



Al día de las tendencias, las bodegas y qué vinos comprar, beber y guardar

2 Los apuntes

Albariño en Australia, pero ¿de verdad?

El signo de los tiempos

Belondrade ¿Aguantan los blancos la prueba del tiempo?

5 Club de Vinos

Viñas del Cénit

7 Muy práctico

¿Qué vinos se pueden guardar?

Algunas ideas sobre lo que debe tener un vino para crecerse en la botella y varias recomendaciones de consumo

11 Reportaje

Mezclar o no mezclar: ¿es ésa la cuestión?

¿Cuáles son las claves que están detrás de la decisión de elaborar a partir de una sola uva o de un ensamblaje de variedades?

15 Personaje

Telmo Rodríguez: “Los grandes vinos exigen generosidad”

Hablamos con el que ha sido considerado *enfant terrible* del vino español para descubrir que mantiene en plena forma su visión crítica

18 Mercados internacionales

Triunfar en Estados Unidos... de la mano de un importador

Las fórmulas y los personajes que están detrás de marcas exitosas que se han ganado el favor del complicado mercado norteamericano

22 Muy confidencial

Toda la actualidad sobre qué vinos comprar, beber y guardar

Cosecha 2008 – Nuevas añadas – En mágnam

Albariño en Australia, pero ¿de verdad?



Decanter publica una noticia sobre las dudas que están surgiendo en Australia en torno a la identidad real de la albariño que se cultiva en sus viñedos. Todo comenzó el año pasado cuando un ampelógrafo francés de visita en este país sospechó que unas cepas de la variedad gallega pudieran ser en realidad savagnin.

La *savagnin* es una variedad fundamentalmente asociada a la región francesa de Jura y muy específicamente al llamado *vin jaune* que, de forma similar al fino jerezano, se elabora por un sistema de crianza biológica bajo un velo de levaduras. La *savagnin* también es la misma *albarín blanco* que se encuentra en el viñedo asturiano.

Según nos cuenta Félix Cabello, director del departamento de investigación agroalimentaria del IMIDRA (Instituto Madrileño de Investigación y Desarrollo Rural Agrario y Alimentario), la misma confusión también se ha producido en España, ya que una muestra de la colección del IMIDRA recogida en Orense en 1951 estaba catalogada como *albariño* cuando en realidad era *savagnin*. No obstante, un estudio dirigido por J.L. Santiago y publicado en 2007 en el *Spanish Journal of Agricultural Research* y que caracterizaba a estas dos variedades junto a la *caíño blanco* desde el punto de vista ampelográfico y a nivel molecular concluyó que se trataba de tres uvas distintas.

Probablemente, la prueba del ADN sea la solución definitiva para determinar la identidad real de las uvas blancas cultivadas en las antípodas. Pero más allá de esto, la gran noticia es que la variedad gallega cada vez llama más la atención de los elaboradores del Nuevo Mundo, con Australia y Estados Unidos a la cabeza. Lo que hace unos años era cosa de unos pocos pioneros, va paulatinamente ganando adeptos. Según el artículo de *Decanter*, existen ahora mismo en la zona meridional de Australia (en South Australia) unas 57 (presuntas) hectáreas de *albariño* repartidas en 36 viñedos y una docena de monovarietales en el mercado, cuyo número podría incrementarse de manera importante en el futuro. Y se puede leer textualmente: “Muchos creen que la *albariño* es una de las variedades emergentes más prometedoras en Australia y que se adapta muy bien a las condiciones de cultivo de este país”.

En estos momentos la *albariño* más conocida a nivel internacional es, sin duda, la que se cultiva en Galicia, especialmente en la denominación de origen de Rías Baixas donde habitualmente (y con excepción de algunas subzonas como Condado y O Rosal) se elabora como monovarietal y su nombre aparece de forma destacada en la etiqueta. No obstante, también está presente en el viñedo de Ribeiro y Ribeira Sacra y, en Portugal, en la región de Vinho Verde, más específicamente en la subzona de Monção, donde también se elabora habitualmente en

La variedad gallega
cada vez llama más
la atención de los
elaboradores del
Nuevo Mundo, con
Australia y Estados
Unidos a la cabeza.

