EL CORREO DEL VINO

• TODA LA ACTUALIDAD DEL VINO •

El Periódico diario del Vino Español

Número 4.621 Fundado en 1947 Fecha, 14 diciembre de 2021

EL VINO AL DÍA

Los datos que nos van ofreciendo confirman que la cosecha, aún siendo corta, no es tanto como en un principio parecía o se decía. No es por nada, pero yo siempre he dicho que mínimo 40 millones de hectólitros, y parece que al final vamos a estar sobre esa cantidad. Y un 15% de merma, quedan atrás los catastróficas que, haciendo daño sin duda al mercado hablaban de un 30% o más de merma, que llevan a equivoco a la hora de hacer planteamientos de campaña a quienes se lo creen. Una pena, deberían hacérselo mirar...
EL INFORME Y GRÁFICOS COMPLETO LO PUEDE DESCARGAR EN LA PÁGINA DE EL CORREO DEL VINO. AQUÍ

INFORME ECONÓMICO OCTUBRE 2021

Interprofesional del VINO DE ESPAÑA

EVOLUCIÓN MENSUAL CAMPAÑA 2021/2022

Producción

Infovi octubre 21

34.284.617

hl de vino producidos en los tres primeros meses de campaña (-12%).

Los datos del Infovi sitúan la producción de vino en los tres primeros meses de la campaña 2021/22 en 34,28M hl. Con respecto al mismo periodo de la campaña anterior, es un -12% inferior o 4,66M hl menos.

Se estima una producción de vino y mosto de entre 39 y 40 millones hl, lo que supondría una disminución de en torno el 15% con respecto a la campaña anterior, que se cerró en 46,5M de hl de vino y mosto.

Alcohol / Vinagre

Infovi octubre 21

361.729

hl (-64%) se destinaron a destilería y vinagrería en los tres primeros meses de la campaña 2021/22

De esa cantidad, 269.132 hl (-70%) se destinaron a elaboración de alcohol y 92.597 hl (-15%), a la elaboración de vinagre.

Hay que recordar que en agosto de 2020 se destinaron 636.000 hl a destilería, tras la entrada en vigor, en junio de 2020 de una serie de medidas extraordinarias para hacer frente a la crisis de la COVID, entre las que se contemplaba la destilación de crisis para 2Mhl.

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

Existencias

Infovi octubre 21

66.790.199

hl de vino y mosto a 31 de octubre de 2021 (-8,1% respecto al 31 de octubre de 2020 o 5,8M hl menos).

De esos 66,8 Mhl, 60,5M hl (-6,3%), corresponden a existencias finales de vino y 6,3M hl (-22,2%), a existencias finales de mosto sin concentrar.

Importaciones

OeMv septiembre 21

89.525

hl de vino (+4%) importados en los dos primeros meses de la campaña 2021/22.

Con datos de la AEAT disponibles hasta septiembre de 2021, las importaciones españolas de vino se situaron en los 89.525 hl (+4% o 3.749 hl más), en los dos primeros meses de campaña. El valor aumentó un +76%, hasta los 38,74M € (+16,7M €), al aumentar el precio medio un 69% hasta los 432 €/hl.

Este mayor aumento del valor y del precio medio se explica porque los productos de mayor valor añadido han aumentado, reduciéndose las compras de vino a granel, más económico.

Mercado interior

Est. Infovi / OeMv octubre 21

10.039.034

hl, es la estimación de consumo nacional de vino en el interanual a octubre de 2021 (+6% respecto al interanual a octubre de 2020).

La estimación de consumo nacional de vino vuelve a superar los 10M hl, lo que no ocurría desde agosto de 2020. La diferencia neta entre entradas y salidas de vino en las bodegas en el mes de octubre 2021 de 916.500 hl fue un 39,5% superior a la registrada en octubre de 2020.

Exportaciones

OeMv septiembre 21

3.865.319

hl exportados en los dos primeros meses de campaña (+22% o 0,7M hl más).

Los datos de la AEAT disponibles hasta septiembre de 2021, muestran, un mes más, crecimiento de las exportaciones españolas de vino. En el mejor mes de septiembre de la serie en términos de valor, se facturaron 260,1M € (+12,5%). En volumen, fue el quinto mejor mes de la serie, con 2M hl (+20%).

En los dos primeros meses de la campaña 2021/22, se exportaron 3,9M hl (+22%) y se facturaron, 468,3M € (+13% o 52,9M € más)..

JAUME SERRA
El amigo que nunca falta a la cita
JAUME SERRA
CAVA
JAUME SERRA
Brut Nature
RESERVA
JAUME SERRA
CAVA
JAUME SERRA
VINTAGE
Brut Nature
Reserva
MÉTODO TRADICIONAL
Product of Spain
www.jaumeserra.com

ANÁLISIS GENERAL
CAMPAÑA 2021/22

En el interanual a octubre de 2021, la **estimación de consumo** nacional de vino **vuelve a superar los 10 millones de hl** (+6%), tras 13 meses consecutivos por debajo de esta cifra. Los datos del INFOVI del mes de octubre, muestran una menor producción de vino (-12%), que se sitúa en los 34,3M hl, así como unas menores existencias finales de vino mosto, que se reducen en 5,8M hl, hasta situarse en los 66,8M hl.

En los tres primeros meses de la campaña 2021/22, la **producción** de vino se sitúa en los **34,3 millones de hl** de vino, cifra un -12% inferior a la registrada en el mismo periodo de la campaña anterior, o 4,7M hl menos. También son inferiores las **existencias finales a 31 de octubre de 2021**, que se situaron en los **66,8M hl** de vino y mosto (-8% o 5,8M hl menos).

En el mes de octubre de 2021, las **entradas** de vino de origen nacional en las bodegas españolas fueron un -14% inferiores a las registradas en octubre de 2020, reduciéndose en menor medida las **salidas** (-2,2%), lo que produce que la **diferencia neta** entre ambas aumente un 39,5%, hasta situarse en los 916.500 hl.

La **estimación de consumo nacional de vino**, se sitúa, en el interanual a octubre de 2021, en los **10 millones de hl**. Esta cifra es un 6% superior a la registrada en el interanual a octubre de 2020 y vuelve a superar la barrera de los 10 millones de hl, lo que no ocurría desde agosto de 2020.

En los tres primeros meses de campaña, se destinaron 361.729 hl (-64%) de vino a **destilería y vinagrería.** Cayó un 70% los destinado a la elaboración de alcohol, al incluirse en la comparación los datos del mes de agosto de 2020 en el que se destinaron 636.000 hl a este fin, por la destilación de crisis prevista para hacer frente a la crisis de la COVID.
Como novedad, los datos del INFOVI incluyen desde esta campaña 2021/22, las **salidas de vino para operaciones propias** (vino para elaboración de vinos aromatizados, vermuts, sangrías…) y que en los tres primeros meses de campaña fue de **313.248 hl**.

Un mes más se mantiene la excelente evolución de las **exportaciones españolas de vino**, con datos de la AEAT disponibles hasta septiembre de 2021 (+12,5% en valor y +20% en volumen). Esta buena evolución junto a la de meses anteriores, eleva las exportaciones en el interanual a septiembre de 2021 hasta los **23,1M hl** (+16,5%) por valor de **2.864 millones de euros** (+10,1%).

Por último, las **importaciones españolas de vino**, se situaron en los dos primeros meses de la campaña 2021/22, en los 89.525 hl (+4%), que suponen 3.749 hl más.

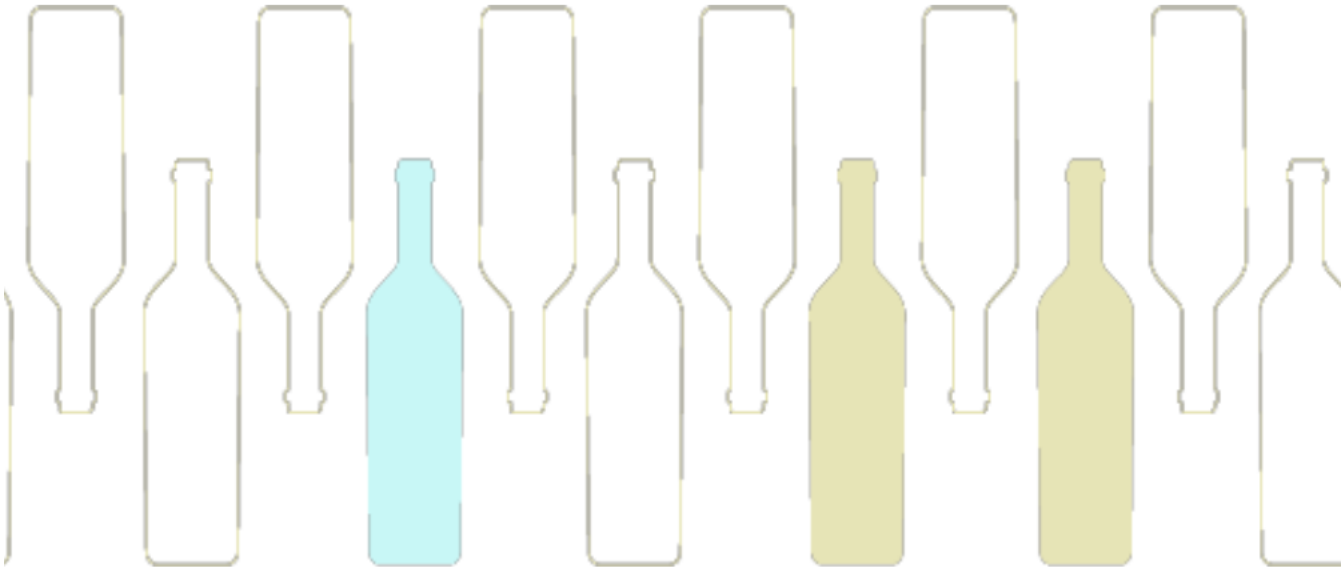
PRODUCCIÓN

En los tres primeros meses de la campaña 2021/22 se produjeron **34,3M de hl** de vino, que suponen 4,65M hl menos que en los tres primeros meses de la campaña anterior (-11,9%).

El INFOVI sitúa la producción de vino, en los tres primeros meses de la campaña 2021/22 en los **34,28 millones de hl**, cifra un 11,9% inferior a la registrada en el mismo periodo de la campaña 2020/21, que se situó en los 38,9 millones de hl. Se prevé una producción que puede oscilar entre los 39 y 40 millones de hl de vino y mosto, lo que supondría una disminución de en torno el 15% con respecto a la campaña anterior, que se cerró en 46,5 millones de hl de vino y mosto.

De esos 34,3 millones hl de vino producidos de agosto a octubre de 2021, 17,4 millones de hl (+0,3%) corresponden a vino blanco y casi 11 millones de hl, a vinos tintos y rosados (-16%).

En lo que se refiere a la producción de uva en los dos primeros meses de la campaña 2021/22, los datos del INFOVI la sitúan en los 4.041,8 millones de kilos, cifra un 7,4% inferior a los 4.366,7 millones de kilos registrados en los dos primeros de la campaña anterior.



VARIACIÓN DE EXISTENCIAS

A 31 de octubre de 2021, las existencias finales de vino y mosto eran de 66,8M hl (-8,1% o 5,8M hl menos).

Según los datos del INFOVI, las existencias finales de vino y mosto, a 31 de octubre de 2021 eran de **66,8M hl**, cifra un **-8,1% inferior** a la registrada a 31 de octubre de 2020. La media de las cinco últimas campañas, se sitúa en los 65,5 millones hl, luego los 66,8 millones hl de octubre de 2021 son un 1,9% superiores a esa media. De los 66,8 millones de hl, 60,5 millones hl corresponden a vino (-6,3%) y 6,3 millones hl, a mosto sin concentrar (-22,2%).

Por colores, de los 60,5 millones de hl de existencias finales de vino, 35,1 millones eran de vinos tintos y rosados (-3,9%) y 25,3 millones hl, de vinos blancos (-9,4%).

En cuanto al mosto sin concentrar, 1,5 millones hl era tinto y rosado (-6,4%) y 4,8 millones hl, blanco (-26,1%).

Por comunidades autónomas, Castilla-La Mancha se mantiene como la comunidad con mayores existencias finales, alcanzando los 30,37 millones de hl (45,5% del total de existencias de vino y mosto), seguida de Cataluña, con 6,94 millones de hl y de La Rioja, con 6,29 millones hl.

SALIDAS DESTILERÍA Y VINAGRERÍA

En octubre de 2021 se destinaron **183.283 hl (-18%)** a destilería y vinagrería. De agosto a octubre 2021, esta cifra se situó en los 361.729 hl (-64%), de los que 269.132 hl fueron a destilería (-70%) y 92.597 hl, a vinagrería (-15%).

En el mes de octubre de 2021 se destinaron 153.382 hl de vino a destilería (-14%) y 29.901 hl de vino, a la elaboración de vinagre (-33%). Si añadimos los datos de los meses de agosto y septiembre, en los tres primeros meses de la campaña 2021/22 se destinaron, **361.729 hl** de vino a **elaboración de alcohol y de vinagre**, cifra **un -64%** respecto a los tres primeros meses de la campaña anterior (-634.534 hl). De esos 361.729 hl, 269.132 hl (-70%) fueron a destilería y 92.597 hl (-15%), a vinagrería.

