Actualmente Barbadillo se ha convertido en un grupo de gran proyección internacional que, además de desarrollar nuevos productos dentro de su zona geográfica, ha incorporado bodegas en otras Denominaciones de Origen como Bodegas y Viñedos Vega Real en la D.O. Ribera de Duero y Bodega Pirineos en la D.O. Somontano. www.barbadillo.com

LOSADA GODELLO 2020 EL IMPRESCINDIBLE DE LA TEMPORADA PARA DISFRUTAR AL AIRE LIBRE

Terraza urbana, ático, porche, balcón o jardín, chill out o de diseño. Sea cual sea tu estilo él será tu compañero perfecto

Cacabelos (León), abril 2021.- Con la llegada del buen tiempo relacionamos el relax con un estilo de vida al aire libre. Compartimos el aperitivo, desterramos el reloj, nos relajamos mirando el mar o leyendo un libro. Todos son gran-

des placeres de la temporada que llega. ¿Lo completamos con uno más para compartir?

Godello Finca Losada 2020, es un vino fresco, ideal para estos días de agradables temperaturas, netamente gastronómico y listo para disfrutar de él. Graso, fresco y elegante, en boca es voluminoso y delicado, con una acidez cítrica que le aporta frescor e invita a beber. Notas de fruta blanca que anteriormente se aprecian en nariz y un final goloso con toques minerales característicos de la parcela en la que nace, de suelos de pizarra en San Lorenzo y San Esteban de Valdueza, a más de 600 metros de altitud.

Es un vino sin prensar con crianza de 6 meses sobre lías finas 75% en acero inoxidable y 25% en barrica de roble francés de 500 litros usada.

Encaja a la perfección con platos frescos como: Salmorejo de aguacate, Gazpacho de manzana, Ensalada marinera de arroz o unos Tacos de revuelto de tofu picante. En general, pescados al horno o a la parrilla y carnes blancas.

El fundamento de Losada Vinos de Finca es la viticultura y la interpretación del terruño berciano. Situado en la finca Losada, a medio camino entre Cacabelos y Villafranca, el reto es elegir parcelas donde mejor se exprese cada variedad, siguiendo una elaboración tradicional y una utilización sutil de la barrica, que dé protagonismo al terruño.

Producción: 25.000 botellas de 75cl y 1.000 mágnum

P.V.P: 13,90 euros

UN PICNIC GOURMET CON AZPILICUETA COLECCIÓN PRIVADA: EL MEJOR REGALO PARA CELEBRAR EL DÍA DE LA MADRE

La bodega de vinos Azpilicueta lanza junto con Cristina Oria una cesta de picnic para regalar en el día de la madre con dos de sus referencias más especiales: rosado y blanco de su Colección Privada

Madrid, abril de 2021 – El próximo 2 de mayo es el día de las madres y aunque una vez más la celebración vuelve a ser inusual, no dejará de ser uno de los días más especiales del año, porque a pesar de que ellas merezcan un homenaje cada día, este es el gran día del año para recordar y agradecerles la vida. Y qué mejor forma de celebrarlo que a través de una experiencia gastronómica diseñada 100% para ellas.

Bodegas Azpilicueta se ha unido junto con Cristina Oria catering para ofrecer una propuesta única de regalo a las madres, que se traduce en una experiencia gastronómica en familia y compatible con la nueva realidad: una cesta de picnic con productos premium gourmet de Cristina Oria, y para el brindis, las referencias rosado y blanco de

la Colección Privada de Azpilicueta.
Dos de los vinos más especiales de la gama Azpilicueta, por ser vinos de autor embotellados de manera numerada y ambos sometidos a un proceso de fermentado en barrica de roble que le conceden un carácter especial.
Los vinos de Colección Privada de Azpilicueta son frescos y armoniosos, perfectos para el consumo diurno, y muy en línea de lo que las mujeres reclaman y gustan de un vino: la frescura, suavidad… por ello, son la opción más especial que Bodegas Azpilicueta puede recomendar para un brindis con las madres.

La cesta de picnic se compone de:

4 cubiertos
4 platos
2 copas
Vino Blanco Azpilicueta Colección Privada
Vino Rosado Azpilicueta Colección Privada
Enfriador vino
Fuet mini 50 gr.
Lomo Ibérico al vacío 80 gr.
Queso Ojos de Guadiana 250 gr.
Pan picolines 100 gr.
Porque mayo no es solo el mes de las flores, sino también el mes para devolverle tantos momentos de cuidado, cariño y confianza a las madres.
El pack estará a la venta en la web de Cristina Oria a un precio de 155€.

NOTAS DE CATA:

Azpilicueta Colección Privada Blanco- Una longitud y elegancia digna de ser disfrutada con detenimiento.

Color: color pajizo, pálido, sugerente.
Olor: en nariz, vino de gran complejidad y elegancia, en el que se funden notas de cítricos con flores y fruta blanca, junto a bollería, tostados, trufa.
Sabor: delicioso en boca con una longitud y cremosidad digna de ser disfrutada con detenimiento.
Azpilicueta Colección Privada Rosado- Suave caricia en la memoria.
Color: de color rosa pálido con un sutil reflejo cobrizo.
Olor: en nariz encontramos el aporte elegante de la madera, integrada entre las abundantes frutas rojas y los matices florales comedidos.
Sabor: su boca es sedosa y de gran longitud.

El sector de la viticultura confía en que los mercados del vino repuntarán pronto

Desde la Interprofesional del Vino de España reclaman a la Administración que active otra vez medidas extraordinarias como las de 2020 para paliar los efectos económicos de la crisis

El sector ligado al viñedo y la uva -desde el viticultor hasta el bodeguero y la distribución- ha resultado muy perjudicado por la pandemia. Y lo peor es que aún queda por saber al cien por cien si esta próxima campaña resultará tan dañada.

"La COVID-19 está teniendo efectos demoledores en el sector vitivinícola español. Un año de cierre y limitaciones en el canal Horeca a nivel mundial han pasado factura tanto a nuestras ventas en el exterior como en España, y se ha transmitido a todos los eslabones de la cadena en algún momento. Y lo que es peor, los efectos de la crisis sanitaria persisten y sin claros visos de remontar a corto plazo", recalca Susana García, directora general de la Interprofesional del Vino de España (OIVE).

García calcula que en España se dejaron de consumir un total de dos millones de hectólitros de vino en 2020, una cifra cercana al 20% de caída, que será superior en términos de valor. Todo esto ha provocado una situación de altas existencias en bodega a las puertas de una nueva cosecha.

A juicio de la OIVE todos los vinos se han visto afectados en mayor o menor medida, con el tinto, seguido del blanco, como los que mejor se comportan. El espumoso es de los más afectados, por su cariz festivo y de celebración.

El viticultor ya se vio lastrado por la situación en la vendimia, con la contratación de personal y el incremento de gastos que han supuesto los equipos de protección, mascarillas, guantes jabones desinfectantes, el aumento de vehículos para el traslado a los viñedos, las paradas intermitentes de los distintos grupos para no coincidir en los almuerzos, la limpieza y desinfección de los vehículos, material, cajas…, según enumera Abdón Segovia, viticultor y bodeguero de Morales de Toro (Zamora).

Explica que en Vocarraje no venden nada ahora a la hostelería, que las ventas 'online' han subido en "un porcentaje muy pequeño". "Nuestras ventas principales son a grupos y vinos a medida porque son consumidores finales para tomar en casa", añade.