El signo de los tiempos

La complicada situación económica empieza a generar numerosas noticias en el sector, una gran mayoría de signo negativo, aunque hay excepciones.

Ventas a la baja. Los cierres de 2008 son en su mayoría de signo negativo. En la lista están los oportos, el champagne y también Rioja aunque luego hay lecturas e interpretaciones para todos los gustos. Se ha enfatizado que pese a la caída Rioja mantiene la imagen de marca y el liderazgo, pero las cifras no son buenas: un 7,4% menos global a lo largo del año pasado con especial incidencia en los productos de mayor valor añadido: 14,7% de caída para grandes reservas y 10,4% para los reservas.

En Champagne los elaboradores han sabido darle la vuelta a la tortilla. Tras siete años de crecimiento continuo, en 2008 las ventas cayeron un 4,8% en volumen, pero en la zona consideran que esto permitirá aliviar la presión sobre los stocks y bajar algo la escalada de precios del espumoso más famoso del mundo. Quizás no sean tan optimistas si la racha continúa.

Complicada situación en Burdeos. Después de la incertidumbre sobre la campaña en *primeur* y con varias firmas de *négociants* en dificultades, se habla del fin de una época dorada e incluso de la posibilidad de que los *châteaux* pierdan parte del poder que ejercen ahora mismo sobre intermediarios y comerciantes a la hora de fijar el precio de sus vinos. Esta vez parece que se trata de algo más que de “calentar” el ambiente en las semanas previas al *primeur*.

Voz de alarma en Italia. Jancis Robinson publicaba en su web a comienzos de febrero las agoreras predicciones de Angelo Gaja, uno de los elaboradores más prestigiosos y mediáticos de ese país, y sus propuestas para salir del agujero. Decía entre otras cosas que la promoción del consumo de vino en Italia debe replantearse por completo y que hay que canalizar parte de estos recursos a campañas en los mercados extranjeros, los únicos capaces desde su punto de vista “de salvar el vino italiano”. Proponía también el arranque de viñedos que dan vinos para los que no hay demanda, la puesta en marcha de un proyecto para

aumentar de forma importante el número de firmas exportadoras de vino, la inversión en programas de formación comercial para impulsar las ventas en el exterior y la expansión de la cocina italiana a los nuevos mercados donde se puedan crear restaurantes que den a conocer los productos nacionales.

En el Nuevo Mundo, Australia baja y Argentina sube. El milagro exportador australiano ha perdido fuelle. La actual situación de crisis, la importante sequía que ha afectado al país en las últimas cosechas o los fuegos que se han propagado en zonas vinícolas dibujan un panorama algo más sombrío para el viñedo del que salió el famoso canguro amarillo –y número uno en USA– Yellow Tail. En 2008 la exportación cayó un 11% en volumen y un 18% en valor poniendo fin a una racha alcista de 15 años. Parece que ahora es el turno de Argentina. Si la *shiraz* obró el milagro australiano, la personalidad de la *malbec* y el buen precio medio de los tintos que con ella se elaboran han ayudado a que el país haya incrementado sus ventas en Estados Unidos un 29% en valor y un 13% en volumen durante 2008. Hasta tal punto está de moda esta variedad originaria de Francia, que los elaboradores de Cahors, en el sudeste francés, la zona gala en la que se encuentra en mayor abundancia, están intentando relanzar sus bastante más tánicos y poderosos *vins noirs*.

Opciones baratas en alza. El vino de calidad en envase de cartón de tres litros experimentó un crecimiento del 32% en Estados Unidos, el mercado que marca tendencias y hábitos de consumo. Y está claro que el argumento ecológico no es el único que tienen en cuenta los consumidores.