En los tres primeros meses de campaña se destinaron 361.729 hl a destilería y vinagrería (-64%). Se redujo un -70% lo destinado a destilería, ya que en el mes de agosto de 2020 se destinaron 636.000 hl, tras la entrada en vigor de una destilación de crisis, en junio 2020, para 2M hl.

ENTRADAS Y SALIDAS NACIONALES

La estimación de **consumo nacional** de vino en octubre de 2021, vuelve superar la barrera de los **10M hl**, después de 13 meses consecutivos por debajo.

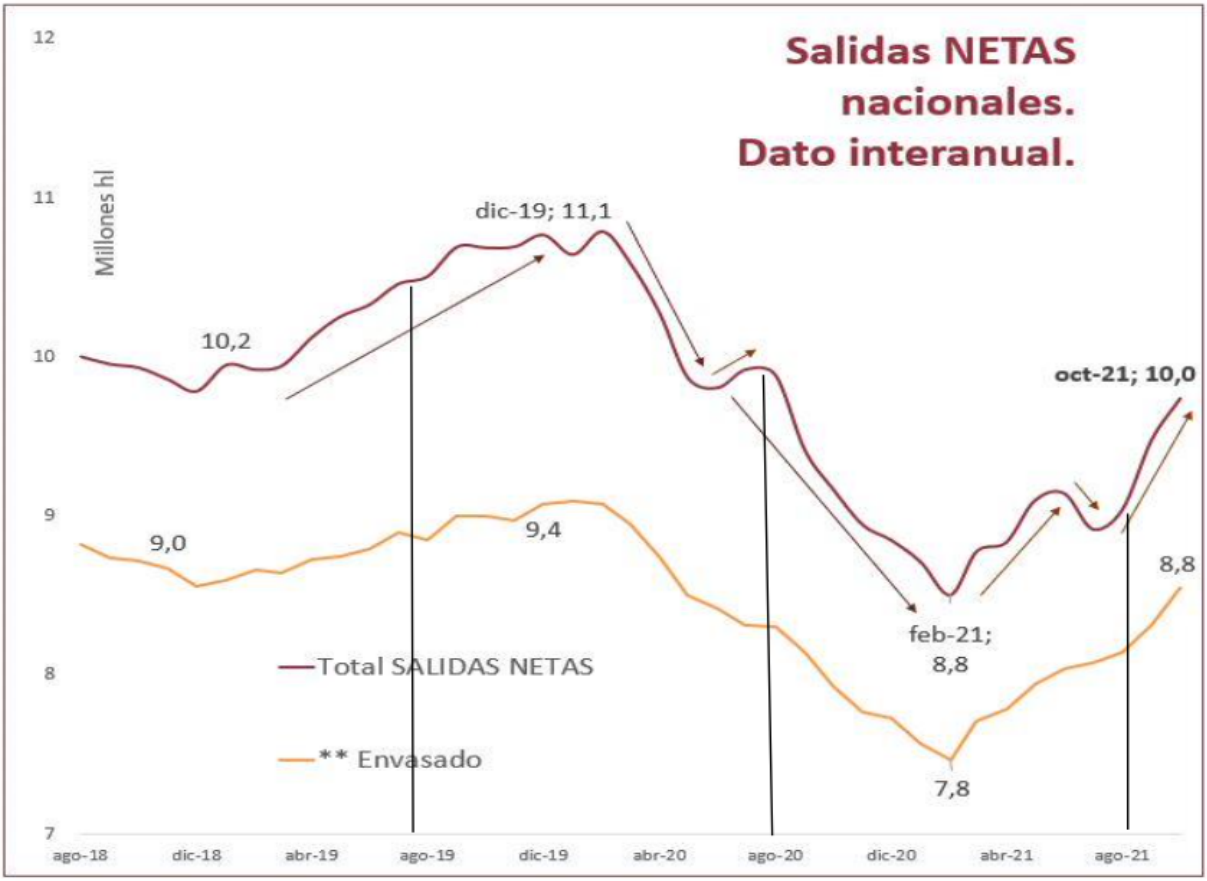
Según los datos del INFOVI del mes de octubre, repunta la estimación de consumo nacional de vino por tercer mes consecutivo, tras el descenso registrado en julio de 2021, que rompió la tendencia al alza registrada de marzo a junio de 2021. Se vuelven a superar los 10M hl, lo que no ocurría desde agosto de 2020.

En octubre de 2021, se redujeron un -14% las **entradas** de vino de origen nacional en las bodegas españolas, hasta situarse en los **2.005.474 hl**, reduciéndose también las **salidas** en un 2,2%, hasta los **2.921.974 hl**. Esta menor caída de las salidas hace que la diferencia neta entre ambos fuera un 39,5% superior a la registrada en octubre de 2020, hasta situarse en los **916.500 hl**.

La diferencia neta acumulada de los doce últimos meses y que utilizamos para realizar la estimación de consumo nacional de vino, se sitúa en el interanual a octubre de 2021 en los **10M hl**.

Esta estimación es un 6% superior a los 9,5M hl registrados en el interanual a octubre de 2020,

Crece, por tanto, la estimación de consumo en octubre de 2021, por segundo mes consecutivo, tras 16 meses consecutivos en negativo.



ENTRADAS Y SALIDAS NACIONALES

El gráfico de la página anterior, que recoge el dato interanual (doce meses) de la estimación de consumo nacional de vino, muestra una línea ascendente desde marzo hasta junio de 2021, bajó en julio de 2021, pero vuelve a repuntar en agosto, septiembre y octubre de 2021. En el interanual a octubre de 2021, la estimación de consumo nacional se situó en los **10M de hl**, cifra un 6% superior a la registrada en el interanual a octubre de 2020.

La estimación de consumo en octubre de 2021 vuelve a superar los 10M hl, tras 13 meses consecutivos por debajo. Es un 6% superior a la registrada en el interanual a octubre de 2020.

SALIDAS OPERACIONES PROPIAS

Seguimos los nuevos datos introducidos por el INFOVI a partir de esta campaña 2021/22, que se refieren a las salidas de vino en operaciones propias (utilizado, por ejemplo, para la elaboración de vinos aromatizados, vermuts, sangrías, etc).

En los tres primeros meses de la campaña 2021/22, se destinaron **313.248 hl** a este fin. De esa cantidad, 160.150 hl fueron vinos tintos y rosados y 153.098 hl, vinos blancos. Y de esos 313.248 hl, 234.217 hl correspondieron a productores de menos de 1.000 hl y los 79.031 hl restantes, a almacenistas.

IMPORTACIONES DE VINO EN ESPAÑA

En los dos primeros meses de la campaña 2021/22, las importaciones españolas de vino aumentaron un 76% en valor y un 4% en volumen, al aumentar el precio medio un +69%, por el aumento de los productos de mayor valor y caída del granel. Se situaron, en los 89.525 hl (+3.749 hl) y los 38,7 millones € (+16,7 millones).

Con datos de la AEAT actualizados a **septiembre de 2021**, las importaciones españolas de vino **aumentaron** en los dos primeros meses de la campaña 2021/22, un 76% **en valor** y un 4% **en volumen**, hasta los 38,7 millones de euros y los 89.525 hl, con un precio medio un 69% superior hasta los 432 €/hl.

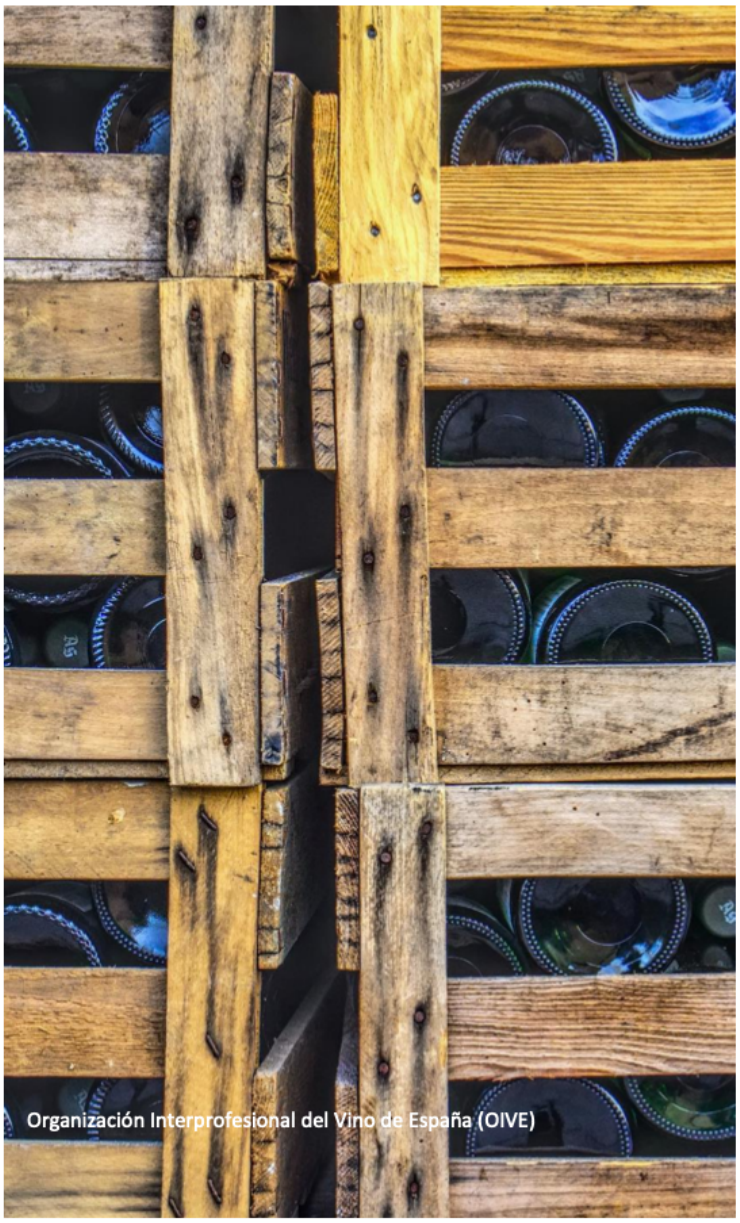
Este mayor aumento del valor respecto al volumen, se debe a que España ha aumentado sus importaciones de espumosos, vinos con DOP envasados, licor, aguja y BiB, de mayor valor añadido, y ha reducido sus compras de vino a granel (-34% en volumen), más económico.

Mayor aumento en valor (+76%) que en volumen (+4%) de las importaciones españolas de vino en los 2 primeros meses de la campaña 2021/22, por el aumento de las compras de espumosos y envasados y caída de los graneles. Se situaron en los 89.525 hl y los 38,7 millones €.

Organización Interprofesional del Vino de España (OIVE)

EXPORTACIONES DE VINO EN ESPAÑA

España exportó 0,7M hl más en los dos primeros meses de la **campaña 2021/22**, hasta los **3,9M hl** (+22%), facturando 52,9M € más, hasta los **468,3M €** (+13%).



Organización Interprofesional del Vino de España (OIVE)

Con datos de la AEAT disponibles hasta **septiembre de 2021**, observamos que fue el mejor mes de septiembre de la serie histórica en términos de valor y el quinto mejor mes de septiembre en volumen. Las exportaciones de vino se situaron en los 260,1 millones € (+12,5%) y los 2 millones hl (+20%).