Ignacio Martín, presidente de Bodega Cuatro Rayas, confiesa que sufrieron "hace un año enormes dificultades para seguir desarrollando y actividad, sobre todo en la comercialización del vino, actividad paralizada durante meses al 100% en canal de hostelería y que todavía sufre restricciones muy importantes en la actualidad". Gracias a la diversificación en los canales de venta que venían haciendo en los últimos años, mantienen una muy buena facturación en el canal de alimentación, supermercados e hipermercados, tanto en España como en exportación.

Más almacenado

Sí hay más existencias que las habituales por estas fechas, lo que provocará en el mercado un exceso de oferta en general, y que dificultará la comercialización.

Merce Santos, especialista en vinos tintos del Departamento de Prescripción de Mercadona confirma que la pandemia se ha dejado notar en todos los ámbitos y el del vino no es una excepción". "Tras las compras compulsivas iniciales, la situación se normalizó y los cambios en el comportamiento del consumidor estuvieron más relacionados con los nuevos hábitos originados por el confinamiento, incrementándose por tanto el consumo de unos productos en detrimento de otros", reseña.

Santos apunta que la situación se va normalizando lentamente, aunque sigue habiendo mucha incertidumbre y tanto los actos de compra como los hábitos de consumo son muy sensibles a cualquier tipo de medida que se adopte para combatir la pandemia. "Nuestra propuesta es la de seguir apostando por dar vinos de calidad a buen precio y eso creemos que es posible y tratamos de hacerlo realidad cada día", se compromete.

El cooperativismo

Desde Urcacyl certifican que el descenso del consumo de vino y de las ventas ha sido "muy importante, sobre todo para las cooperativas cuyo mercado está casi el 100% dirigido al Canal Horeca", según apunta Ángel Calleja, presidente del sector de Vinos de la Unión Regional de Cooperativas Agrarias de Castilla y León. Los cierres de la hostelería han marcado las ventas y los ingresos. La falta de celebraciones, turismo, eventos, etc. llegó a paralizar la salida de vino en algunos momentos. copas vino

"Las cooperativas han mostrado su responsabilidad y su carácter social y la mayoría no plantearon ERTE, organizaron sus plantillas para mantener los puestos de trabajo y acometieron nuevas actividades como la venta 'online' o explorar nuevos canales de comercialización", justifica Calleja. En el momento de la vendimia aseguraron a todos los socios que se les recogería la uva, dando tranquilidad al viticultor.

José Manuel Gómez, director comercial de Pinna Fidelis, respalda que las cooperativas tienen un comportamiento más solidario y responsable con su masa social, "entendiendo que las crisis son pasajeras en el tiempo, confiamos en una recuperación, lo cual nos lleva a estar preparados para el nuevo escenario".

El nivel de existencias es alto, pero no altamente preocupante al ser vinos con crianza, considera Gómez. "El vino necesita sus tiempos, que

en otros momentos no hemos tenido por imposición del mercado. Sabiendo que la bodega no ha interrumpido sus salidas en ningún momento, se debería concretar la normalización de nuestro entorno hacia el otoño como consecuencia de la población inmunizada", prevé.

Recuperar el consumo

En el sector de la viticultura continúan adelante con el convencimiento de que la situación solo puede ir a mejor. "Seguimos trabajando para que sea una campaña positiva, tanto en los mercados internacionales como en España. Y en lo que se refiere al campo, todo dependerá de la meteorología, pero la previsión a día de hoy es buena", indica Enrique Pascual, presidente del Consejo Regulador de la DO Ribera del Duero. Confía en que repuntarán los mercados cuando la situación se estabilice. Se muestra convencido de que no estamos ante una crisis al uso. "No depende solo de la economía, es una pandemia sanitaria. Y la salud debe ser lo primero. Cuando haya una normalidad real, no relativa, y volvamos a vivir sin esta incertidumbre, todo se activará. No es que los consumidores hayan dejado de consumir, es que ha cambiado la forma de consumo y estamos adaptándonos a ello", interpreta García .

En la DO Rueda explica su director general, Santiago Mora que es necesaria "más certidumbre" y que no haya nuevos repuntes que lleven asociados el cierre de nuevo, del canal Horeca. Eso hará que el consumo vuelva a recuperarse, aunque hay cambios "que han llegado para quedarse".

Se refiere variaciones en el consumo y nuevos canales de venta, fundamentalmente por vía 'online'. "Hemos visto como el consumo de vino en los hogares ha ganado protagonismo en estos meses y también como han surgido con fuerza nuevos momentos de consumo de vino: al final de la jornada laboral en casa, al brindar por videoconferencia con nuestros amigos y familias… Pero estamos convencidos de que esos eventos que no hemos podido celebrar están generando un clima de ganas de celebrarlo todo, que va a animar el consumo de nuestros vinos, tan asociados a los momentos para compartir", dice.

Ayudas

En la OIVE consideran que las ayudas de la Administración a la poda en verde, almacenamiento y destilado aliviaron en su momento el desequilibrio en los mercados, "pero no fueron suficiente". Y como los efectos de la pandemia continúan han trasladado la necesidad de activar de nuevo estas medidas, "pero con un presupuesto extraordinario y suficiente para acometer las medidas a gran escala. No se puede recurrir a los fondos del Plan de Apoyo al Sector Vitivinícola (Pasve) como ya ocurrió el año pasado", reclama Susana García tajante.

"Si no hay otra vez ayudas de la Administración lo vamos a pasar mal y quedará uva en el campo", advierte José Víctor Moro. Es viticultor en Rueda, donde gestiona dieciocho hectáreas de verdejo, trece de ellas en regadío. Moro es consciente de que el vino blanco que laboran a partir de su vendimia se vende casi en su totalidad en España, y de que si no arranca otra vez la hostelería va a seguir faltando mercado. "Como no haya ayudas a la vendimia en verde, igual que el año pasado, se va a pasar muy mal", insiste.

De momento, la poda ya le ha salido más cara de lo habitual debido a que hay menos mano de obra disponible y eso implica que el precio sube. La vendimia seguirá siendo mecanizada y en los fitosanitarios no hay muchos cambios, así que los costes serán similares a la anterior campaña.

"Fueron necesarias, pero no suficientes", considera el director de la DO Rueda en referencia a las ayudas del año pasado. Desde el Consejo Regulador se han mantenido contactos continuos con las administraciones a través de diferentes canales, con el objetivo de seguir trasladando las particularidades que hacen que los vinos blancos y la DO Rueda estén afectados por la situación actual. "Se sigue apostando por la cosecha en verde, si bien con algunos cambios respecto al año pasado, para que todos los socios se puedan beneficiar de dichas ayudas", confirma Mora.

"Es importante que las administraciones no se olviden de nuestras bodegas, que las ayuden a seguir andando, porque son garantían de futuro para las zonas rurales", apostilla Enrique Pascual.

¡VinoEmpleo!

Ir a la página para leer más e informarse

Sales Director

cOnO consultores

CoNo by Casulá are selecting a Sales Director in Spain for an International winery group.

Technical Sales Manager

BioSystems

BioSystems busca una persona en la zona de Murcia o Alicante, para formar parte del área de Negocio, en la línea de Food Quality, para atender a los clientes de su zona en aspectos técnicos y comerciales del sector enológico y agroalimentario.

El vino de la semana

Recomendación de Joaquín Parra autor de Guía de vinos y destilados Wine Up!