Alguna buena noticia para España. El recién creado Observatorio Español del Mercado del Vino destacaba dos buenas noticias en sus análisis de mercado de febrero. Por un lado, que España revalida su posición como primer exportador de vino a Rusia en 2008 con 133,75 millones de litros, aunque Francia nos supera en valor. Por otro, que el consumo de vino en los hogares españoles aguanta la crisis y aumentó un 3,2% en volumen y un 4,8% en valor entre enero y noviembre de 2008.



El consumo de vino en los hogares españoles aguanta la crisis y aumentó un 3,2% en volumen y un 4,8% en valor entre enero y noviembre de 2008

Belondrade

¿Aguantan los blancos la prueba del tiempo?



El vino constituye uno de los primeros y más exitosos intentos por dignificar la *verdejo* sometiéndola a una meticulosa crianza en roble

No es habitual que se celebren en España catas verticales de vinos blancos. Aunque en los últimos años nos hemos congratulado de la calidad creciente que está consiguiendo este tipo de vinos en nuestro país, mantener el tipo a medio plazo sigue siendo la prueba de fuego para poder hablar de blancos con mayúsculas. ¿Quién acepta el desafío?

Didier Belondrade se atrevió a recoger el guante hace unos días y organizó una cata a bombo y platillo en el Kabuki Wellington de Madrid (un marco de cocina japonesa-mediterránea más que adecuado para realzar las virtudes de cualquier blanco). Para celebrar el XV aniversario de la bodega hizo desfilar todas las añadas de esta década, desde 2000 a 2007 más un 99 en lujosos y mastodónticos doble mágnams (tres litros de capacidad) que además de impresionar por su tamaño deberían ofrecer lógicamente una versión más fresca y radiante de este verdejo de Rueda elaborado con espíritu bordelés.

De hecho, el vino constituye uno de los primeros y más exitosos intentos por dignificar esta variedad sometiéndola a una meticulosa crianza en roble. La filosofía francesa de lo que debe ser un gran blanco aplicada a los viñedos de amplios horizontes de La Seca.

Visto con la perspectiva del tiempo, Belondrade y Lurton nos pareció más bordelés que nunca. Encontramos bocas carnosas que mantenían su estructura con el paso del tiempo y nos recordaron a los serios vinos de esta región francesa, quizás sin demasiados fuegos de artificio, pero capaces de desarro-

llar una notable complejidad en la botella.

A lo largo de la cena, Didier Belondrade señaló que “cada vino tiene su momento en función de la compañía”. En las copas que se sirvieron ese día en concreto, nuestras preferencias fueron para las añadas más antiguas por un lado y para las más recientes por otro.

Disfrutamos con las notas de fruta exótica, frutos secos, ahumados y la excelente madurez del juvenil 2007, al que aguarda aún mucho recorrido en botella. Más redondo aún quizás por más asentado nos pareció el 2006 (uno de nuestro blancos favoritos en *La Guía TodoVino 2009* por cierto), con su complejidad, profundidad, carácter mineral y deliciosa nota de flor seca. Y qué maravilla de untuosidad en boca.

Si miramos hacia el otro extremo, la añada más antigua que probamos, la 99, fue una agradable sorpresa gracias a su perfecta combinación de fruta seca y escarchada. Pero más complejo aún se mostró el 2000, con agradables notas anisadas y de caramelo.

El 2003 reveló la calidez de la añada (notas de dátiles, caramelo tostado, con volumen, pero se echaba de menos algo más de acidez) para dar paso a un 2004 algo terco y cerrado al inicio pero que acabó revelando su grandeza en la copa: complejo, ahumado, frutos secos; con estructura y carácter, untuoso, casi denso, pero en perfecto equilibrio.

Visto lo cual no sería descabellado disfrutar de la excelente cosecha 2006 que aún está en el mercado (en formato de 75 cl. naturalmente) durante los próximos dos a cuatro años.

D.O. Tierra del Vino de Zamora

Viñas del Cénit

Le ofrecemos un tinto espectacular dentro de un proyecto que hemos seguido de cerca desde su creación. Con una imbatible relación calidad-precio, Venta Mazarrón ofrece el sabor excepcional de algunos de los viñedos más viejos de España.