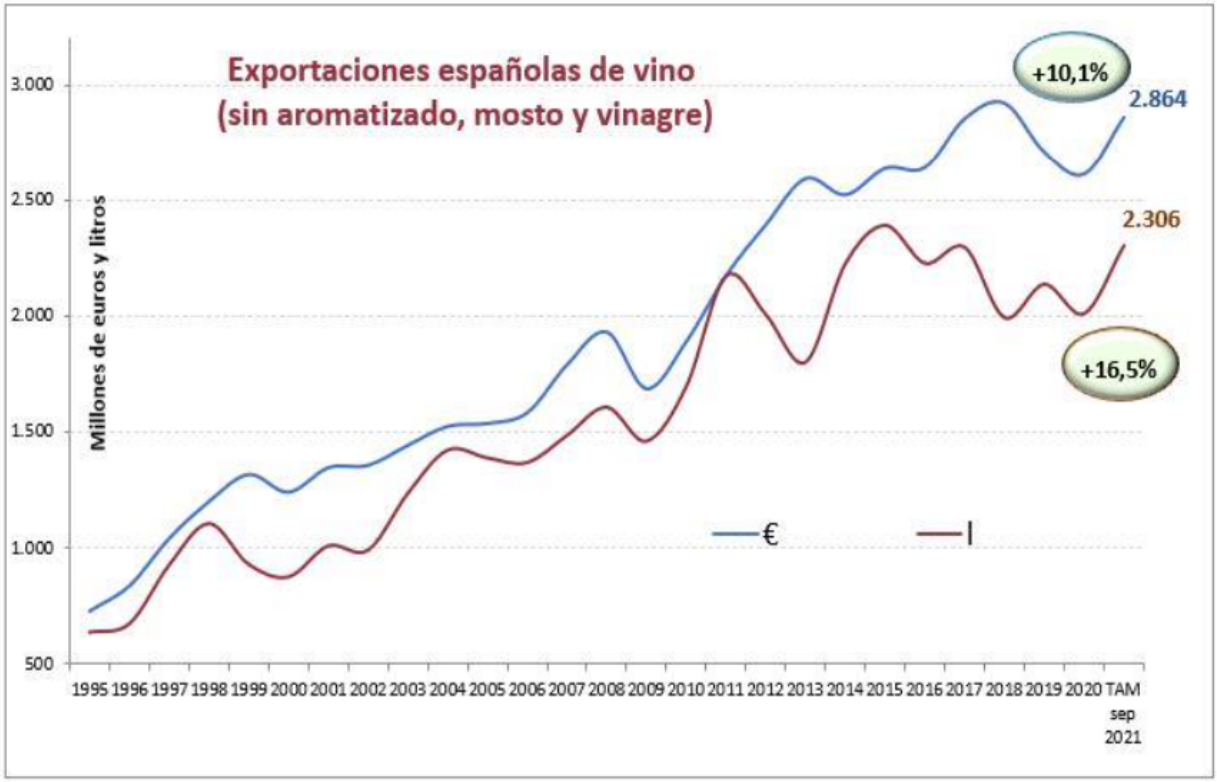
En términos absolutos, se exportaron 323.820 hl más y se facturaron 28,9 millones de euros más que en el mes de septiembre de 2020.

Estos datos positivos, junto a los registrados en los meses anteriores, elevan el crecimiento de nuestras ventas exteriores de vino, en los **nueve primeros meses de 2021**, un 13,3% en valor, hasta los **2.104,7 millones de euros** y un +20,2% en volumen, hasta los **17,5M hl**. millones de litros. Es decir, en estos tres primeros trimestres de 2021, España ha exportado 3M hl más, facturando 247,6 millones de euros más.

Por productos, en estos tres primeros trimestres de 2021, casi todos registran evolución positiva, salvo los vinos con IGP a granel, que pierden tanto en valor (-18%), como en volumen (-6%). También cayeron, en términos de volumen, los vinos espumosos (-4,6%) y los vinos con DOP a granel (-2,5%). Estas pérdidas se ven ampliamente compensadas por la excelente marcha de los vinos con DOP envasados (+15% en valor y +6% en volumen) y del resto de vinos tranquilos envasados, vinos de licor, de aguja y vinos varietales y sin ninguna indicación, a granel.

EXPORTACIONES DE VINO EN ESPAÑA

En cuanto al **dato interanual a septiembre de 2021**, España exportó **23,1 millones de hl (+16,5%)**, facturando **2.863,7 millones de euros (+10,1%).** Es decir, se exportaron 3,3 millones hl más y se facturaron, 261,7 millones de euros más.



Pueden ampliar la información sobre las **exportaciones españolas de vino, septiembre 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.

EL CORREO DEL VINO
• TODA LA ACTUALIDAD DEL VINO •

La D.O. Navarra elegida para organizar la X Edición del Concurso Internacional "Garnachas del Mundo"

• La localidad navarra de Olite será la sede de este prestigioso concurso en su décima edición, que se celebrará de 4 al 6 de mayo de 2022.

•Durante tres días, un centenar de profesionales nacionales e internacionales del sector vitivinícola catarán unas 1.000 Garnachas para seleccionar las mejores del mundo.

Olite, 13 de diciembre de 2021.- La D.O. Navarra ha sido elegida sede de la X Edición del Concurso "Garnachas del Mundo" (Grenaches du Monde), concurso internacional dedicado a esta variedad de uva y a sus terruños predilectos. Un centenar de profesionales nacionales e internacionales del sector vitivinícola (importadores, distribuidores, periodistas y sumilleres entre otros), se darán cita en la localidad navarra de

Santoral y frase del día 14 de diciembre de 2021

SAN JUAN DE LA CRUZ

El triunfo de un ideal moral se logra por los mismos medios inmorales que cualquier triunfo: la violencia, la mentira, la difamación y la injusticia. Friedrich Nietzsche

Olite del 4 al 6 de mayo, para catar más de 1.000 Garnachas y seleccionar las mejores del mundo.

La elección de Olite como sede del concurso viene a reafirmar el compromiso de la D.O. Navarra con la Garnacha, variedad emblemática de la región, con la que se elaboran excelentes tintos, rosados y blancos. "Para el concurso y su precursor, el Conseil Interprofessionnel des Vins du Roussillon, es un placer ver crecer la gran familia de las Garnachas del Mundo con Navarra como socio. En Olite hemos encontrado un aliado que comparte estos valores muy "garnachistas": generosidad, convivencia y amistad. No nos cabe duda de que la calidad de esta futura edición es muy prometedora", explica Fabrice Rieu, presidente del concurso.

"Estamos muy contentos de haber sido seleccionados para organizar este prestigioso concurso internacional. Este reconocimiento anima a las bodegas y viticultores de la D.O. Navarra a continuar con el esfuerzo y trabajo que vienen realizando para colocar a Navarra en el mapa mundial de la Garnacha, ya que hay estudios que afirman que esta variedad es originaria de Navarra", afirma David Palacios, presidente del Consejo Regulador de la D.O. Navarra.

"Garnachas del Mundo" es un concurso anual abierto a todos los vinos de Garnacha, sin restricción de color, origen o nacionalidad.

Con 163.000 hectáreas de viñedos, la Garnacha ocupa el séptimo lugar entre las variedades de uva más plantadas del mundo. Emblemática de los países mediterráneos, principalmente en España y Francia, ya que entre los dos países tienen casi el 90% de la superficie mundial de esta variedad. España, Francia e Italia son los tres principales países productores, pero la Garnacha es muy popular en todo el mundo: África del Norte y del Sur, Australia, América del Norte y del Sur, Croacia, Grecia, Líbano, etc. En España se cultiva principalmente en el Valle del río Ebro: Navarra, La Rioja, Aragón y Cataluña, aunque también en otras zonas como la Sierra de Gredos en Madrid.

Sobre "Garnachas del Mundo": creado en 2013 por el Consejo Interprofesional de los Vinos del Rosellón (CIVR) en Perpiñán, el concurso "Garnachas del Mundo" viaja por primera vez en 2016, con su primera edición trasladada en Campo de Borja, Aragón, luego a Cerdeña, Italia (2017) y a la Terra Alta, Cataluña (2018). El Concurso regresa a Perpiñán en 2019, y al año siguiente vuelve a viajar a Montpellier, en colaboración con los Vinos de Pays d'Oc, primer productor mundial de vinos rosados de Garnacha. En 2021, la pandemia obligó a dividir el evento en 4 catas sucesivas: Cebreros en España, Perpiñán y Chateauneuf-du-Pape en Francia y Ascoli Piceno en Italia.

Bizkaiko Txakolina presentó su nuevo Reglamento y el espacio formativo online Eskola

Las variedades Cabernet Franc, o Berdexaria, y Pinot Noir se incorporan como variedades autorizadas para la elaboración de txakoli tinto

Eskola está abierto a todas las personas que deseen saber más sobre la DO Bizkaiko Txakolina, su reglamento, historia, viticultura, enología y estilos de elaboración.

Leioa 13-12-21 El Consejo Regulador de la DO Bizkaiko Txakolina ha presentado las novedades incluidas en la modificación de su Reglamento donde se incorpora la categorización de los nuevos estilos de elaboración de las bodegas de Bizkaia. Asimismo, ha dado a conocer su proyecto Eskola, un espacio online abierto para

profundizar en el conocimiento del Txakoli.
Ambas presentaciones se llevarán a cabo en el marco de la segunda edición de la Bizkaiko Txakolina Enoteka, un evento en el que se cataron diversos txakolis de las bodegas adscritas a la DO.

MODIFICACIONES EN EL REGLAMENTO

El Consejo Regulador presentó las modificaciones que ha introducirlo en el Reglamento de la DO para adaptarlo a las nuevas necesidades de regulación que planteaban las distintas elaboraciones que vienen ofertando las bodegas en los últimos años, como resultado de su constante trabajo de investigación e innovación tanto en el campo como en la bodega.
Las variedades tintas Cabernet Franc, en euskera Berdexaria, y Pinot Noir, se incorporan en el nuevo Reglamento como variedades autorizadas sin limitaciones, según explicó Garikoitz Ríos, responsable de la Bodega Itsasmendi y miembro de la comisión que ha redactado la nueva norma. Según el propio Ríos el reglamento "debe ser la herramienta que facilite a los productores el camino para hacer mejor su trabajo, siempre dentro de los ámbitos de la calidad y la sostenibilidad", en los que Bizkaiko Txakolina es referente desde la fundación de la DO hace 27 años.
Garikoitz Ríos anunció también la desaparición de la limitación de altura para la plantación de los viñedos, establecida hasta ahora en los 400 metros, y la reducción de

la producción de uva por hectárea, que ahora queda en los 11.500 kilos para las variedades blancas, y los 9.500 kilos para las tintas. Esta reducción de la producción obedece a la búsqueda de la calidad del txakoli desde el inicio mismo del proceso en el campo.
La exigencia de graduaciones alcohólicas y acidez total mínimas en cada tipo de txakoli y algunos cambios en las notas de cata cons-

tituyen lo más novedoso de los cambios en el reglamento.

NUEVAS CATEGORÍAS

Garikoitz Ríos anunció también las novedades en cuanto a etiquetado y categorización de los txakolis. Así, próximamente saldrá a la luz un nuevo sistema de etiquetado Bereziak que diferencia estos dos estilos de los txakolis más clásicos. Podremos encontrar Bereziak blancos, rosados o tintos.
La modificación del nuevo reglamento recoge la nueva categoría de vinos especiales Apartak o Singulares, que da cobertura a la permanente evolución e innovación de los elaboradores inscritos incluyendo vinos obtenidos a partir de procesos de elaboración menos habituales. Además, la categoría de vinos especiales de vendimia tardía pasa de denominarse Uztagoienak o Última Vendimia con nuevos parámetros adaptados a las condiciones de nuestro medio natural.
Estas modificaciones atañen también a las variedades de uva aceptadas y a la graduación de los distintos txakolis entre otros parámetros.

BIZKAIKO TXAKOLINA ESKOLA

La técnica de promoción del Consejo Regulador, Maider Zalduondo, presentó el proyecto Eskola, una excelente oportunidad para que tanto los profesionales como los amantes de los vinos, puedan profundizar en el conocimiento de Bizkaiko Txakolina. Se trata de un espacio online en el que se estudiarán diversas facetas que atañen a la DO, tales como el Reglamento, la historia del Txakoli de Bizkaia, la geografía, el clima y los suelos, las diversas variedades de uva y su viticultura, la enología y los diferentes estilos de Txakoli de Bizkaia.
Cada apartado incluirá una presentación descargable y habrá un pequeño examen final que otorgará a quienes lo aprueben el título de Mezulari Txikia, de forma que se convierta en un embajador de Bizkaiko Txakolina por su conocimiento acreditado.
El proyecto Eskola se completará con una jornada anual presencial, donde los profesionales del sector completarán sus conocimientos del txakoli de Bizkaia con una formación presencial, donde además de la formación teórica, se visitarán bodegas y se realizarán catas. Así se formarán los Mezulari Nagusiak de Bizkaiko Txakolina.
La segunda edición de la Enoteka que Bizkaiko Txakolina ha celebrado esta mañana en San Mamés terminó con una degustación de diferentes txakolis elaborados por bodegas de la DO, maridados con Flores de Queso, una sugerente y novedosa forma de degustar este producto.

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

#barcelonawineweek
www.barcelonawineweek.com
Fira Barcelona
The spanish wine event
2nd edition
BWW
BARCELONA WINE WEEK
7-9.02.22
Recinto de Montjuïc
Palacio 8
Alimentaria Exhibitions

Utiel-Requena celebra una jornada de poda respetuosa con la viña

El Consejo Regulador dedica su XXIII Jornada Vinícola al 60 aniversario de la Escuela de Viticultura y Enología de Requena

El Director General de Agricultura GVA Antonio Quintana anunció la simplificación de los trámites ambientales en las bodegas pequeñas y la subvención para el viñedo para la técnica ecológica de la confusión sexual con feromonas

(Requena 13/12/2021)- La DO Utiel-Requena celebra su XXIII Jornada Vitivinícola 'Cómo podar vaso, cordón y guyot y no morir/matar en el intento' en Iglesia Santa María (Requena). La Jornada estuvo dedicada al 60 aniversario de la Escuela de Viticultura y Enología Félix Jiménez de Requena, cuyo campo de experiencias 'Los Coloraos' sirvió de escenario para la parte práctica a modo de taller de poda.