VERUM TEMPRANILLO RESERVA DE FAMILIA 2011 BODEGAS Y VIÑEDOS VERUM

I.G.P. Vino de la Tierra de Castila
Enólogo: Elías López Montero
Variedad: Tempranillo 100%
Crianza: 18 meses en barricas de roble francés.
Consumo óptimo hasta 2025

Comentario de cata:
Color granate con ribete que va tornando al teja, denso. En nariz es intenso, recuerdos marcados de torrefactos, fruta roja madura y balsámicos. En boca conserva vida, frescura y tanino carnoso que te hace salivar, sorprende lo vivo que está para tener casi 10 años (catado en marzo de 2021). En retrogusto vuelve el recuerdo de vainilla, cacao puro y fruta madura.

descarga la guía Wine Up!
en www.wineup.es

EL CORREO DEL VINO
• TODA LA ACTUALIDAD DEL VINO •

INTERNACIONAL

EL CORREO DEL VINO
• TODA LA ACTUALIDAD DEL VINO •

EE.UU. Autoridades deportan al falsificador de vino Rudy Kurniawan

Según el Servicio de Inmigración y Aduanas, el hombre conocido como el Dr. Conti voló a Indonesia el 8 de abril. Lo que hará a continuación es un misterio

Hace menos de una semana, U.S. Oficiales de Inmigración y Control de Aduanas (ICE) escoltaron a Rudy Kurniawan a un vuelo comercial en Dallas-Ft. Worth Airport para comenzar el capítulo final del procedimiento de deportación. Poco más de 24 horas después, y después de una escala, el falsificador de vino condenado llegó al Aeropuerto Internacional Soekarno-Hatta, a las afueras de Yakarta, Indonesia, según un boletín de ICE, que terminó más de dos décadas en los Estados Unidos.

Lo que no está claro es lo que el hombre una vez conoció en los círculos de recolección de vinos como el Dr. Conti lo hará a continuación.

Kurniawan, de 44 años, un indonesio de ascendencia china, llegó a California a principios de la década de 1990 para estudiar contabilidad. Permaneció durante casi una década con una visa de estudiante. En 2001, solicitó quedarse, pero se le ordenó abandonar el país dos años más tarde. Nunca lo hizo.

En ese momento ya era una figura en ascenso en el mundo de los vinos raros, asistiendo a eventos de degustación donde los coleccionistas compartían las mejores botellas. El suministro personal de vino caro que trajo a esas catas y generosamente compartió supuestamente fue financiado por una asignación considerable de su familia. Pronto estuvo recorriendo bodegas en América y Europa, buscando vinos de colección y vendiendo cientos de botellas en subastas y en ventas privadas. Se hizo conocido por gastar lujosamente en Borgoña y Burdeos de colección. Le encantaba especialmente Domaine de la Romanée-Conti.

Kurniawan también estaba vendiendo vinos en silencio a los coleccionistas. En 2006, alcanzó su pináculo como comerciante de vinos cuando vendió vino por valor de 34 millones de dólares en dos subastas en Acker Merrall & Condit. La segunda de esas ventas obtuvo 24,7 millones de dólares. Pero 22 lotes de Borgoña de Domaine Ponsot consignados a otra subasta de Acker fueron identificados como falsos por Laurent Ponsot, el propietario de cuarta generación de la bodega. Cuando se le preguntó dónde había adquirido los vinos, Kurniawan fue evasivo. Continuó vendiendo vinos, a veces usando un comprador de paja, pero los coleccionistas litigiosos pronto lloraban.

En 2012, el FBI llamó a su puerta. Los agentes encontraron una línea de montaje de vino falso en la cocina de Kurniawan en Los Ángeles, que incluía etiquetas falsas de algunos de los vinos más raros del mundo, sellos personalizados y cera francesa rara utilizada para sellar botellas. La evidencia sugirió que Kurniawan no solo estaba traficando vinos falsificados, sino que los estaba haciendo.

El 18 de diciembre de 2013, un jurado federal declaró a Kurniawan culpable de fraude por vender vinos falsificados y defraudar a una empresa financiera, lo que convirtió al indonesio en la primera persona juzgada y condenada por vender vinos falsos en los EE. UU. Contando su tiempo en la cárcel a la espera de juicio, Kurniawan cumplió casi nueve años de su sentencia. El 6 de noviembre de 2020, la Oficina Federal de Prisiones entregó Kurniawan al ICE.

¿Qué sigue?

Kurniawan tiene una familia rica en Indonesia. Algunos coleccionistas dicen que les preocupa que reanude sus actividades de falsificación. Mientras que algunos subastadores, bodegas y coleccionistas de vino están más atentos al fraude ahora, todavía hay mucho que se descono-

ce sobre cómo operan los falsificadores como Kurniawan. No ha habido arrestos adicionales por parte del FBI, lo que lleva a muchos a preguntarse si las fuerzas del orden simplemente han seguido adelante.

Un hombre que no lo ha hecho es Bill Koch. El ejecutivo de energía ganó un acuerdo de 3 millones de dólares en su demanda contra Kurniawan, así como una promesa de que Kurniawan proporcionaría detalles de sus fuentes y cómplices. Nunca lo hizo, y nunca pagó un centavo, declarándose en bancarrota. El Dr. La historia de Conti puede no haber terminado.

Champagne y Borgoña conducen al vino fino "boom"

Son "tiempos de auge" para el buen vino según Liv-ex, con Champagne y Borgoña liderando un aumento en el comercio, mientras que el mercado se amplía, ayudado por la nueva tecnología.

Liv-ex, el mercado global de vino fino, publicó cifras esta mañana para mostrar que los volúmenes de comercio aumentaron un 70% en comparación con 2019, ya que nuevas categorías de vino entran en el mercado secundario por primera vez, mientras que las áreas establecidas, en particular Borgoña y Champagne, disfrutan de ventas crecientes.
Al describir la situación actual como "tiempos de auge", Liv-ex registró un crecimiento entre todas las áreas del mercado.

El director y cofundador de Liv-ex, Justin Gibbs, dijo: "El año pasado fue un año positivo para el mercado del vino, con todos los principales índices de Liv-ex mostrando ganancias".
Si bien se considera que Burdeos, que una vez dominó el mercado secundario, ha caído en desgracia, esta famosa región vinícola francesa ha visto disminuir su proporción de ventas, pero eso se debe a aumentos en otros lugares.

Como señaló Liv-ex, Burdeos ahora tiene una cuota de comercio inferior a la mitad de lo que era hace una década, pero eso se debe a que el mercado general ha aumentado y el interés en los vinos de Borgoña, Champagne, el Ródano, Italia y Estados Unidos ha crecido rápidamente.

Como resultado, el mercado del vino fino comentó que el mercado secundario no solo está en auge, sino que se está ampliando.
Esto se puede ver en el número de marcas de vino distintas que se comerciaron en Liv-ex el año pasado, que aumentó un 70%, de 996 en 2019 a 1.420. El número total de vinos, incluidas diferentes añadas de las mismas marcas de vino, fue de 8.735, un 72% más que los 6.367 de 2019.
Liv-ex dijo que el aumento ha continuado en 2021, con marzo de 2021 cerrando el mes más grande de comercio en los 21 años de historia de Liv-ex: se comerciaron 1.250 marcas de vino distintas, de las cuales 130 eran recién llegadas al mercado secundario.
Esto significa que más de 80 millones de libras esterlinas (109 millones de dólares) de ofertas y ofertas en vivo están disponibles actualmente en el mercado.
Según Liv-ex, "el ejemplo más llamativo" de la dinámica cambiante del mercado es el Borgoña 150. Este es un índice que rastrea los movimientos de precios de los vinos burdeos más activos (en su mayoría grands crus) en el mercado secundario, y ha aumentado un 87% en los últimos cinco años, con Liv-ex diciendo que había sido el beneficiario de los coleccionistas que pusieran su capital en una nueva categoría.