Un tinto de gran personalidad que combina este patrimonio histórico con una perspectiva enológica moderna y avanzada. ¿Dónde están esos viejos viñedos? ¡En Zamora! En la comarca emergente de Tierra del Vino, la única del país que incluye el vocablo “vino” en su nombre y que se salvó de la filoxera gracias a la naturaleza arenosa de muchos de sus suelos.

Como ha ocurrido en tantas otras regiones españolas, esta comarca, en la que la vid fue monocultivo hasta bien entrado el siglo XX, ha permanecido aletargada hasta que algunos aventureros del vino han reparado en su potencial. Bajo el paraguas de una flamante denominación de origen aprobada en abril de 2007, la región se extiende por el cuadrante sureste de la provincia de Zamora a ambos márgenes del Duero. Por aquí pasa también la Vía de la Plata o el Camino de Santiago Sur. La variedad mayoritaria en la zona es nuestra gran uva tinta de calidad: la misma *tempranillo* que triunfa en la Ribera del Duero.

Uno de los proyectos que mejor está trasladando a la copa la personalidad de esta región es Viñas del Cénit, creado hace apenas cinco años en el pequeño municipio de Villanueva de Campeán a partir de 44 hectáreas de viñedo. Este proyecto, fundado hace cinco años, forma hoy parte del grupo Inveravante, corporación fundada en 2007 por Manuel Jové tras la venta de Fadesa Inmobiliaria y que en el ámbito vinícola

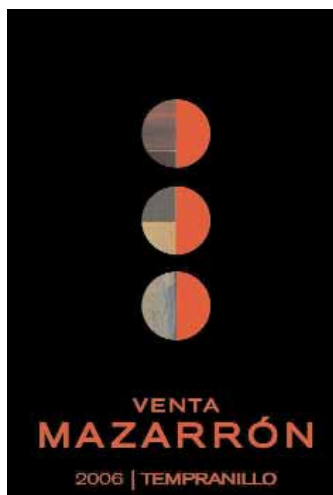
tiene presencia también en Rioja, Monterrei, Rueda, Rías Baixas, La Mancha y Jerez.

Los objetivos de este grupo son claros: elaborar vinos que permitan enfatizar y resaltar las virtudes de cada una de las zonas, de sus variedades autóctonas y de sus terruños, extrayendo el máximo potencial. Desde esta perspectiva, el proyecto zamorano nace del interés por el gran patrimonio de cepas viejas de *tempranillo* repartidas en pequeños pagos de suelos arenosos y pedregosos que se fueron adquiriendo en una lenta y constante política de compromiso con la zona.

Con una producción que no alcanza las 300.000 botellas y deja clara la filosofía de trabajar dentro de unas producciones muy comedidas, de la bodega salen en la actualidad cuatro tintos: Cénit y VDC, los *top* de la casa, con una producción limitada y por encima de 30 €; el muy maduro y goloso Demora, por debajo de esta barrera de precio y que no llega a las 50.000 botellas de producción; y el excelente Venta Mazarrón seleccionado este mes y que es una estrella que brilla en el firmamento de la relación calidad-precio. Un tinto abonado al “lacre”, ya que lo ha obtenido ininterrumpidamente desde su primera cosecha 2004, y que es una opción más que recomendable para conseguir mucho en la copa (fruta, complejidad, ahumados) a un precio especialmente acertado.