Tras la bienvenida del alcalde Requena, Mario Sánchez, que aportó por "seguir peleando por nuestra identidad", el presidente de la DO Utiel-Requena, José Miguel Medina, explicó que esta jornada servía para "aprender prácticas respetuosas con las viñas y aplicarlas". La poda es un proceso importante para regular el ciclo de la viña, "así que es momento de empezar a pensar cómo queremos que sean nuestros viñedos y vinos".

Le siguió Antonio Quintana, director general de Agricultura, Ganadería y Pesca, que anunció que el departamento agrario de la "Generalitat ha asumido la petición del sector vitivinícola para agilizar los trámites de carácter medioambiental que tiene que cumplimentar las bodegas de reducido tamaño". En Les Corts ya se han iniciado los trámites para realizar una modificación legislativa dirigida a lograr que para la obtención de la licencia de actividad sea válida la opción de tramitar la llamada "declaración responsable" para aquellos establecimientos agroalimentarios que sean microempresas y se encuentren en territorio LEADER según el Programa de Desarrollo Rural de la Comunitat Valenciana. Así, a este tipo de empresas les bastará con cumplimentar el referido trámite en lugar de acometer el proceso, más largo y complejo, que entraña la obtención de la denominada "licencia ambiental".
Agregó que "entendemos que este tipo de industrias contribuyen al desarrollo rural y a frenar el despoblamiento".
Quintana también aprovechó su intervención para destacar que la Conselleria de Agricultura ha aprobado un presupuesto dotado con 2,6 millones de euros para la adquisición y reparto entre los

agricultores de las trampas de confusión sexual a través de feromonas que se usan para combatir la plaga de la polilla de la vid de forma ecológica.

Charla y práctica con Gonzaga Santesteban y Julián Palacios

La charla 'Cómo podar vaso, cordón y guyot y no morir/matar en el intento' fue impartida por Gonzaga Santesteban, doctor ingeniero agrónomo de la Universidad Pública de Navarra, y Julián Palacios, viticultor e ingeniero agrónomo cuidador de viñas en Viticultura Viva. Ambos son autores del podcast http://lafiloxera.com/, muy recomendable para seguir aprendiendo sobre el tema.

Esta sesión de teoría de poda fue muy interesante para los asistentes, principalmente viticultores y enólogos de la DO Utiel-Requena. Ambos ingenieros aludieron en todo momento a razones de respeto a la viña y a su savia en el momento de la poda. Explicaron buenas prácticas de poda y procedimientos para diferentes casos reales en un modo divulgativo. "Un viñedo equilibrado es el que tiene bien repartido el vigor entre sus sarmientos", comentaron en un momento de la ponencia.

La parte práctica de la jornada tuvo lugar en la finca 'Los Coloraos', que es el campo de experiencias de la Escuela de Viticultura de Requena. Allí fueron recibidos los asistentes por el director de la Escuela, Pedro Navarro y la Diputada de la Escuela de Viticultura y Enología de Requena y Escuela de Capataces de Catarroja, y de Igualdad, Isabel García. También estaban presentes varios profesores de la escuela, entre los cuales se encontraba Nicolás Sanchez, que también impartió una parte práctica a los asistentes.

Rioja es la Denominación de Origen que más confianza genera en España

La Denominación de Origen Calificada Rioja se encuentra entre las 100 marcas que mayor confianza generan en España, según datos del estudio "Marcas de Confianza del Año 2021 en España. Top of Trust. Edición Marcas Españolas", elaborado por la firma iTRUST Country Brand Intelligence en alianza con el think tank MESIAS – Inteligencia de Marca España.

Según la investigación, que cuenta con más de 1.700 opiniones de consumidores y usuarios, Rioja se sitúa como la marca española que mayor confianza genera en España entre las denominaciones de origen en general y del sector del vino en particular, ocupando la posición 73 del ranking a nivel nacional.

Entre las 100 marcas que mayor confianza generan en España se encuentra también otra marca destacada del sector como Ribera del Duero, que ocupa la segunda posición entre las denominaciones de origen del sector y se sitúa en el puesto 90 del ranking nacional.

El estudio, que ha contado con la colaboración de investigadores de ICADE – Universidad Pontificia Comillas y de la Universidad CEU San Pablo, está liderado por Mercadona, Zara y El Corte Inglés.

El informe recoge las cien marcas que han recibido el reconocimiento de los consumidores y usuarios como 'Marcas de Confianza del Año 2021' en España, y forma parte de un conjunto de estudios y rankings que analizan la confianza que generan las empresas españolas y sus marcas, así como la imagen que proyectan y su nivel de reputación, tanto a nivel nacional como internacional.

¿EXPERTOS EN VINO? NO.
EXPERTOS
EN DISFRUTAR
Con_Vino
mejorconvino.com
EL VINO SOLO SE DISFRUTA CON MODERACIÓN
WINE in MODERATION
ELIGE | COMPARTE | CUIDA

EL CORREO DEL VINO
• TODA LA ACTUALIDAD DEL VINO •

SANTIAGO SEGURA INVITA A DESCUBRIR LOS "INCREÍBLES" VINOS DE LA D.O.P. CARIÑENA Y LOS "TESOROS" DE LA HOSTELERÍA Y LOS ALIMENTOS DE ARAGÓN

La Denominación ha resumido su campaña de apoyo al sector Horeca y de promoción de la Colección Premium "El Vino de las Piedras" en una cuidada publicación de la que se han editado casi 700.000 ejemplares, distribuidos en toda España, con un prólogo del famoso cineasta, que anima a descubrir los "fragantes y arrebatadores" Vinos de las Piedras y a maridarlos con los "auténticos tesoros gastronómicos" de Aragón y de sus restaurantes

El presidente de Aragón, Javier Lambán, resalta también la labor de la mayor y más antigua Denominación aragonesa: «Vender vino es algo más que vender un producto, es transmitir emociones de la tierra y de la vid y en Cariñena han sabido hacerlo de una manera única. Sus suelos pedregosos están llenos de vida y de historia y su marca 'El Vino de las Piedras' transmite muy bien sus valores»

DESCARGAR REVISTA

(Lunes, 13 de diciembre de 2021).- La Denominación de Origen Protegida Cariñena ha resumido las principales líneas de su campaña de apoyo a la hostelería aragonesa y de promoción de la Colección Premium "El Vino de las Piedras" en una cuidada publicación de la que se han editado casi 700.000 ejemplares, distribuidos en toda España, con un prólogo del cineasta y exconcursante de MasterChef Santiago Segura, que invita a descubrir sus "increíbles, fragantes y arrebatadores" vinos y a maridarlos con los "auténticos tesoros gastronómicos" de Aragón y de su hostelería.

La revista, de 56 páginas, se encartó este domingo en los principales diarios nacionales (El País, El Mundo, ABC, La Razón y Marca) y de la Comunidad Autónoma (Heraldo de Aragón y El Periódico

de Aragón). Además, se repartirá en los 43 restaurantes aragoneses que forman parte de la campaña, y que protagonizan sus páginas, así como en otros puntos de distribución como bodegas y el Museo del Vino de la D.O.P. Cariñena.
El conocido actor y director de cine, Santiago Segura, que ya fue prescriptor de la Colección en su presentación, ha escrito un delicioso prólogo en el que invita a conocer los vinos de Cariñena y los restaurantes y alimentos de Aragón, así como a combinarlos en un perfecto maridaje. Este es precisamente un eje principal de la campaña, que tiene el apoyo de la Dirección General de Promoción e Innovación Agroalimentaria del Gobierno de Aragón, y va de la mano de su promoción nacional "Aragón, alimentos nobles. Lo que ves, es".
En la revista se presentan los 12 exclusivos vinos de la D.O.P. Cariñena –seleccionados por el Master of Wine Pedro Ballesteros– que integran la Colección Premium 2021 y los 43 restaurantes aragoneses que participan en la iniciativa de la D.O.P. Cariñena de apoyo a la hostelería de la Comunidad. Cada restaurante propone una receta con una de sus especialidades. Se difunde así en toda España la cocina de establecimientos punteros de Huesca, Zaragoza y Teruel –varios con Estrella Michelín-, en un año especialmente difícil para el sector.
El autor de películas tan exitosas como las sagas de "Torrente" y "Padre no hay más que uno" agradece en el prólogo a la D.O.P. Cariñena haberle elegido como embajador de sus vinos y de la hostelería aragonesa en su nueva campaña nacional. En septiembre fue ya presentado como prescriptor de los Vinos de las Piedras, exitoso lema y marca con la que se conoce la producción de la mayor y más antigua Denominación de Aragón.

Santiago Segura narra su descubrimiento de los vinos de la D.O.P. Cariñena y la gastronomía de Aragón a través de amigos como Luis Alegre que «como sus productos, son magníficos embajadores de Aragón». «Para no romper la cadena, no dejéis pasar la oportunidad de probar las delicias y manjares que os ofrece la tierra aragonesa». El popular cineasta destaca la calidad de los Vinos de las Piedras «increíbles, fragantes y arrebatadores, comparables a los mejores caldos de las más afamadas bodegas» y asegura que todos los vinos que componen la Colección «me han parecido dignos de figurar» en ella.
Igualmente, resalta que como embajador de la D.O.P. Cariñena está descubriendo «auténticos tesoros gastronómicos que salen de los fogones de los restaurantes de Huesca, Teruel y Zaragoza» y anima a visitarlos: «Los restaurantes aragoneses van viendo crecer su reputación día a día, y estoy seguro de que os sorprenderán sus cartas». Segura se muestra convencido de que quien lo haga acabará como él, "enamorado de esta tierra, de esta gente y de sus productos".

JAVIER LAMBÁN: "CARIÑENA TRANSMITE DE MANERA ÚNICA LAS EMOCIONES DE LA TIERRA Y DE LA

VID”

La publicación incluye también una entrevista al presidente del Gobierno de Aragón, Javier Lambán, que resalta la labor de esta Denominación: «Vender vino es algo más que vender un producto, es transmitir emociones de la tierra y de la vid y, en este sentido, hay que reconocer que en Cariñena han sabido hacerlo de una manera única. Sus suelos pedregosos están llenos de vida y de historia y su marca ‘El Vino de las Piedras’ transmite muy bien sus valores».
Esta revista es la segunda que edita la Colección Premium «El Vino de las Piedras» dentro de esta campaña promocional. El pasado 17 de octubre lanzó un primer número, con amplia información sobre las características de los vinos que la componen y las bodegas que los elaboran.
Los vinos que forman la Colección Premium 2021 son: Particular Garnacha Blanca, Particular Viñas Centenarias Garnacha, 8.0.1, Sierra de Viento Ice-Moscatel de Alejandría Vendimia Tardía, Monasterio de las Viñas Blanco Selección, Monasterio de las Viñas Cariñena Viñas Viejas, Anayón Selección, Las Margas Garnacha Blanca, Las Margas Garnacha, El Gordo, Gabarda Excelsis, y Terrai Vendimia Seleccionada OVG.
Pertenecen a seis bodegas de la Denominación: Bodega San Valero, Grandes Vinos, Bodem, Ignacio Marín, Gabarda y Covinca.
Además. hasta el 26 de diciembre, la Denominación Cariñena difunde en el horario “prime time” de la televisión autonómica Aragón TV –tras el informativo de la tarde- un espacio diario de más de un minuto de duración resaltando la excelencia de los 43 restaurantes que participan en la campaña y otro sobre los 12 vinos de la Colección Premium. En estos audiovisuales, en los que participan los diferentes responsables de los restaurantes, así como Pedro Ballesteros y la actriz Norma Ruiz, se pone de manifiesto el perfecto maridaje entre la gastronomía aragonesa y los Vinos de las Piedras. Estos vídeos, junto con otros sobre las bodegas participantes y sus respectivos vinos, se pueden ver también en el canal de YouTube de la D.O.P. Cariñena, así como en sus redes sociales.
Otra de las novedades que presenta la Colección Premium 2021 es que por primera vez se puede adquirir en su conjunto –por un importe de 129 €, IVA y transporte incluido-, a través del teléfono 976 655 555 y del correo electrónico comercial@grupoelportal.com.
La Denominación atiende así las numerosas peticiones que hubo en este sentido en años anteriores, si bien sigue teniendo un carácter promocional, no comercial.