Esta parte del mercado del vino fino también ha disfrutado de un reciente relleno debido a una afluencia repentina y significativa de compradores estadounidenses desde que la administración Biden suspendió los aranceles sobre el vino europeo.
Como informó anteriormente db, el 5 de marzo se suspendió un impuesto del 25% del Gobierno de los Estados Unidos sobre la mayoría de los vinos franceses, españoles y alemanes, pero no los de Italia o Champagne, creando un efecto rápido y marcado en la actividad de compra entre el comercio y los coleccionistas de vinos estadounidenses, en particular para los vinos más famosos y buscados de Borgoña.
Mientras tanto, Champagne también ha disfrutado de un enorme crecimiento en los últimos cinco años, con el Liv-ex Champagne 50 (compuesto por los vinos base de prestigio más comercializados desde Cristal hasta Krug y Dom Pérignon) un aumento del 58% durante este período.

Tal crecimiento Liv-ex se atribuyó al "poder de marca de las grandes marques Champagnes, stock ampliamente disponible, distribución global y precios accesibles".

De hecho, en una discusión con

db a principios de este año, Gibbs dijo que los mejores Champagnes tienden a ofrecer una opción de inversión particularmente confiable para los coleccionistas de vino fino.

"Dom Pérignon, Cristal, etc., son como los primeros crecimientos del champán, y su punto de entrada sigue siendo relativamente barato en comparación con otros vinos finos", dijo, y agregó: "Mientras que el lanzamiento prolongado de la cosecha de 2008 creó tanta emoción por parte del comercio y la crítica".

Continuando, describió a estos nombres principales en Champagne como una inversión "sólida como una roca", diciendo que era fácil vender acciones de vuelta al mercado, describiendo Champagne como "agradable y líquido".
Explicando más la oportunidad de inversión en champán, dijo: "Las cosechas se liberan listas para beber, y se tardan 2-3 años en hundirse en el mercado, desaparecer y beberse, y están extremadamente bien distribuidas".
Esta amplia distribución global ayuda, ya que también señaló que el volumen de producción de los grandes nombres es bastante grande, con Gibbs estimando que Dom Pérignon hace alrededor de 400.000 casos en una sola cosecha, y Cristal alrededor de 15,000 casos o más.
Sin embargo, la combinación de precios accesibles en relación con el buen vino y patrones de consumo confiables, significa que los precios del champán tienden a "subir del 8 al 10% anual. "Es un mercado sin burbujas; nunca vuela, sino que sigue adelante", dijo.

En cuanto a otras áreas de notable crecimiento, Liv-ex eligió Italia, con el índice Italy 100 experimentando un aumento del 45% en los últimos cinco años, "a medida que los comerciantes y coleccionistas descubren el valor relativo que se encuentra en los grandes vinos del Piamonte y la Toscana".

Por último, el Liv-ex Rest of the World 60, que incluye los mejores vinos de California, así como vinos australianos, españoles y portugueses, ha aumentado un 31% en cinco años.

Señaló que los vinos estadounidenses en particular están atrayendo la atención; en 2019, los vinos estadounidenses representaron solo el 2% del comercio por valor en el mercado, que se disparó hasta el 7% del comercio total el año pasado.
De manera más general, Liv-ex dijo que el crecimiento en el comercio estaba siendo impulsado por innovaciones tecnológicas que barrían la industria del vino, transformando el comportamiento tanto de las empresas vitivinícolas como de los compradores.
Tal desarrollo ha significado, cree Liv-ex, que "la gente ya no está ansiosa por comprar o comerciar en línea".
"Estas innovaciones en tecnología han tenido un impacto significativo en los patrones de compra", dijo Gibbs. "A medida que más del comercio del vino se digitaliza, con muchos permitiendo a sus clientes acceder al mercado utilizando nuestros servicios de automatización, estamos viendo una creciente diversidad en lo que se comercializa a medida que los coleccionistas se colocan en el asiento del conductor".

Como resultado, los vinos comprados a través de Liv-ex en 2020 no solo vinieron de las regiones vinícolas finas más tradicionales como Burdeos y Borgoña, sino también de China, Hungría, Suiza, Austria, Alemania, Chile, Argentina y más.

Los precios por botella también oscilaron entre £4 y £21,000. Liv-ex dijo: "A medida que el mundo del vino se vuelve cada vez más digital, es probable que esta tendencia cada vez mayor continúe".

En particular, la automatización a través de API ha permitido una experiencia comercial fluida, al tiempo que permite a los coleccionistas comprar vinos ofrecidos en la bolsa a través de las plataformas de sus comerciantes 24/7, así como permitir a los comerciantes expandir sus ventas fuera de sus horas de trabajo, lo que resulta en más comercio de fin de semana.
Por último, mirando hacia el futuro, Liv-ex cree que el mercado del vino fino se expandirá aún más.
Desde 2019, los coleccionistas y comerciantes estadounidenses se han visto limitados por los aranceles del gobierno estadounidense sobre los vinos de Francia, incluidos Burdeos y Borgoña.
"Los aranceles han tenido un efecto singular en el mercado del vino fino en los últimos 18 meses, sobre todo para Italia y Champagne, cuyos vinos fueron excluidos de la tasa adicional del 25%", dijo Gibbs.
Pero el reciente levantamiento de los aranceles ha tenido un marcado efecto en la actividad, lo que ha llevado a un fuerte impulso en la demanda de vinos de todas las regiones.
También hay otras razones para creer que el mercado del vino fino crecerá y se diversificará aún más.
"La combinación de bajas tasas de interés y un gasto fiscal masivo sugiere que la inflación de los activos no se limitará a los mercados de acciones, materias primas y propiedades", dijo Gibbs.

"Los fundamentos del buen vino también serán una opción atractiva para aquellos con dinero en efectivo de sobra", concluyó.

SECTOR DEL ACEITE

EL CORREO DEL VINO
• TODA LA ACTUALIDAD DEL VINO •

Las salidas de aceite de oliva en marzo apuntan al "enlace de campaña más bajo" de los últimos años, según COAG

COAG-Jaén ha señalado que los últimos datos facilitados por la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA) sobre las salidas de aceite de oliva al mercado en marzo "hacen prever que el enlace de campaña será el más bajo de los últimos años, si continúa el ritmo de comercialización".

Según los datos, aún provisionales, de la citada entidad en marzo salieron al mercado unas 150.000 toneladas de aceite y hasta final de mes había unas existencias de 1.103.479 toneladas de aceite, de las que 779.583 se encontraban en manos de los productores; 277.355 toneladas, en envasadores y 46.541, en el Patrimonio Comunal Olivarero.

Para el secretario general de COAG Jaén y responsable de Olivar de COAG Andalucía, Juan Luis Ávila, estas cifras "ponen de manifiesto lo que la organización defiende desde hace años, que no hay un excedente estructural de aceite, sino periodos de más o menos producción a causa de la vecería del cultivo, y sobre todo mucha especulación con un producto de máxima calidad".

"Con las salidas que estamos teniendo de aceite de casi 150.000 toneladas mensuales haciendo la cuenta a primeros de noviembre no habría enlace ¿Dónde está el excedente estructural de aceite? Aquí no hay excedente de aceite, lo que hay es un excedente de sinvergüenzas que son los que se aprovechan permanentemente del sector", ha afirmado este martes en una nota.