Venta Mazarrón es un excelente tinto que aúna la calidad frutal de los viejos viñedos de la zona con la complejidad que aporta su crianza en roble francés y americano



Selección Club Canal Cocina abril 2009

Venta Mazarrón 2006

Tinto, D.O. Tierra del Vino de Zamora

10,45 €



2004: 2005:

Opiniones sobre el vino

Tercera añada con "lacre" para este tinto que exhibe la mejor cara de la *tempranillo*, nuestra variedad tinta más importante por su versatilidad y capacidad para elaborar grandes tintos (basta pensar en Rioja y Ribera del Duero) y que consigue una brillante expresión en otros muchos lugares del viñedo español. Es el caso de la Tierra del Vino de Zamora, que sigue el cauce vitícola del Duero y puede presumir de un importante patrimonio de viñas viejas adaptadas al terreno. Con la ventaja de que este origen, supuestamente más humilde, repercute favorablemente en el precio. Venta Mazarrón es un excelente tinto que aúna la calidad frutal de estos viñedos singulares con la complejidad que aporta su crianza en roble francés y americano. Un vino fiel a su estilo y a su origen que se distingue por su excelente carácter frutal, fragante y potente. En esta añada 2006 destaca además por su madurez, sutileza y agradable golosidad. Un tinto para disfrutar, avalado por su impecable trayectoria de "lacre" y que, además de una compra excepcional, constituye todo un descubrimiento.

Nota de Cata

Aspecto: Picota amoratado

Aroma: Aromas de fruta negra en confitura (ciruela), café torrefactos, especias, balsámicos y nota mineral

Gusto: Sabroso, envolvente, balsámico, goloso, tanino dulce; final láctico con recuerdos de frutos secos

Otras características

Varietades de uva: 100% Tempranillo

Tipo y capacidad de botella: Bordelesa de 75 cl.

Elaboración y crianza: 12 meses en bodega y resto en botella

Barricas: Roble francés y americano

Temperatura de servicio: 16° C

Grado: 14% vol.

Tiempo de conservación: Hasta 2013

Acompañamiento: Carnes en general, guisos, setas, rabo de toro, postres a base de chocolate

10,45 € botella (IVA incluido)

Solicite su adhesión al Club e información sobre meses anteriores

☎ 902 500 056 (laborables, de 9:00 a 19:00)

🌐 www.canalcocina.com

✉ canalcocina@todovino.com

Novedad

Buena relación calidad-precio

Mágnium

Disponibilidad limitada

¿Qué vinos se pueden guardar?

¿Sueña con tener una bodega propia en la que almacenar una cantidad suficiente de sus vinos favoritos y otros que pueda descubrir en el futuro? Aunque vivimos una época en la que casi todos los elaboradores argumentan que sus vinos –también sus “supervinos”– salen perfectamente bebibles al mercado, ¿por qué privarse del placer de ver cómo algunos de ellos crecen o alcanzan cumbres más altas en la botella?

La (egoísta) afición que tenemos por las catas verticales en TodoVino nos lleva al convencimiento cada vez mayor de que los mejores vinos de España (especialmente tintos) alcanzan su mejor momento unos cuantos años después de su salida al mercado. Gracias a experiencias de este tipo hemos descubierto, por ejemplo, que un tinto tan buscado por los amantes de la potencia como Numanthia puede ofrecer sublimes experiencias en la copa si se tiene la paciencia suficiente para esperar seis u ocho años. La posibilidad de probar de una sentada 10 o más cosechas de una marca de renombre no sólo constituye un excelente ejercicio de aprendizaje; también aporta una perspectiva de la que carecemos en nuestro día a día. Desde ese lugar privilegiado, es fácil ver cuáles son las cosechas que más brillarán a medio y largo plazo.

Precisamente, tener bodega propia tiene mucho que ver con la decisión de qué vinos se guardan en ella y también con el momento en que se decide descorchar cada botella. Por desgracia, los elaboradores no ayudan mucho a la hora de atinar sobre este último punto. Suelen eludir hábilmente dar recomendaciones sobre momentos concretos (y

álidos) para el consumo de sus vinos. Prefieren ser diplomáticos y alabar las virtudes de cada estadio de su vida: el vigor y la intensidad frutal de la juventud, la complejidad que gana en la botella, o la capacidad para salir airoso de la prueba del tiempo 10 o 15 años después de la fecha de cosecha. Pasan el testigo al consumidor y dejan el momento del descorche en sus manos. Al fin y al cabo, argumentan, el “momento” está ligado al gusto personal.