EL CORREO DEL VINO
• TODA LA ACTUALIDAD DEL VINO •

GRANDES ECOVINOS PRESENTADOS EN MADRID Y SAN SEBASTIÁN

Grandes Ecovinos de Oro y Ecovinos de Oro de la duodécima edición de los Premios Ecovino fueron presentados en el Centro Riojano de Madrid y una selección de los mejores Ecovinos de Rioja fueron catados en la Casa de La Rioja en Donostia

Ecovinos de Oro y Grandes Ecovinos de Oro presentados en Madrid
Algunos de los Grandes Oros y Oros de los XII Premios Ecovino fueron presentados en el Centro Riojano de Madrid (C/ Serrano, 25) el pasado 24 de noviembre, en una cata presentada por el presidente del Centro Riojano de Madrid, José Antonio Rupérez, y por Iñigo Crespo, secretario general del concurso y presidente de Cultura Permanente, asociación responsable del concurso internacional de vinos ecológicos y, también, de las Jornadas Universitarias del Vino Ecológico (JUVE).
Tras las presentaciones institucionales, la cata de los vinos premiados fue conducida por el profesor de Análisis Sensorial de Vinos de la Universidad de La Rioja y presidente del Jurado de los Premios Ecovino 2021, Antonio Palacios García.
De los trescientos vinos ecológicos que se presentaron a concurso en los Premios Ecovino 2021, en el Centro Riojano de Madrid se cataron los siguientes:
SF Rosado Monastrell 2020, Bodegas San Dionisio; Jumilla. Gran Oro.
Marqués de Riscal Verdejo 2020, Bod. Marqués de Riscal; Rueda. Oro.
Vega Vella Blanco Fermentado en Barrica 2018, Bod. Cornelio Dinastía; Rioja. Gran Oro.
Lezaun 0,0 Sulfitos 2020, Bod. Lezaun; Navarra. Premio LAFFORT al Mejor Ecovino Sin Sulfitos Añadidos; y Oro.
Generación 76 2020, Bod. Témpore; Bajo Aragón. Oro.
Los corrales de Moncalvillo 2018, Bod. Corral; Rioja. Oro.
Usoa de Bagordi Crianza 2018, Bod. Bagordi; Rioja. Gran Oro.
Los vinos fueron muy bien valorados por los participantes, en su mayoría sumilleres, prescriptores, enotecarios y distribuidores de vino. Luis Fernando Leza, secretario general del Centro Riojano, además de Ingeniero Agrónomo y Diplomado Superior en Viticultura y Enología, agradeció al profesor Palacios su "gran capacidad sensorial y descriptiva, verdaderamente inmejorable" y destacó las bondades de los vinos ecológicos degustados "de una gran calidad, en general, y de los de Rioja en particular". Los tres vinos de la DOCa Rioja (Cornelio Dinastía, Corral y Bagordi) ameritaron sus condecoraciones. En el caso de Los Corrales de Moncalvillo, dando esplendor a una variedad recuperada hace apenas unos años, muy minoritaria, conocida como "Maturana Tinta de Navarrete".
También valoró el mérito de los vinos sin sulfitos añadidos, como el de Bodegas Lezaun.
Por su parte, Javier Gila, presidente de la Asociación de Sumilleres de Madrid (ASM), vicepresidente de la Unión de Asociaciones Españolas de Sumilleres (UAES) y pentacampeón del Concurso de España de Sumilleres, comentó del Generación 76, de Bodegas Tém-

Iñigo Crespo, en la presentación de los Grandes Ecovinos en Madrid

pore, que es un tinto "muy frutal, muy limpio, expectorante; con un regaliz más rojo que negro; especiado, envolvente, graso; con tanino pronunciado que no molesta y le aporta nervio; vibrante y muy gastronómico".

Manuel Ubago, sumiller del restaurante Hevia y vocal de la ASM, elogió el Verdejo de Marqués de Cáceres, del que subrayó su "intensidad y untuosidad, con una agradable acidez y notas cítricas y de fruta tropical".

Carmelo Aunión, Director de HitCooking GastroMagazine, resumió la jornada afirmando que, tras una larga andadura, "los vinos ecológicos son ya sobresalientes", y que no son una moda, sino "una necesidad". Manifestó, además, haber quedado muy sorprendido con el rosado de Bodegas San Dionisio, por su complejidad, su finura y su originalidad.

Grandes Ecovinos de Rioja en San Sebastián

EcoMosto de Oro (izda.) y Grandes Ecovinos de Rioja presentados en la Casa de La Rioja en Gipuzkoa

Algunos de los mejores Ecovinos de Rioja de los XII Premios Ecovino pudieron catarse en la Casa de La Rioja en Gipuzkoa, ubicada en el céntrico Paseo de Salamanca de la capital donostiarra. En concreto, fueron los siguientes:

Cosmonauta en el Barranco del Agua 2020, El Mozo Wines.

Placet de Valtomelloso 2019, Palacios Remondo.

Carravalseca M. Carbónica 2020, Casa Primicia.

Recoveco Valcavada 2019, Gil Berzal.

Vega Vella Graciano 2019, Cornelio Dinastía.

Usoa de Bagordi Crianza 2018, Bagordi.

Todos ellos, galardonados con sendos Ecovinos de Oro, a excepción del Usoa de Bagordi Crianza 2018, que obtuvo un Gran Ecovino de Oro en la categoría de vinos tintos en contacto con madera, con un crianza muy tradicional, canónico, que, al mismo tiempo, agrada por su prevalencia frutal y su frescura, muy bien conservadas.

Además de los seis Grandes Ecovinos de Rioja, los asistentes pudieron degustar el EcoMosto de Oro 2021, que fue otorgado al Mosto Blanco Theresa Bio, de Bodegas EHD, de Socuéllamos (Ciudad Real). Algunos participantes lo calificaron de "auténtico; un mosto de verdad".

Los dos blancos resultaron ser muy complementarios, con elaboraciones radicalmente diferentes. El del Mozo Wines, un malvasía fresco, de gran acidez, divertido y moderno, fermentado en barrica, de un pequeño terruño de Lanciego. Y el Placet de Valtomelloso, del enólogo Álvaro Palacios, de Alfaro, un ejemplo modélico de elaboración clásica, domando la viura riojabajeña con una excelente madera que le aporta una gran complejidad y elegancia.

Por su parte, los tintos fueron también muy variados: desde la expresión frutal del carbónica de Casa Primicia hasta la finura y profundidad del Recoveco Valcavada de Gil Berzal, pasando por un delicioso monovarietal de graciano, de Cornelio Dinastía, impactante, y terminando con el Gran Oro de Bagordi, de Andosilla, en la Rioja Navarra, todo un clásico moderno elaborado con mimo, mucho respeto y gran acierto.

La próxima presentación de Grandes Ecovinos tendrá lugar el 27 de enero, a las 9.00 horas, en la Escuela Superior de Hostelería de Bilbao (ESHBI) y estará dirigida a alumnos y profesionales del sector vitivinícola. Más información en www.premiosEcovino.com.

La asociación Cultura Permanente da las gracias al Centro Riojano de Madrid, a la Casa de La Rioja en Gipuzkoa, a la ESHBI y a la Universidad de La Rioja, así como al Gobierno de La Rioja, el CPAER, el Consejo Regulador DOC Rioja, Laboratorios Excell Ibérica, Corchos M.A.Silva & Garzón, Laffort, Rivercap, Riojadhesivos, Siam, Verallia y Kupsa.

¡VinoEmpleo!

Ir a la página para leer más e informarse

Comercial Horeca

Grupo Faustino

En Grupo Bodegas Faustino buscamos un Comercial para canal Horeca en la zona de Málaga-Costa del Sol.

Bodeguero

¡VinoEmpleo!

BODEGA DE TARRAGONA (PRIORAT) BUSCA BODEGUERO CON EXPERIENCIA PARA SU BODEGA

Responsable Comercial

Bodegas Montalvo Wilmot-PAGO LOS CERRILLOS, selecciona Responsable Comercial con experiencia demostrable de al menos cinco años en puestos similares en el sector del vino

Enólogo/a

SELECTO

Interesante bodega de DO Ribera del Duero, precisa, para incorporar a su comité técnico del grupo bodeguero, Enólogo/a

QUE EMPIECE LA FIESTA

El estilo de Laurent-Perrier ha nacido de la visión de un hombre, Bernard de Nonancourt, quien a partir de los años 50 elabora Vinos de Champagne basados en la frescura, la pureza y la elegancia. Más allá del estilo, lo que define Laurent-Perrier es su papel de pionero, de innovador en Champagne, al servicio de la calidad de los vinos.

Laurent-Perrier Cuvée Rosé es la referencia de los champagnes rosados. Elaborado cien por cien con Pinot Noir, lo que le proporciona cuerpo y fuerza. Es el primero en usar una técnica de maceración, obteniendo una inigualable abundancia aromática.

PVP Botella: 75 euros IVA incluido PVP Magnum: 175 euros IV incluido

Laurent-Perrier Cuvée Rosé es la referencia de los champagnes rosados. El vestido de gala Mariposa simboliza el respeto por la naturaleza. Destacan los aromas frescos de frutos rojos.

Su funda, de quita y pon, se adapta todas las botellas de Laurent- Perrier Cuvée Rosé 750 ml.

PVP: 94 euros IVA incluido

La Maison presenta su caja de madera con dos de sus champagnes más emblemáticos. Blanc de Blancs Brut Nature, elaborado con Chardonnay, es distinguido por sus notas cítricas. Cuvée Rosé, pionero, líder y precursor desde el primer momento, 50 años después.

PVR : 190 euros IVA Incluido

Este cofre te invita a descubrir el champagne rosado de referencia, cuyos aromas a frutos rojos frescos, intensidad y frescura se desvelarán en la cata. Ideal para acompañar un postre elaborado a base de frutas exóticas.

PVP: 80 euros IVA Incluido

Más allá de los millésimes excepcionales, Grand Siècle recrea la añada perfecta, en cada nueva iteración. Con motivo de las fiestas de fin de año, Laurent-Perrier propone la puesta en escena de las mesas navideñas, el vestido de gala Soleil.

PVP: 189 euros IVA incluido

Vino exclusivo y muy elaborado que proviene de una selección rigurosa de las mejores parcelas. Alexandra Rosé Millésimé es una armonía de Grands Crus de Pinot Noir y de Chardonnay madurados a la vez.

PVP: 355 euros IVA incluido

Elaborado con Chardonnay cien por cien, sin licor de expedición añadido, que solo un perfecto dominio de Crus, las añadas, la crianza y la vinificación pueden obtener. Este vino excepcional se distingue por su pureza y notas cítricas.

PVP: 99.9 euros IVA incluido

Millésimé es la distinción de una añada excepcional, de la cual sólo una selección de Grands Crus de uva Chardonnay y Pinot Noir entrará en la composición de una futura iteración de Grand Siècle.

PVP: 59 euros IVA incluido

«La Cuvée» es un champagne de una gran finura y agradable frescor, obtenido tras un largo periodo de envejecimiento en bodega. Su caja con colores de navidad anima a compartir entrañables momentos como un aperitivo.

PVP: 44.5 euros IVA incluido

Lías Malvasía Volcánica, el blanco de guarda de El Grifo que mejora con el tiempo

Rompiendo esquemas y desde 2010, la bodega más antigua de las Islas Canarias elabora un vino de guarda de larga duración, 5-6 años mínimo, que demuestra que los vinos de Lanzarote sí tienen gran vida más allá del año

Madrid, diciembre de 2021.- Durante décadas, en las Islas Canarias se extendió la creencia de que el vino debía ser consumido en el año. En El Grifo, sin embargo, dicha afirmación despertaba dudas o al menos la curiosidad de qué sucedería si no fuera así. Acostumbrados a experimentar y a hacer frente a las barreras que impone el llamado 'viñedo de lo imposible', en el corazón de La Geria, ya en 2010 decidieron hacer la prueba y elaborar un vino blanco seco de guarda de larga duración, esto es, 5-6 años mínimo. La uva elegida fue la malvasía volcánica, que por su elevado grado y acidez natural a todas luces era perfecta. Y lo es. El vino Lías Malvasía Volcánica, una de las referencias más premiadas nacional e internacionalmente de la bodega fundada en 1775, confirma que hay vida más allá del primer año, larga y espectacular vida.

La uva procede de cuatro viticultores de Tinajo (Mª Delia H., Mª Elena L., Mª Teresa M. y Ramón Q.) y fue vendimiada el 25 de julio de 2019. Los racimos se trasladaron el mismo día a la bodega en cajas de 18-20 Kg., y se guardaron en la cámara climatizada hasta el día siguiente, cuando se introdujeron, sin despalillar, en la prensa. El mosto, tras un desfangado estático de 24 horas, inició la fermentación con las propias levaduras de El Grifo. Finalizada la fermentación, la mitad de la partida se introdujo en barrica de roble francés de 500 litros, manteniendo la otra mitad en depósito. Se batonearon durante tres meses tanto las barricas como el depósito para mantener las lías en suspensión. Tras el ensamblado de ambas partidas se continuó el batonaje en depósito hasta su clarificación y posterior embotellado, que se realizó el 23 de abril de 2020. Desde entonces permanece en botella.

Complejo y elegante, Lías Malvasía Volcánica destaca por un color verde limón con ligeras tonalidades doradas, fruto de la crianza, limpio y brillante. En cuanto al aroma, es un vino en evolución, por tanto, de intensidad media-alta. Recuerda a fruta fresca, cítrica como la cáscara de naranja y tropical, como el maracuyá y el mango. También se perciben flores -azahar, jazmín, violeta-, hinojo y aromas complejos como el sílex o el pedernal -fósforo-. La autolisis de las levaduras recuerda aromas de panadería y levadura. Además, la crianza en botella favorece aromas de frutos secos, miel y caramelo.

En boca, tiene volumen, paso largo, untuoso, acidez natural muy marcada, frescura cítrica, notas minerales y ligeramente salinas. Final persistente. Marida con aperitivos, quesos, encurtidos, pescado, mariscos y carne blanca. Sin duda, un magnífico blanco, con gran personalidad, fiel reflejo del tesón del viticultor y del empeño de las personas que conforman El Grifo por obtener vinos únicos.