En cuanto a la producción, poco ha variado de los datos de febrero, ya que en marzo ha sido de unas 44.443 toneladas, lo que hace una producción total anual aceite de 1.381.538 toneladas, "muy por debajo de las 1.450.00 toneladas que la Comisión Europea preveía para España". Al respecto, Ávila ha pedido que la Comisión Europea sea "más escrupulosa", "ya que parece que le gusta inflar permanentemente los datos".

ASAJA-Jaén destaca la salida de más de 150.000 toneladas al mercado durante el mes de marzo

Continúa el buen ritmo de comercialización de aceite. Según los datos facilitados por la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA) correspondientes al mes de marzo, las salidas se situarían por encima de las 150.000 toneladas. Una muy buena cifra, que supone la segunda mayor del histórico para un mes de marzo. Con respecto al ritmo de comercialización durante estos seis meses de campaña, se sitúa por encima de las 143.000 toneladas, el nivel de salidas más alto.

"Si continúan los datos de salidas que estamos teniendo en este primer semestre, es muy probable que el enlace sea muy corto", explica el gerente y portavoz de ASAJA-Jaén, Luis Carlos Valero. Al tiempo, apunta a que hay que tener en cuenta estos datos, "y si no falla ningún parámetro, la tendencia del precio del aceite tiene que ser al alza".

Con respecto a la producción, durante el mes de marzo ha sido de 44.550 toneladas, y en total, el acumulado hasta la fecha se sitúa en 1.381.538 toneladas, de las que Jaén ha producido 522.534.

Las existencias totales a final de marzo son de 1.103.270 toneladas, 98.360 menos que en febrero, de las que 779.360 se sitúan en almazaras; 277.370 en envasadoras, y 46.540 en el Patrimonio Comunal Olivarero.

Apoyo del Parlamento Europeo para que el aceite de oliva quede al margen de la etiqueta Nutriscore

El eurodiputado de Ciudadanos y portavoz en materia de comercio y consumo, Jordi Cañas, ha conseguido un nuevo respaldo del Parlamento Europeo a su iniciativa para que el aceite de oliva y otros productos de la dieta mediterránea queden al margen de la etiqueta Nutriscore que prepara la Comisión Europea, una reivindicación del sector agroalimentario español y que la formación naranja defiende en Bruselas.

Cañas logró el mes pasado el apoyo a esta enmienda en la Comisión de Comercio Internacional de la eurocámara y este miércoles 14 ha sumado también el de Comercio Interior y Protección del Consumidor. El objetivo del eurodiputado es lograr que el aceite de oliva y otros productos con denominación de origen o indicación geográfica protegida no tengan que someterse a este etiquetado que prepara la UE: que queden al margen.

La Comisión Europea busca con la etiqueta Nutriscore ofrecer a los consumidores una información nutricional más clara, pero el algoritmo que clasifica los alimentos no recoge correctamente la calidad de los citados productos españoles. Por ejemplo, en el caso del aceite de oliva, el sistema lo equipara con grasas no saludables a pesar de que está demostrado su beneficio para la salud.

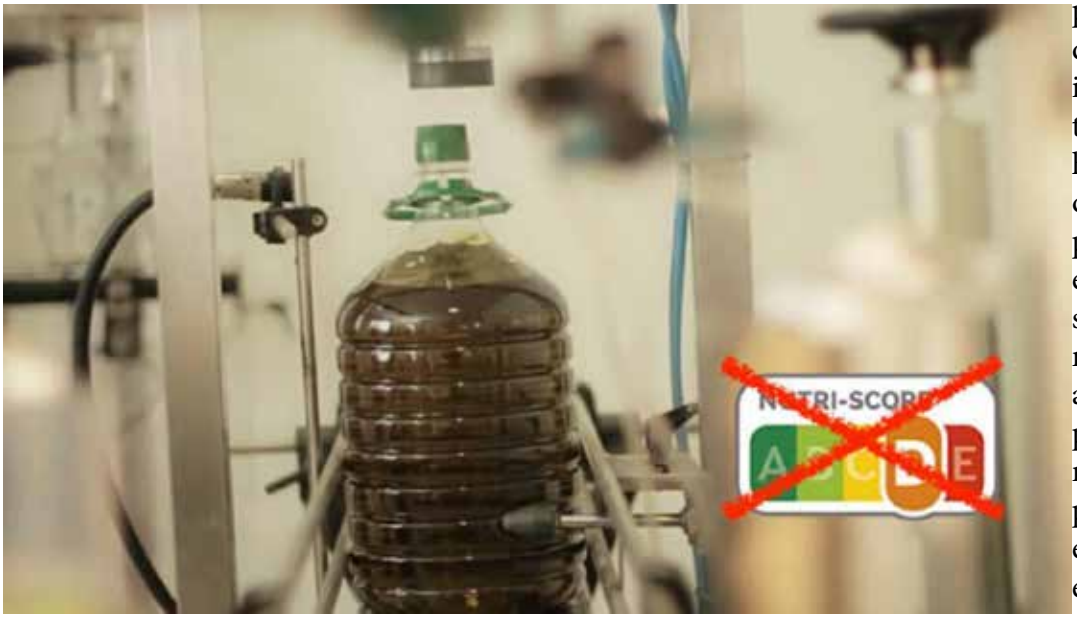
ADEMÁS DEL ACEITE ABARCA A LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS, LAS IGP O LAS ESPECIALIDADES TRADICIONALES GARANTIZADAS

Lo mismo ocurre con otros alimentos propios de la dieta Mediterránea, ha defendido Jordi Cañas, que están asociados con una menor incidencia de enfermedades crónico-degenerativas como enfermedades cardiovasculares y neurológicas, así como con algunas formas de cáncer.

La enmienda ha sido aprobada por una amplia mayoría de 30 votos a favor, procedentes de todos los grupos de la eurocámara salvo dos, 13 en contra y dos abstenciones. La propuesta queda así incluida en la opinión de esta Comisión de Comercio Interior sobre el proyecto 'De la granja a la mesa', en el que está incluida la etiqueta nutricional.

En concreto, con esta propuesta se reclama que la Comisión Europea estudie la necesidad de aplicar exenciones específicas a determinadas categorías de alimentos o productos alimenticios, como el aceite de oliva, o para aquellos abarcados por las denominaciones de origen protegidas, las indicaciones geográficas protegidas o las especialidades tradicionales garantizadas.

También se reclama que queden exentos los productos de un solo ingrediente y se hace hincapié en que, al implantar este etiquetado, se tomen medidas de apoyo a las pymes, las microempresas y las empresas de economía social.