En realidad, no hace tanto que el amante del vino puede tomar esta decisión. Dentro de la milenaria historia de nuestra bebida favorita, la botella de cristal con tapón de corcho como cierre no aparece hasta el siglo XVIII. Como se describe en el enciclopédico *Oxford Companion to Wine* de Jancis Robinson, aunque los romanos fueron los primeros en valorar los vinos envejecidos, tuvieron que contentarse con esperar por vinos dulces conservados en ánforas o recipientes de barro. Técnicas como el encabezado o adición de alcohol, el asoleo o el enranciamiento también permitieron disfrutar del concepto de vejez, pero qué duda cabe que la botella introdujo nuevas y maravillosas variables para vinos más cercanos al espíritu de la uva.



Tener bodega propia tiene mucho que ver con la decisión de qué vinos se guardan en ella y también con el momento en que se descorcha cada botella



Los espumosos de mayor calidad y larga crianza también son capaces de ganar en complejidad y evolucionar con estilo durante varios años después del degüelle

Los *connoisseurs* ingleses hicieron sus primeros pinitos de envejecimiento en botella con oportos y *clarets* de Burdeos. Hoy le toca a usted decidir qué pone en su bodega.

¿Qué tiene que tener un vino para llegar a viejo?

La capacidad de envejecimiento de un vino está estrechamente ligada a la cantidad de compuestos fenólicos, fundamentalmente taninos, componentes del sabor, la acidez y el alcohol. En los tintos, los polifenoles juegan un papel determinante; en los blancos, el mayor protagonismo en este sentido corresponde a la acidez.

Si la acidez está especialmente asociada a la variedad, al clima y a las características del terruño, qué duda cabe que la búsqueda y eficaz extracción de los polifenoles se ha convertido en la moderna obsesión de los elaboradores de tintos de calidad. Además de que hay variedades bastante más ricas en este capítulo (las reinas son las *cabernet*, *syrah*, *nebbiolo* y la *tempranillo* en España), a menudo se opta por viñas viejas que consiguen concentrar los sabores y limitan de forma natural sus rendimientos, o por podas severas y aclareo de racimos en viñas de edad media. En la elaboración, la tendencia es a la prolongación de los tiempos de maceración, a probar todo tipo de técnicas de extracción (desde los habituales remontados a bazuqueos, *delestage*, *pigeage*...) y a evitar filtrados que puedan quitar sustancia al vino.

La forma de elaborar también determina de manera importante la longevidad futura del vino. El proceso de crianza en barrica tanto para tintos como para blancos, aporta estabilidad, refuerza la estructura y acrecienta el potencial de envejecimiento. Pero no es una condición imprescindible. Los grandes vinos blancos alemanes son capaces de superar brillantemente la prueba del tiempo gracias a su elevada acidez y a su profunda mineralidad. En una escala más modesta, los albariños gallegos hacen sus primeros pinitos apoyándose en la complejidad que aporta la crianza con las lías en depósitos de acero inoxidable. Los espumosos de mayor calidad y larga crianza con sus lías que han experimentado profundas transformaciones químicas en el microcosmos de una botella tam-

bién son capaces de ganar en complejidad y evolucionar con estilo durante varios años después del degüelle.

¿Qué diferencia a los burdeos y oportos *vintage* que empezaron a coleccionar los ingleses de las etiquetas que están hoy a su alcance? Fundamentalmente que aquellos primeros vinos de guarda eran tan imbebibles en su juventud (tánicos, ácidos, astringentes) que no quedaba más remedio que esperar. Hoy, la mayoría de grandes tintos han trabajado tanto sus taninos que pueden combinar la osadía de la juventud con sensaciones sedosas y aterciopeladas. Resultan deliciosos desde el mismo momento en que llegan al mercado.

Sin embargo, esta nueva realidad que hace innecesarias guardas excesivamente prolongadas (a menos, por supuesto, que satisfagan plenamente al coleccionista), tampoco debería privar al aficionado de experimentar las virtudes de la evolución en botella y de perseguir el momento álgido de sus vinos favoritos desde una óptica personal y perfectamente transferible a sus amigos e invitados.