Premios

2021. Mondial Des Vins Extremes-CERVIM (Italia). Oro.
2021. Concours Mondial Bruxelles. Oro.
2021. Berliner Wein Trophy (Berlín). Oro.
2020. Concours Mondial Bruxelles. Plata.
2020. Mondial Des Vins Extremes-CERVIM (Italia). Oro.
2020. Berliner Wein Trophy (Berlín). Oro.
2019. Mondial Des Vins Extremes-CERVIM (Italia). Oro.
2019. Berliner Wein Trophy (Berlín). Oro.
2019. Vinalies Internationales (Francia). Plata.
2019. Bacchus (Madrid). Plata.
2019. Vinistra (The World of Malvasía). Plata.
2019. Citadelles du vin (Francia). Plata.
2018. Citadelles du vin (Francia). Oro.
2017. Vinistra (Croacia). Oro.
2017. Mundus Vini (Berlín). Plata.
2016. Vinistra (The World of Malvasía). Oro.
2016. Mundus Vini (Berlín). Plata.
2016. Bacchus (Madrid). Plata.
2015. Vinistra (The World of Malvasía). Oro.
2015. Bacchus (Madrid). Oro.
2014. Les Citadelles du Vin (Burdeos). Oro.
2014. Vinistra (The World of Malvasía). Plata.
2014. Monde Selection (Bruselas). Plata.
2014. Vinalies Internationales. Plata.
2014. Mundus Vini (Berlín). Plata.
2014. Bacchus (Madrid). Plata.
2013. Zarcillo (Valladolid). Plata.
2013. Citadelles du Vin. Plata.
2013. Concours Mondial Bruxelles (Bratislava). Plata.
2013. Vinistra (The World of Malvasía). Oro.
2013. Monde Selecction. (Bruselas). Plata.
2012. Bacchus (Madrid). Oro.
2012. Challenge International du Vin (Bourg-Bordeaux). Bronce.

Lías Malvasía Volcánica El Grifo PVP: 22 euros

El vino de la semana

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

HEREDAD 26 MENCÍA 2020
HEREDAD MORÁN & LÓPEZ
BODEGAS Y VIÑEDOS

D.O. Bierzo

Variedad: 100% Mencía

Crianza: no - vino joven

Consumo óptimo hasta 2023

Comentario de cata:
Rojo cereza con ribete picota y capa media. En nariz sobresale el recuerdo de fruta roja y de hueso (cereza), sutil toque floral y de hierbas aromáticas. En boca es goloso de entrada, con fruta roja y sutil compota. El tanino está bien pulido y aporta carnosidad. en retrogusto sobresale la fruta. Un vino fácil de beber.

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

EL CORREO DEL VINO
• TODA LA ACTUALIDAD DEL VINO •

EL CORREO DEL VINO
• TODA LA ACTUALIDAD DEL VINO •

Los enólogos argentinos deben hacer más para usar el agua sabiamente, dice el jefe de la cooperativa

Los enólogos argentinos deben cambiar y mejorar sus hábitos de consumo de agua, según un miembro de la cooperativa vinícola.

Mauricio Castro de VinoDinámicos, un grupo sin fines de lucro de 10 productores orgánicos y biodinámicos con sede en Mendoza, dijo a Forbes que era vital que los productores cambiaran la forma en que regaban sus cultivos de uva. "La industria vitivinícola no tendrá más remedio que mejorar su uso del agua tratando de reemplazar el riego por inundación por riego por goteo", dijo, y agregó que la ruta del canal de agua entre los Andes y las fincas debe mantenerse adecuadamente, y que el Grupo VinoDinamicos había notado una disminución "significativa" de las nevadas en los

La mayor parte del agua que suministra los viñedos argentinos proviene de las altas montañas en forma de glaciares y nevadas derretidas, y en los últimos años los productores han observado un cambio en la cantidad de agua disponible en las aguas subterráneas y para fines agrícolas como resultado del cambio climático. "El agua es el principal recurso que necesitamos proteger", confirmó Anne Bosquet, presidenta de Domaine Bousquet en Gualtallary en el Valle de Uco, y agregó que el agua se había convertido en un recurso limitado y, como resultado, la nueva innovación era importante.

La preservación del agua es un problema apremiante que abordamos a través de tecnologías sostenibles como el riego por goteo y las plantas de tratamiento de agua de alto rendimiento que reutilizan el agua del proceso de elaboración del vino.

Desde su fundación en 1999, Domaine Bousquet ha utilizado métodos de producción orgánicos y biodinámicos. "Esto nos permite preservar la calidad, la salud y la biodiversidad de nuestros suelos y ecosistemas, que posteriormente pueden absorber mayores cantidades de CO2 que los suelos cultivados convencionalmente", agregó.

El aumento de las temperaturas podría hacer que el 85% de las regiones se vuelvan inviables para el cultivo de la vid a menos que los productores cambien a variedades alternativas

Un aumento de temperatura de 2 °C podría reducir más a la mitad las regiones adecuadas para la producción de uva de vinificación (56%), mientras que un aumento de 4 °C podría hacer que el 85% de las regiones se vuelvan improductivas según un estudio reportado en procedimientos de la Academia Nacional de Ciencias.

Sin embargo, cambiando a variedades alternativas más adecuadas para el aumento de las temperaturas, las pérdidas podrían reducirse a la mitad y un tercio, respectivamente. En nuestra trayectoria actual, las Naciones Unidas han predicho que las temperaturas podrían aumentar hasta 4,4 °C para finales de siglo.

Fortuitamente, la necesidad de que los productores de vino amplíen su oferta de vino más allá

de variedades tradicionales como Cabernet Sauvignon y Merlot coincide con el creciente deseo de los consumidores de probar nuevos vinos.

Según el informe 2021 del estado de la industria vitivinícola del vicepresidente ejecutivo de Silicon Valley, Rob McMillan, la tasa de crecimiento de Chardonnay ha sido negativa durante dos años consecutivos, mientras que Merlot ha caído un 10%. E incluso las regiones vitivinícolas más profundamente conservadoras están teniendo que repensar sus estrategias de siembra. Este año, el Instituto Nacional de Origen y Cualita de Francia (INAO) aprobó oficialmente seis nuevas variedades de uva para Burdeos, todas las cuales son relativamente poco conocidas. Incluyen a cuatro rojos Arinarnoa, Castets, Marselan y Touriga Nacional, mientras que los dos blancos son Alvarinho y Liliorila.

El Consejo del Vino de Burdeos describió la decisión como "la culminación de más de una década de investigación por parte de científicos y productores de vino de Burdeos para abordar el impacto del cambio climático a través de medidas altamente innovadoras y ecológicas".

Sin embargo, en los Estados Unidos, donde la vinificación está menos regulada, las marcas todavía tienen que cultivar no solo uvas adecuadas para la región en la que se plantan, sino también las que venderán. Y hasta que el cambio de las preferencias de los consumidores cambió los planes de plantación, lo que significaba que las variedades más familiares dominaban la escena del vino.

Un enólogo que ha visto por sí mismo cuánto ha cambiado el clima en los 30 años que ha estado produciendo uvas es Tom Gamble, propietario de Gamble Family Vineyards, con sede en Napa. Ha comenzado a experimentar con pequeñas parcelas de variedades que rara vez se cultivan en el condado, como Syrah y Malbec, y el knwoonwoon menor Koshu y Ambulo Blanc, que Gamble cree que son la primera vez que se plantan sobre una base comercial en el país. Ambulo Blanc es un 97% Vitis vinifera, mezclada con dos especies nativas de América del Norte - Vitis arizonica y Vitis rupestris - y fue creado para producir vides de uva resistentes a la enfermedad de Pierce. Koshu es una uva de vino blanco japonesa que es resistente al moho.

"Si no seguimos empujando fronteras, no crecemos", dijo Gamble a Wine Industry Advisor. El Ambulo y Koshu muestran promesa. Puede que no funcionen. Pero tal vez uno sea fantástico".

Mientras tanto, Larkmead Vineyards, es decir, en Napa, ha dedicado tres acres al patrimonio de California y a las variedades mediterráneas, incluidas Petite Sirah, Aglianico y Touriga Nacional, como setos contra el cambio climático. El enólogo Avery Heelan dijo que estas variedades fueron elegidas por las diferentes cualidades que aportan. Por ejemplo, Charbonon tiene una piel muy gruesa y un alto contenido fenólico ayuda a extender el período de cosecha más allá del Cabernet para permitirles alcanzar la madurez, mientras que Agilanico puede contener taninos muy altos y también una alta acidez, por lo que le va bien en climas cálidos y secos donde puede disfrutar de un largo período de maduración

El vino con soda resucita de la mano de los millennials

Una herejía para los puristas, para los jóvenes en plan de fiesta, el trago del cool del momento. Y ahora, las marcas apuntan al vino con soda.

Lejos de la copa cristal y los salones silenciosos de cata, el vino vibra en algunas noches al ritmo de la música y las burbujas de soda que ascienden por los vasos. Se trata, claro está, del viejo y querido sodeado: un vino al que para bajarle la graduación, refrescarlo y ponerlo en la boca, nada más hace falta un buen chorro de soda fría y unas rocas de hielo.

Una pesadilla para los sommelier y la plana especializada que solo aprecia el vino cuando se sirve de la forma “adecuada”. Sin embargo, el vino con soda es una movida que viene creciendo y que comienza a hacer ruido fuera de las paredes del boliche.

¿El dato? La movida más cool de Mendoza en este momento son las fiestas llamadas Club

del Sodeado, que arrancaron hace tres años como una movida under y ahora llenan boliches todas las semanas. Por supuesto: el trago más consumido no es otro que el vino con soda.

Es curioso: mientras que en la otra punta del negocio, en las vinotecas de roble y tuneo estético, el asunto se pone difícil cuando no oscuro, entre los quebrantos y desfalcos que dejó el último trimestre de 2017 por la caída del consumo, en el otro extremo del negocio revive con festejada efervescencia. Entre esos polos no tarda en tensarse la cuerda.

A raíz de ello, en la última semana circuló por whatsapp un audio viral. En él, se escucha a un propietario de restaurante –cuyo nombre no trascendió– quejarse de cómo la industria del vino apuntó sólo a premiumizarse y dejó al consumidor de carne y hueso fuera de la mesa. Dice, entre otras cosas, "toda la estrategia comunicacional y de marketing de los vinos como industria fue de lo peor que yo haya visto en mi vida. Tomaron una bebida popular y la llevaron a un lugar de conchetos, a un lugar de polistas, a un lugar inaccesible. A la gente que había tomado vino toda la vida le decían que estaba mal, que no lo podían cortar con soda, que no podían tomar con hielo, que no lo podían tomar frío".

Matizando algunos términos, es difícil no estar de acuerdo con el comentario. Pero como todos los consumos populares de raíz genuina, el vino con soda no murió y goza de nueva salud.

Marcas a medida

Mientras que en 2016 aperció una marca llamada Sodeado, que venía en botella de plástico y ya mezclado con soda, ahora acaba de salir a la venta un vino hecho y derecho que está pensando para beberse con soda. Se llama Hollywood y viene en Bag in Box de tres litros ($450). El concepto es simple: "un tinto frutado, de frescura media y cuerpo medio al que le viene genial un chorro de soda", explica Lis Clément, creadora de la idea. El vino va a la heladera y queda siempre frío.

Inspirado en el Club del Sodeado, al que Clément observó con detalle, Hollywood es una marca pensada para el consumidor joven que no comprende, ni le interesa, el universo del vino tal y como lo plantea la industria. Ahí no hay terruño, no hay varietal, no hay ninguna otra cosa que no sea una bebida refrescante y sabrosa para quitar la sed. Vino con soda y punto.

Hollywood no es la única. En los últimos años otras marcas apostaron por desestructura el a veces rígido mundo del vino. Ahí están Norton Cosecha Tardía con sus tragos de espíritu tropical, Aimé que propone poner el acento en la que te gusta, y Dadá cuyas burbujas edulcoradas conmueven a paladares jóvenes.

De hecho, así como el Fernet es para para los jóvenes una bebida de códigos muy simples, el Fantino –la versión de tinto + gaseosa de naranja– genera también un consumo de culto entre los jovenes de clase media que salen a bailar y hacen las previas en sus domicilios.

Así las cosas, mientras que el negocio del vino se achica por la caída del consumo -2017 marcó un nuevo récord, con 20 litros per cápita según diversas consultoras privadas– y el bebedor encuentra el gusto ocasional de una buena botella para los fines de semana, en el otro extremo del negocio bullen formatos insospechados con plena salud.

Entre el vino con soda y el fantino, hay una efervescencia que observar. Consumos genuinos y de códigos propios que ponen nueva vida al vino.