SEMANA 14 DE 2021. CAMPAÑA 2020/21

NUEVAS SUBIDAS EN "VIRGEN EXTRA" Y "VIRGEN"

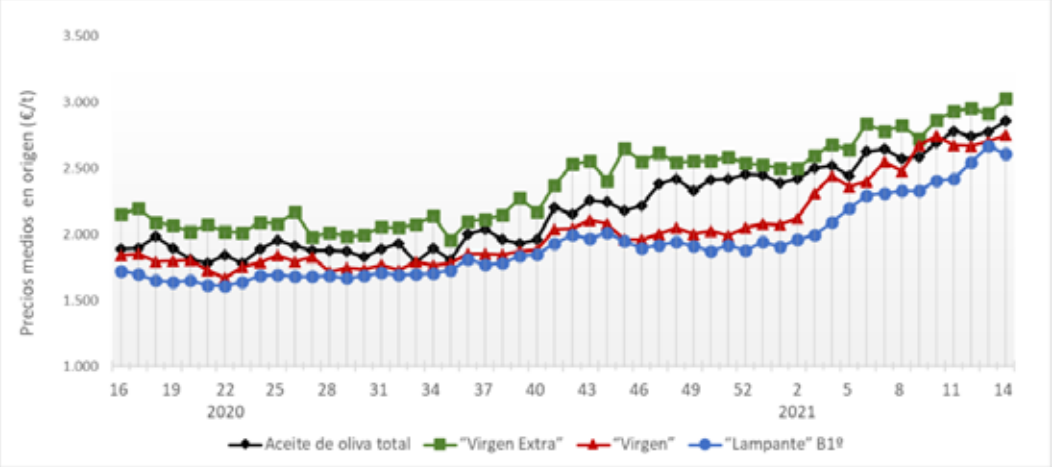
Nuevas subidas del "virgen extra" y del "virgen", mientras que el "lampante" bajó ligeramente. En cuanto a las cantidades comercializadas por las entidades que colaboran con el Observatorio de Precios y Mercados, éstas fueron ligeramente inferiores a las de la semana anterior.

Tabla 1. Precio medio semanal (€/t) y cantidades comercializadas (t) en las cuatro últimas semanas en Andalucía por las empresas colaboradoras del Observatorio de Precios y Mercados.

Período		Aceite de oliva total		Aceite de Oliva Virgen Extra		Aceite de Oliva Virgen		Aceite de Oliva Virgen Lampante (B1ª)	
		Cantidad (t)	Precio Medio [€/t]	Cantidad (t)	Precio Medio [€/t]	Cantidad (t)	Precio Medio [€/t]	Cantidad (t)	Precio Medio [€/t]
15/03/2021	21/03/2021	3.861,82	2.780,25	2.397,82	2.929,96	675,00	2.671,11	789,00	2.418,63
22/03/2021	28/03/2021	8.830,92	2.737,38	4.008,68	2.956,12	524,00	2.667,84	4.298,24	2.541,86
29/03/2021	04/04/2021	1.991,00	2.774,41	789,00	2.910,33	602,00	2.703,67	600,00	2.666,67
05/04/2021	11/04/2021	1.775,58	2.855,46	1.013,58	3.027,04	100,00	2.750,00	662,00	2.608,69

Fuente: Observatorio de Precios y Mercados de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible.

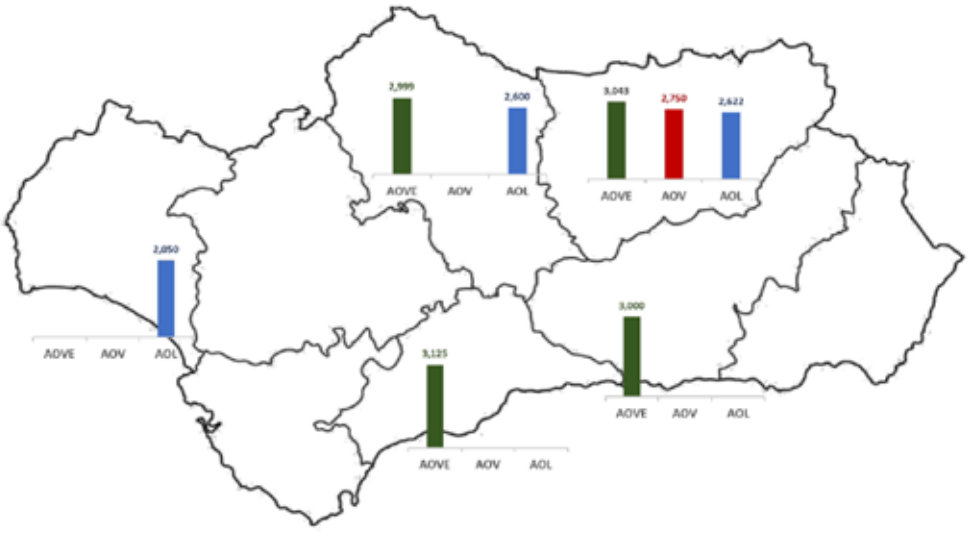
Gráfico 1. Evolución de los precios medios semanales en origen de aceite de oliva por categorías.



Fuente: Observatorio de Precios y Mercados de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible.

A nivel provincial, durante la semana 14 de 2021 las entidades que colaboran con el Observatorio de Precios y Mercados realizaron operaciones en origen en las provincias de Córdoba, Granada, Huelva, Jaén y Málaga. Los precios medios registrados estuvieron entre 2,999 y 3,125 €/kg en "virgen extra", en 2,750 €/kg en "virgen", y entre 2,050 y 2,622 €/kg en "lampante".

Gráfico 2. Precios medios semanales (€/kg) en origen en las principales provincias productoras andaluzas.



Nota: AOVE: aceite de oliva "virgen extra"; AOV: aceite de oliva "virgen"; AOL: aceite de oliva "lampante".

Fuente: Observatorio de Precios y Mercados de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible.

AGRICULTURA

EL CORREO DEL VINO
• TODA LA ACTUALIDAD DEL VINO •

Solicita ampliación para comunicar daños por heladas de invierno en vid

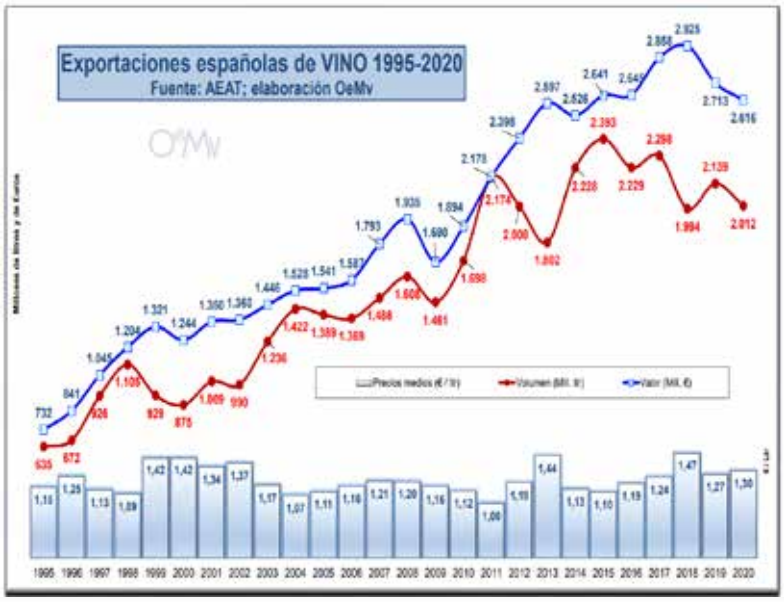
Las distintas situaciones y fenómenos climatológicos que se han vivido en el campo castellano-manchego durante los últimos meses han conducido a que los técnicos de UPA Castilla-La Mancha realicen una serie de visitas a las zonas afectadas y dañadas tanto por la borrasca 'Filomena' como por heladas y granizos. La organización agraria ha detectado que en las zonas de viñedo hay algunas explotaciones donde no ha brotado aún y no se aprecian de manera clara los posibles daños que estos efectos hayan podido tener.