Fuente: https://vinomanos.com/2018/02/la-vuelta-del-vino-con-soda/

SECTOR DEL ACEITE

EL CORREO DEL VINO
• TODA LA ACTUALIDAD DEL VINO •

"El adelanto de la campaña de recolección de aceituna a octubre y noviembre ha venido para quedarse"

Cristóbal Cano, de UPA, celebra el compromiso del sector olivarero con la calidad

El responsable de la Sectorial de Olivar y Aceite de UPA y secretario general de UPA Andalucía, Cristóbal Cano, ha afirmado que el sector olivarero ha cambiado la tendencia y la constante apuesta por la calidad ha consolidado un cambio generalizado en Andalucía.
El adelanto de la campaña de recolección a los meses de octubre y noviembre ha venido para quedarse a tenor de los magníficos resultados corroborados por la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA), lo que lleva a cerrar el mejor mes de noviembre en cuanto a producción de aceite de oliva se refiere desde 2015, con 276.181 toneladas. Respecto a la comercialización, se obtiene una cifra de ventas buena con 132.000 toneladas en noviembre para unas ventas totales de 254.400 toneladas desde el comienzo de la campaña.
Para Cano, "nos encontramos ante una nueva mentalidad en el sector productor, que apuesta claramente por la calidad y por el adelanto de la cosecha al momento óptimo de las aceitunas. Está claro, y las cifras del mes de noviembre lo confirman, que los olivareros nos hemos dado cuenta de que los aceites tempranos, especialmente los que proceden del olivar tradicional, son de una alta calidad y, por lo tanto, pueden obtener un valor añadido en la comercialización.
Y ese adelanto de cosecha se ha consolidado en Andalucía y, sobre todo, en la provincia de Jaén, lo que nos lleva a mirar con optimismo el futuro más inmediato de cara a la continuidad de los precios en origen por encima de los costes de producción en el olivar tradicional".
En lo que va de recolección, hay una producción acumulada de 327.406 toneladas de aceite, un 15,8% más que el pasado año, con unas existencias totales de 529.200 toneladas si sumamos el enlace de campaña. "Es muy relevante comprobar que, un año más, la producción y la comercialización gozan de muy buena salud en este comienzo de campaña.
Los productores sabemos que el consumidor está valorando cada vez más el aceite de oliva como la mejor grasa vegetal que existe en el mundo y eso hace que se apueste por generar una mayor rentabilidad adelantando la recolección y produciendo aceites virgen extra de la máxima calidad. Estos datos reflejan la mayor confianza que tenemos en el sector olivarero y nos hace tomar conciencia de que podemos ser capaces de marcar el futuro inmediato de los precios en origen, que no pueden tener otra tendencia que el alza", concreta Cristóbal Cano.
"Se vuelve a demostrar que el sector olivarero español será determinante en la producción y en la comercialización mundial. Además, reforzamos la apuesta por un aceite de oliva virgen extra de calidad, diferenciado y con valor.
Y si a esto añadimos la definitiva eliminación de los aranceles impuestos por Estados Unidos; así como la aprobación de la Ley de la Cadena y del decreto de Calidad, creo que nos encontramos en el mejor camino posible para que los precios en origen se estabilicen en torno a los 3 euros como están ahora mismo", concluye el responsable de la Sectorial de Aceite de UPA y secretario general de UPA Andalucía.

¿Qué ha ocurrido en el mercado del aceite de oliva tras la pandemia de COVID?

El coronavirus, al margen de incorporar en la compra diferentes productos, también produjo cambios en la selección de aquellos que forman parte de la cesta de la compra

El hecho de que la pandemia nos obligara a estar en casa hizo que cambiaran nuestros hábitos de consumo. Al margen de incorporar en nuestra compra diferentes productos, también se produjeron cambios en la selección

de aquellos que forman parte de la cesta de la compra diaria como es el aceite de oliva. "Se produjo una sofisticación del consumidor que al no poder comer fuera ni frecuentar bares ni restaurantes, destinó una mayor cantidad de dinero a escoger y consumir elementos y productos de un segmento más alto que el que consumían de forma habitual", comenta Juan Vilar, analista oleícola internacional y consultor estratégico. "Esto hizo que, en el caso de los aceites de oliva, se decantaran por la categoría virgen extra en detrimento de los virgen y refinados".

En este sentido, Luis del Real, director Global de Investigación Comercial y Shopper de Lactalis comentó: "El aceite de oliva en nuestro país tiene un patrón muy asociado al consumo en el hogar. Una buena parte de la hostelería se rige por criterios de costes bajos y suelen utilizar grasas más baratas para cocinar, en cambio en casas nos gusta disponer de un aceite de oliva tanto para su consumo en frío como para cocina con él, por lo que la categoría se vio muy favorecida durante el confinamiento". A lo que Ricardo Alcón, Client Development Manager en NielsenIQ España añadió: "Todo esto tuvo una consecuencia adicional que favoreció a productos de mayor valor añadido como el AOVE debido a que al quedarse una parte del presupuesto liberado para consumir en el hogar nos permitió dar un salto cualitativo en diversos productos como es el aceite que crecieron por encima de la media en el consumo de los hogares".

"El lockdown que se estableció en prácticamente todos los países occidentales y la incertidumbre en el consumidor, llevaron a otros dos efectos: una primera reacción inmediata da acaparamiento de productos básicos, desde el famoso caso del papel higiénico hasta el aceite de oliva, que dependiendo del país y la categoría vimos crecimientos semanales de las venta de entre un 30% y un 70% respecto al año anterior y, durante los siguientes meses del año y en los confinamientos posteriores, las ventas en el canal de alimentación crecieron entre un 10 y un 40% según la categoría", añadió Ricardo Alcón.

El precio, el gran caballo de batalla

Sin embargo, a pesar de ese crecimiento que produjo la pandemia, tras la misma, el consumo del aceite de oliva volvió a bajar. "Una vez que volvemos a recuperar ciertas rutinas de consumo, como es volver a la hostelería, devolvemos la "cuota prestada" del consumo en el hogar", comenta Ricardo Alcón. "Efectivamente hemos vuelto al punto de partida y el consumo de aceites de aceites de oliva vírgenes extra que se producía en el hogar ha sido sustituido por otros aceites consumidos mayoritariamente en restauración", añade Juan Vilar. "En España el consumo per cápita de aceite de oliva es muy alto y difícil de mantener, por eso a largo plazo tiene una ligera tendencia a caer que funciona con dientes de sierra, según el precio de cada temporada. Sin embargo, en países con bajo consumo como Estados Unidos y Europa central y del norte, la comercialización del aceite de oliva va muy bien", puntualiza Luis del Real. Y añade: "Más allá de estas cuestiones geográficas, hay una tendencia de fondo por mejorar la salud y buscar alimentos más sanos. Creo que la pandemia ha hecho que la sociedad sea aún más sensible a las cuestiones de salud. Este es un eje de crecimiento que claramente favorece la venta del aceite de oliva a largo plazo".

Todo esto hace pensar que, a pesar de la subida durante la pandemia, el aceite de oliva extra virgen todavía le hace falta más recorrido y parte de ese problema depende en gran medida, como admiten los expertos en el precio. "Ese factor es muy importante y especialmente relevante si tenemos en cuenta que los aceites se encuentran entre las primeras familias de productos de gran consumo en términos de gasto para los hogares españoles. Cualquier cambio en los precios impacta directamente en la cesta de la compra, sin sustitutivos en otras familias o categorías", asegura Luis del Real. "Los consumidores son conscientes de que la mejor calidad nutricional y organoléptica es la del aceite de oliva virgen y, aunque en los productos básicos, como este, la elasticidad de la demanda a cambios de precios es menor que en los productos más sofisticado, sigue siendo relevante, de tal manera que un incremento de precio de la categoría del 10% nos llevaría a un descenso de ventas del 7%", añade Luis del Real. Por su parte, Juan Vila apuntó que tampoco hay que perder de vista que "España es el país que con mayor producción de aceites de oliva lampantes y que cuenta con mayor número de refinerías del mundo, lo que hace que esos aceites formen parte de una costumbre de uso arraigada. Los aceites de oliva vírgenes han contado con muchos adeptos en las últimas décadas, pero aún los refinados superan levemente a los vírgenes y la falta de categorización y denominaciones de los aceites de oliva no es clara, por lo que hace que no sea entendido de forma sencilla por todos los consumidores".

Ricardo Alcón, Luis del Real y Juan Vilar serán algunos de los expertos que estarán presentes en la World Olive Oil Exhibition que se celebrará en IFEMA Madrid los días 8 y 9 de marzo de 2022 y que supone en punto de encuentro entre los países productores, consumidores y empresas adyacentes en torno al aceite de oliva a nivel mundial que buscan consolidar su negocio.

BIRRA OLEA, UNA CERVEZA ITALIANA ELABORADA CON HOJAS DE OLIVO

Un productor italiano de cerveza local se ha asociado con los olivicultores de la Confederación Nacional de Agricultores Coldiretti, la mayor asociación de agricultores en Italia, para producir, cerca de Roma, una cerveza en la que las hojas de olivo son el ingrediente clave.

Así lo recoge la publicación estadounidense especializada Olive Oil Times en un artículo firmado por Paolo DeAndreis, añadiendo que Birra Olea está hecha de hojas de olivo locales procedentes del este del Lacio, una zona que actualmente está luchando para recuperarse de una larga serie de terremotos que arrasaron pueblos enteros y destruyeron la mayor parte de la economía local hace cinco años, por lo que los lugareños ven el anuncio de esta iniciativa como la posibilidad de un nuevo comienzo.

Desde la Confederación Nacional de Agricultores, Coldiretti, explican que la producción de la cerveza requiere cientos de kilogramos de hojas de olivo, que en este caso proceden directamente de la poda de los árboles situados cerca de la cervecería, por lo que consideran que se trata de un verdadero ejemplo de economía circular en un campo que es una especialidad local.

Por su parte, Claudio Lorenzini, propietario de la cervecería Alta Quota, en la localidad italiana de Rieti, en la región del Lacio, e impulsor del proyecto de Birra Olea, explica: «En los últimos años hemos trabajado para producir nuestras cervezas utilizando únicamente ingredientes cien por cien italianos, la mayoría de los cuales son producidos por nuestra propia cervecera y, al mismo tiempo, nos centramos en cervezas que puedan representar nuestro territorio».

Así es Birra Olea

El perfil de sabor del producto final presenta un gusto ahumado, que la cervecera atribuye a las hojas de olivo. El uso de estas hojas en el proceso de elaboración significa también que la cerveza contiene polifenoles, potentes antioxidantes naturales, y que, además, contribuyen a equilibrar el amargor y la acidez de la cerveza.

A pesar de que las hojas de olivo son el ingrediente clave, en la elaboración de Birra Olea también se utilizan otros ingredientes más tradicionales, como el agua, la malta de cebada, la malta de trigo, el lúpulo y la levadura.

Birra Olea, una cerveza italiana elaborada con hojas de olivo

EL CORREO DEL VINO
• TODA LA ACTUALIDAD DEL VINO •

Piden al Gobierno extremeño certezas y justicia en las expropiaciones del Proyecto de Regadío de Tierra de Barros

La Comunidad de Labradores y Ganaderos de Almendralejo (CLYG) reclama al Gobierno extremeño que el secretario general de Desarrollo Rural, Manuel Mejías Tapias, acuda este martes 14 al encuentro con la Comunidad de Regantes de Tierra de Barros con certezas y justicia sobre el precio en las expropiaciones a pagar a los afectados por el Proyecto de Regadío, para que los agricultores sepan a qué atenerse.

La CLYG considera que Mejías Tapias tiene «una magnífica oportunidad para demostrar si el gobierno de Fernández Vara está realmente comprometido con el Proyecto de Regadío», y para eso –apuntan– sólo es necesario que anuncie un pago justo por las expropiaciones, que evite enfrentamientos entre agricultores y que establezca un calendario claro de actuaciones para despejar dudas y sembrar certidumbres.

Añaden los labradores que, si el secretario general de Desarrollo Rural no viene con respuestas concretas y se limita a dar un mitin como en ocasiones anteriores, quedará patente que este Proyecto es únicamente un instrumento de propaganda política que utilizan periódicamente a menos de dos años de las elecciones autonómicas. Los agricultores demandan del representante del Gobex diálogo y negociación para que la Administración ejerza el arbitraje y establezca unos precios justos y equitativos, sin que los afectados tengan que incurrir en gastos técnicos y jurídicos para valorar y defender sus tierras.

Aclaran en este sentido que, si los precios quedan en manos de las defensas de los afectados y de la interpretación del juez de turno, se producirá una gran disparidad entre lo que cobren unos agricultores y otros por tierras con similar valor. La Comunidad de Labradores recurre a la larga trayectoria que ya tienen en lo referente a expropiaciones, como cuando se produjeron las de la autovía, la carretera de circunvalación o la supresión de los pasos a nivel, «donde imperó el diálogo y la negociación y la inmensa mayoría de los afectados percibió un precio justo por sus tierras, sin tener que incurrir en gastos técnicos ni jurídicos».

PIDEN QUE A QUIENES SE VEAN DAMNIFICADOS POR LAS SERVIDUMBRES DE PASO SE LES DÉ UN TRATO JUSTO EN CUANTO AL PRECIO DE LAS INDEMNIZACIONES

Los labradores consideran que, «si el gobierno extremeño es incapaz de dialogar y negociar con los afectados para alcanzar un consenso satisfactorio para la mayoría, la Administración debería pagar los gastos técnicos y jurídicos que los agricultores están asumiendo para defender el precio justo de sus tierras».

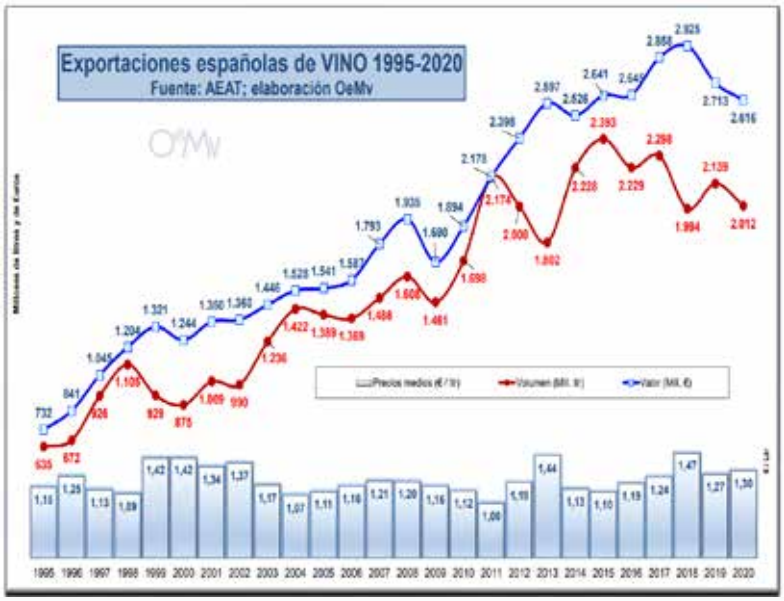
Los agricultores de Tierra de Barros demandan para los damnificados por servidumbres de paso permanentes o temporales con pequeñas parcelas de tierra –que representan el 87% del total los afectados– la misma solidaridad proclamada para las pequeñas explotaciones alejadas de los pantanos respecto a las grandes explotaciones próximas a los embalses.

Explican en esta línea que, si los afectados de las parcelas más grandes y próximas al agua tienen que ser solidarios con las más pequeñas y más alejadas, que los damnificados por las servidumbres también gocen de esa solidaridad respecto a los afectados por las expropiaciones de grandes fincas y de las balsas –que son el 13%–.

El fin último –subrayan– es que a quienes se vean damnificados por las servidumbres de paso se les dé un trato justo en cuanto al precio de las indemnizaciones, para qu no tengan que incurrir en gastos de técnicos y abogados, ya que da la impresión de que el Gobierno de la Junta lo que pretende es que la mayor parte de ese 87% de afectados por servidumbres desista de ejercer su derecho al recurso, porque a la ya de por sí pequeña indemnización que percibirían le deberían restar los gastos técnicos y jurídicos para valorar y defender sus tierras.

La CLYG reclama al secretario de Desarrollo Rural respuestas concretas porque "ya es hora de que se presente con precios justos sobre las expropiaciones, costes estimados para la puesta en regadío de explotaciones y previsión de líneas de ayudas y financiación de la Junta de Extremadura a los agricultores para afrontar esta inversión".

La Comunidad de Labradores y Ganaderos de Almendralejo reitera una vez más que, desde el punto de vista técnico, no entra a valorar el Proyecto de Regadío de Tierra de Barros porque no cuenta con los recursos humanos y financieros necesarios para hacerlo, y concluye que la decisión de transformar los cultivos de secano en regadío es una decisión única y exclusiva de los propietarios de las tierras, si bien en lo que pueda defender los intereses de los agricultores, como en el caso de las indemnizaciones, estará siempre 'dando la batalla'.



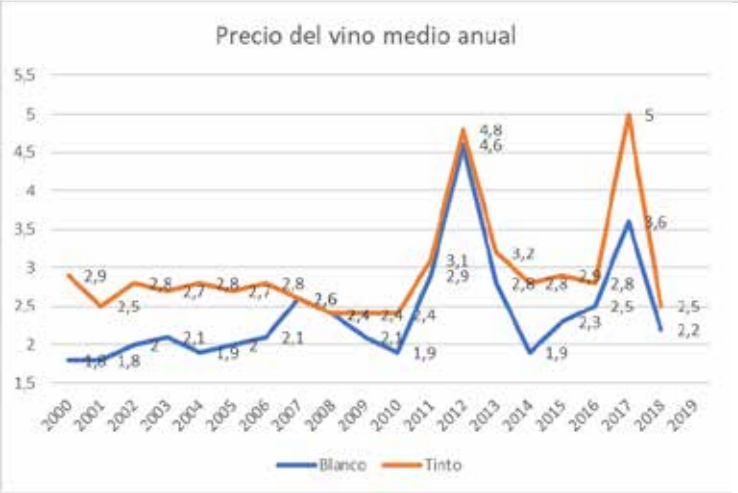
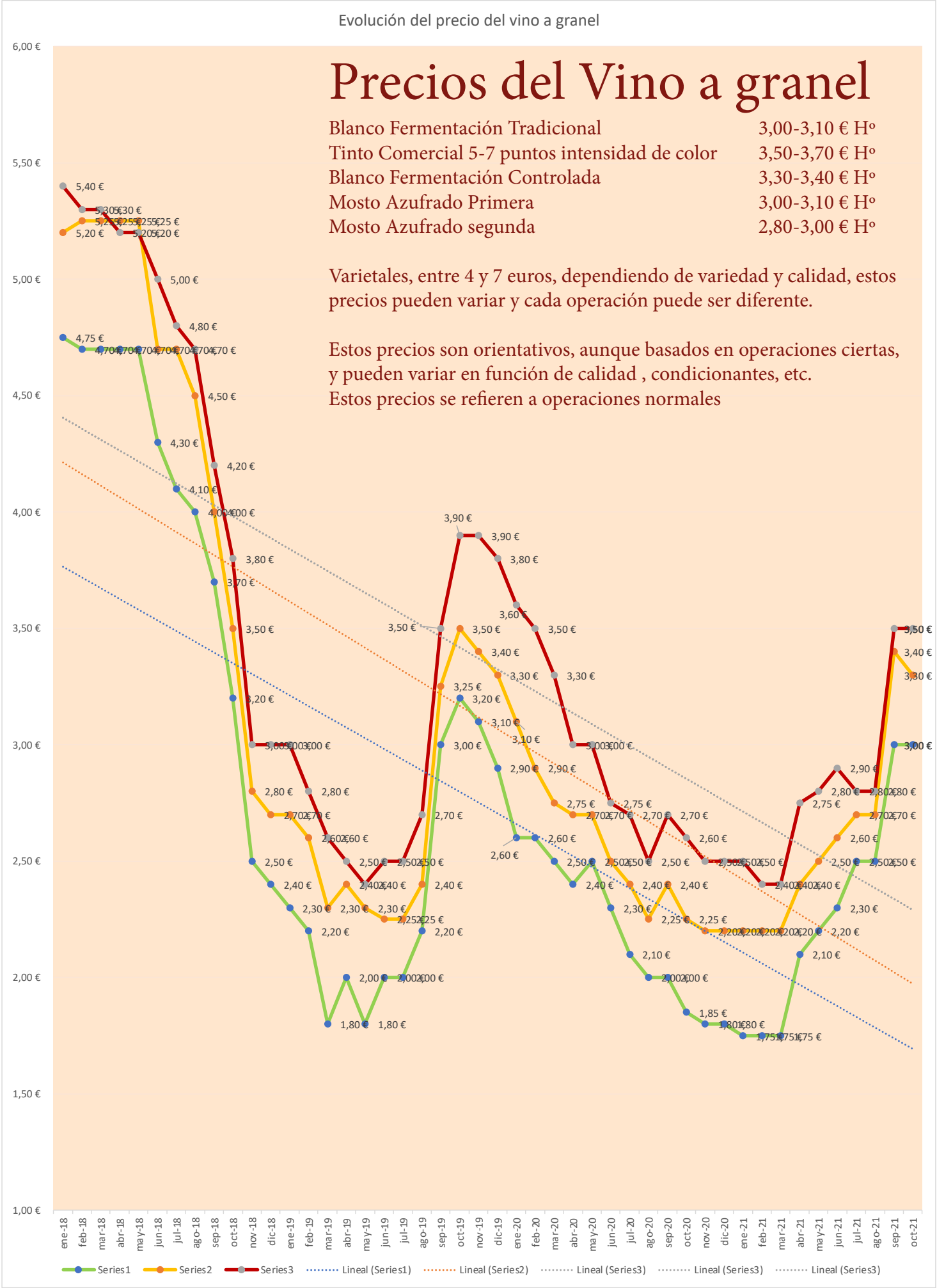


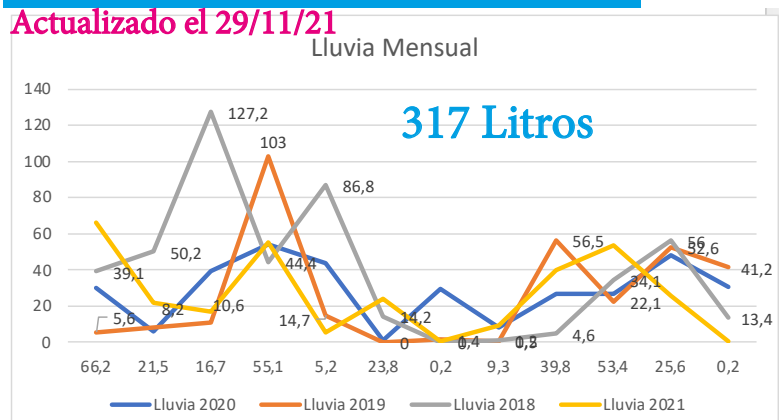
Figura 1 – Producción mundial de vino (excluidos zumos y mostos), 2000-2019

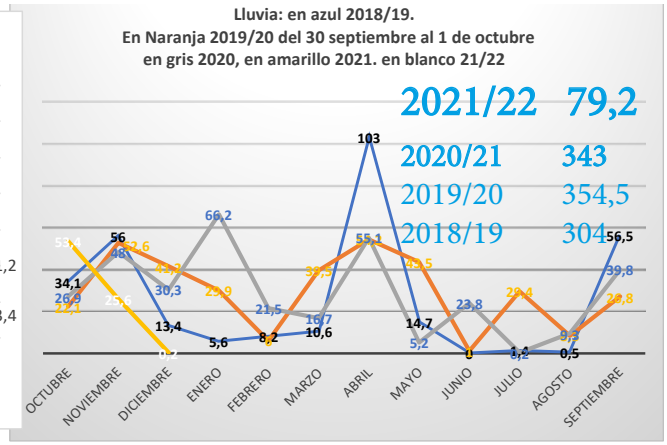

Evolución del precio del vino a granel
Precios del Vino a granel
Blanco Fermentación Tradicional 3,00-3,10 € Hº
Tinto Comercial 5-7 puntos intensidad de color 3,50-3,70 € Hº
Blanco Fermentación Controlada 3,30-3,40 € Hº
Mosto Azufrado Primera 3,00-3,10 € Hº
Mosto Azufrado segunda 2,80-3,00 € Hº
Varietales, entre 4 y 7 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
feb-21
mar-21
abr-21
may-21
jun-21
jul-21
ago-21
sep-21
oct-21
Series1
Series2
Series3
Lineal (Series1)
Lineal (Series2)
Lineal (Series3)
Lineal (Series3)
Lineal (Series3)

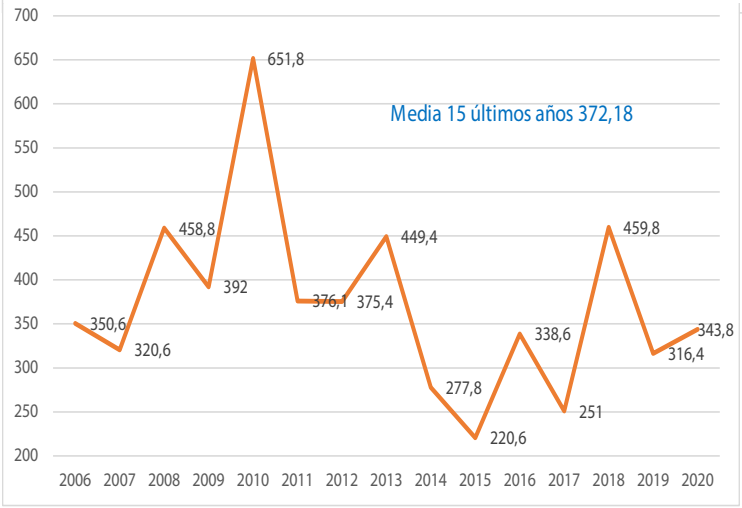
EL TIEMPO

EL CORREO DEL VINO
• TODA LA ACTUALIDAD DEL VINO •

Actualizado el 29/11/21







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
Máximo 2010
651,8
Mínimo 2015
220,6

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