Unión de Pequeños Agricultores y Ganaderos de Castilla-La Mancha solicita a ENESA (Entidad Estatal de Seguros Agrarios) y Agroseguro una ampliación del plazo para comunicar siniestros por heladas de invierno en viñedo. Este plazo concluye de manera habitual el 30 de abril, siendo esta la fecha límite para la comunicación de siniestros. Desde UPA se solicita la ampliación hasta el 20 de mayo.

Pedro González, secretario de Agricultura de UPA Castilla-La Mancha y responsable de seguros agrarios de la organización, apunta que "hay yemas afectadas en la actualidad. Pero nos encontramos con la circunstancia de que en estas fechas muchas variedades no habrán brotado; por lo que no se ve si tienen daños por helada de invierno o no".

La organización agraria insiste cada año en pedir el máximo compromiso con los seguros agrarios, que los agricultores y ganaderos lo utilicen de manera normalizada y sigan contratando, debido a que es una herramienta fundamental cuando hay siniestros. Por ello, esta ampliación del plazo de comunicación sería conveniente para todos aquellos viticultores cuyas variedades son más tardías "porque si no se da parte, y el 10 de mayo no ha brotado como corresponde, el agricultor se quedaría fuera de plazo para solicitar el siniestro, pero no se puede arriesgar a pedirlo antes para no incurrir en penalización".

Desde UPA Castilla-La Mancha se ha solicitado esta ampliación para que todas aquellas variedades de uva que no hayan brotado tengan opciones para aprovechar la herramienta del seguro agrario como corresponde.



Exportaciones españolas de vino / Año 2020

	Valor (mil €)	Dif mill		Volumen (mill l)	Dif mill		Precio (€ / l)	Dif mill	
	2020	€	Dif	2020	l	Dif	2020	€/l	Dif
Licor	59,05	-2,58	-4,2%	17,31	0,34	2,0%	3,41	-0,22	-6,1%
Espumoso	404,42	-53,60	-11,7%	174,53	-7,67	-4,2%	2,32	-0,23	-2,8%
Aguja	20,21	-1,83	-8,2%	17,83	-0,46	-2,5%	1,13	-0,07	-5,8%
Tranquilos < 2l	1.613,59	-35,15	-2,1%	697,06	-17,82	-2,5%	2,31	0,01	0,4%
con DOP	*1.189,28*	*-20,18*	*-1,7%*	*318,98*	*-6,14*	*-1,9%*	*3,73*	*0,01*	*0,2%*
con IGP	*135,49*	*-15,68*	*-10,5%*	*128,32*	*-23,86*	*-15,7%*	*1,06*	*0,06*	*6,1%*
con variedad	*111,30*	*8,89*	*8,7%*	*74,05*	*5,99*	*8,8%*	*1,50*	*0,00*	*-0,1%*
sin ninguna indicación	*177,51*	*-7,87*	*-4,2%*	*175,71*	*6,18*	*3,6%*	*1,01*	*-0,08*	*-7,6%*
BiB (entre 2 y 10l)	62,41	11,67	23,0%	50,40	14,57	40,6%	1,24	-0,13	-12,5%
TOTAL ENVASADOS	2.159,67	-81,47	-3,6%	957,13	-11,06	-1,1%	2,26	-0,06	-2,9%
Tranquilos > 10l (granel)	456,43	-15,15	-3,2%	1.054,85	-115,70	-9,9%	0,43	0,03	7,4%
con DOP	*8,27*	*-1,10*	*-11,7%*	*8,27*	*-1,76*	*-17,6%*	*1,00*	*0,07*	*7,1%*
con IGP	*17,75*	*0,12*	*0,7%*	*28,85*	*0,73*	*2,6%*	*0,62*	*-0,01*	*-1,9%*
con variedad	*124,37*	*8,20*	*7,1%*	*265,83*	*-7,22*	*-2,6%*	*0,47*	*0,04*	*10,0%*
sin ninguna indicación	*306,03*	*-22,41*	*-6,8%*	*751,91*	*-107,45*	*-12,5%*	*0,41*	*0,02*	*6,5%*
TOTAL VINOS	2.616,09	-96,67	-3,6%	2.011,98	-126,76	-5,9%			

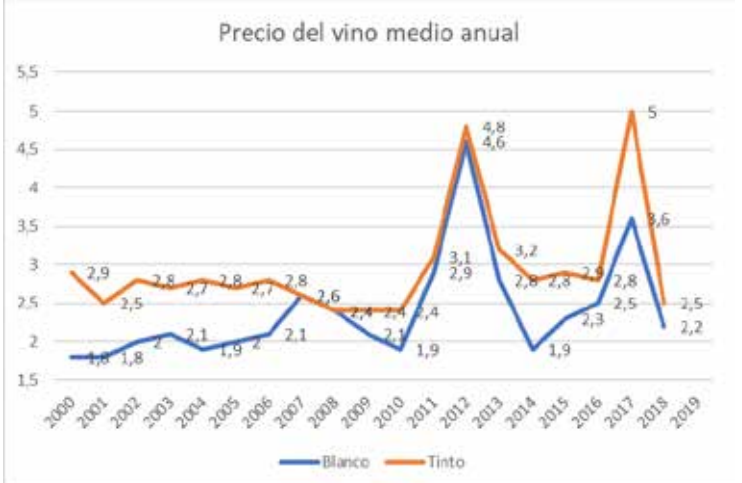
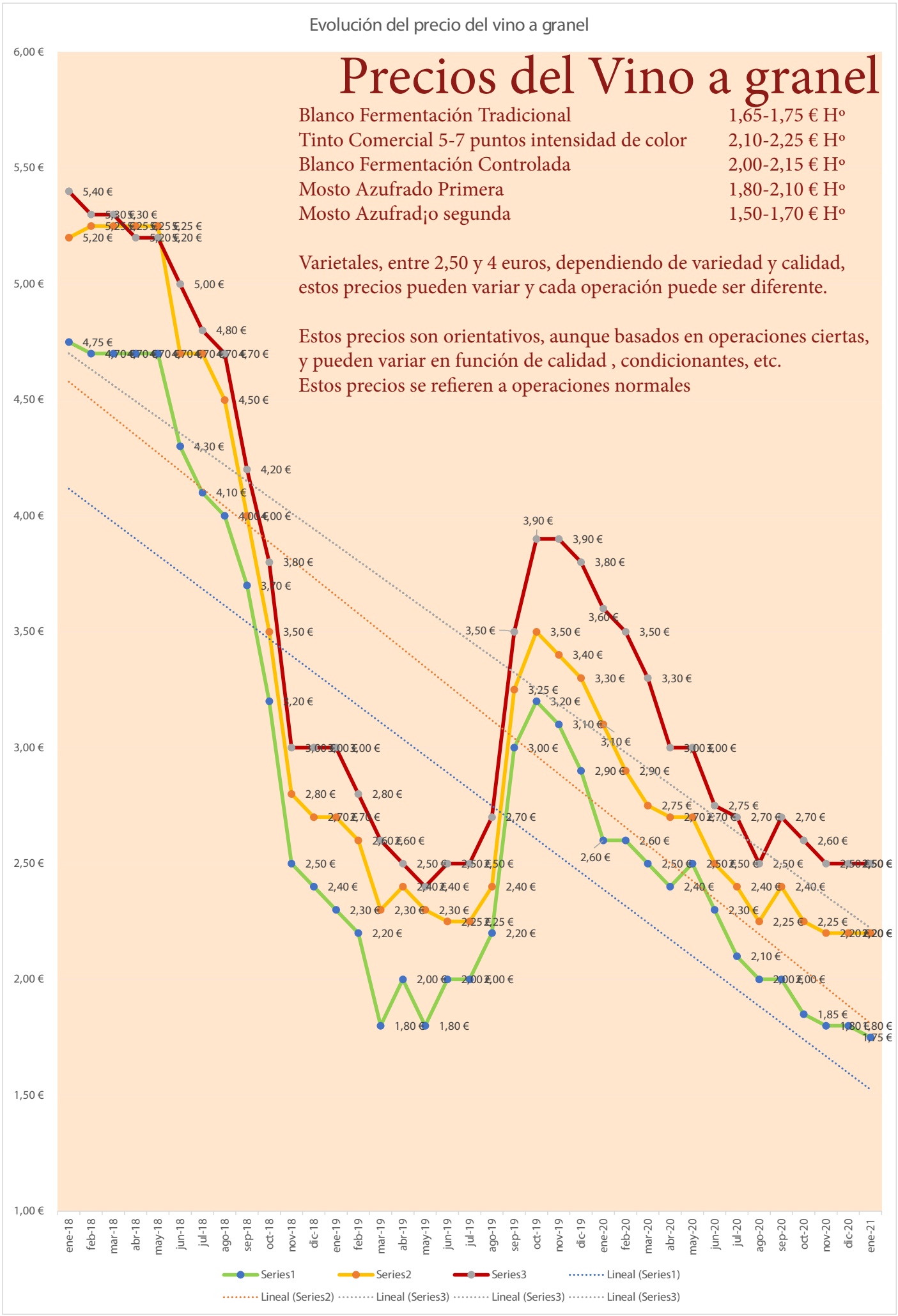


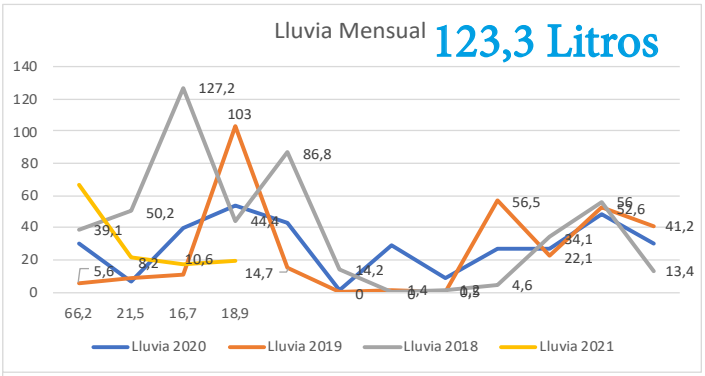
Figura 1 – Producción mundial de vino (excluidos zumos y mostos), 2000-2019

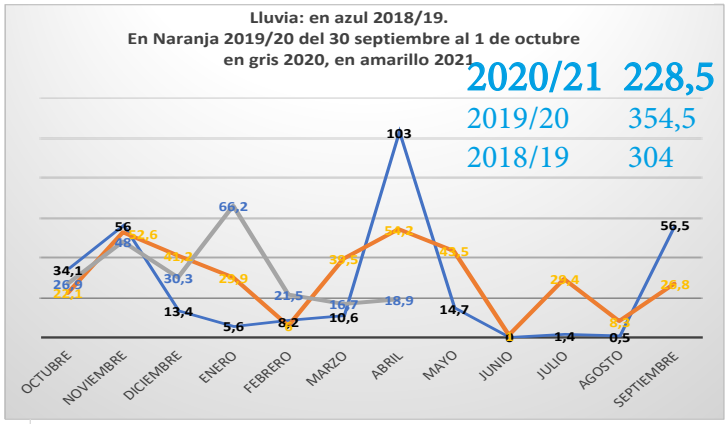

Evolución del precio del vino a granel
Precios del Vino a granel
Blanco Fermentación Tradicional 1,65-1,75 € Hº
Tinto Comercial 5-7 puntos intensidad de color 2,10-2,25 € Hº
Blanco Fermentación Controlada 2,00-2,15 € Hº
Mosto Azufrado Primera 1,80-2,10 € Hº
Mosto Azufrad¡o segunda 1,50-1,70 € Hº
Varietales, entre 2,50 y 4 euros, dependiendo de variedad y calidad, estos precios pueden variar y cada operación puede ser diferente.
Estos precios son orientativos, aunque basados en operaciones ciertas, y pueden variar en función de calidad , condicionantes, etc.
Estos precios se refieren a operaciones normales
6,00 €
5,50 €
5,00 €
4,50 €
4,00 €
3,50 €
3,00 €
2,50 €
2,00 €
1,50 €
1,00 €
ene-18 feb-18 mar-18 abr-18 may-18 jun-18 jul-18 ago-18 sep-18 oct-18 nov-18 dic-18 ene-19 feb-19 mar-19 abr-19 may-19 jun-19 jul-19 ago-19 sep-19 oct-19 nov-19 dic-19 ene-20 feb-20 mar-20 abr-20 may-20 jun-20 jul-20 ago-20 sep-20 oct-20 nov-20 dic-20 ene-21
Series1 Series2 Series3 Lineal (Series1)
Lineal (Series2) Lineal (Series3) Lineal (Series3) Lineal (Series3)

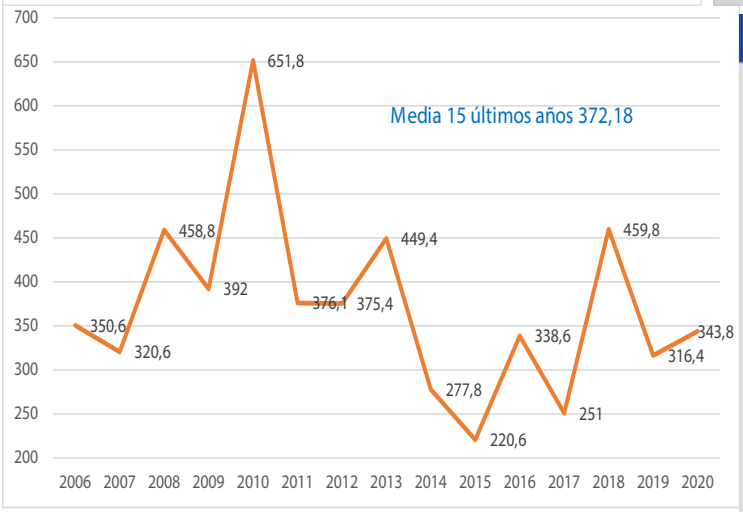
EL TIEMPO

EL CORREO DEL VINO
• TODA LA ACTUALIDAD DEL VINO •

Actualizado el 12/04/21







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
2018	459,8
2019	316,4
2020	343,8

Media de los últimos 15 años 372,18

WineinModeration.eu
Art de Vivre

SUSCRIPCIONES, PUBLICIDAD E INFORMACIÓN

El CORREO DEL VINO
C/Virgen de la Esperanza, 6
13200 Manzanares (Ciudad Real) Teléfono 679 78 96 28
DIRECTOR: Javier Sánchez-Migallón Royo 05629424J

SUSCRIPCIÓN ANUAL 125 €

www.elcorreodelvino.com
Información, suscripciones y publicidad
Javier@elcorreodelvino.com
info@elcorreodelvino.com
@elcorreodelvino
Elcorreodelvino
@elcorreodelvino

APÚNTESE GRATIS A NUESTRA NEWSLETTER GRATUITA
SOLICÍTALA EN
info@elcorreodelvino.com