Si cuenta con el espacio suficiente y, sobre todo, con las condiciones idóneas de temperatura y humedad para conservar los vinos a lo largo de todo el año (calurosos veranos incluidos), puede poner en marcha uno de los proyectos más apasionantes y divertidos que se nos ocurren.

Lo único que tiene que preguntarse para empezar es qué vinos le gusta tomar y de entre ellos cuáles pueden mejorar o evolucionar favorablemente en botella. Nada como la prueba y el error en sus propias papilas gustativas para convertirse en un pequeño experto en añadas y “mejores momentos” de sus etiquetas favoritas. A continuación puede ampliar su experiencia incluyendo opciones clásicas de guarda para comprobar su evolución y decidir si las incorpora como valor seguro a su bodega. Incluso puede dar una oportunidad a vinos o estilos que no le resultan demasiado gratos en su juventud, pero que quizás podrían satisfacerle con varios años de botella. Le ayudará enormemente en esta fase de descubrimiento y experimentación adquirir varias botellas del mismo vino y descorcharlas en distintos momentos de su evolución.

Y un consejo: cuando un vino le satisfaga plenamente, no espere demasiado para abrir el resto de botellas que tenga en la bodega. Como dice Jancis Robinson, “uno no sabe con seguridad que un vino ha alcanzado su cumbre hasta que la deja atrás y empieza a mostrar los primeros síntomas de declive”. Un vino en su momento álgido no tiene por qué ser necesariamente viejo. Y un buen vino viejo nunca será un vino decrepito. Por otro lado está el valor arqueológico y la muy memorable experiencia de catar un vino de 60, 80 o más años (Riscal, por ejemplo, posee una excelente colección de botellas del siglo XIX en su bodega riojana). Si esa es su pasión, probablemente nadie haya catado tantos vinos viejos ni escrito tanto sobre ellos como el que fuera responsable de vinos de Christie’s, Michael Broadbent. Busque sus libros para profundizar más en el tema.

Posibles selecciones para su bodega

Esperemos que encuentre algunas buenas opciones en la lista que sigue. Hemos añadido también una horquilla de consumo en años que debe contarse a partir de la fecha de cosecha. Tome la cifra más baja como referencia si sus preferencias van más bien por el camino de la fruta y la intensidad y la más alta si es un loco de las notas terciarias y la evolución en botella. En el caso de algunos vinos con poca trayectoria histórica (los nuevos toros y prioratos, por ejemplo) y a falta de una experiencia real de cata, hemos apostado por una previsión moderada.

Le aconsejamos también que seleccione siempre marcas de calidad que lleven la firma de elaboradores de sólida trayectoria. No olvide que la vida de un vino se puede prolongar también en función de las características de la cosecha y que hay añadas excepcionales que parecen tener una extraordinaria capacidad de mantenerse vivas y en forma durante mucho más tiempo. Por otro lado, los grandes formatos aseguran una evolución más lenta del vino. El de litro y medio suele considerarse una excelente opción de coleccionista y, probablemente, sea la mejor solución para prolongar la “cumbre” de alguno de sus vinos favoritos. Aunque cada botella es un mundo y no existen reglas fijas, los magnums deberían ser capaces de recuperar el esplendor que se empieza a perder en la botella estándar de 75 cl.

Por último, piense también que si va a acometer el estimulante proyecto de tener una bodega propia, necesitará un cierto método en su gestión. Como mínimo, deberá llevar un registro de qué entra y qué sale, y tener una idea aproximada de en qué plazos debería consumir lo que queda.

Blancos españoles

- Los mejores chardonnays fermentados en barrica. 2-8 años
- Otros blancos *top* fermentados en barrica. 3-7 años
- Albariños *top* de crianza sobre lías. 3-7 años
- Riojas de elaboración clásica. 5-15 años
- Moscateles *top*. 3-10 años

Blancos extranjeros

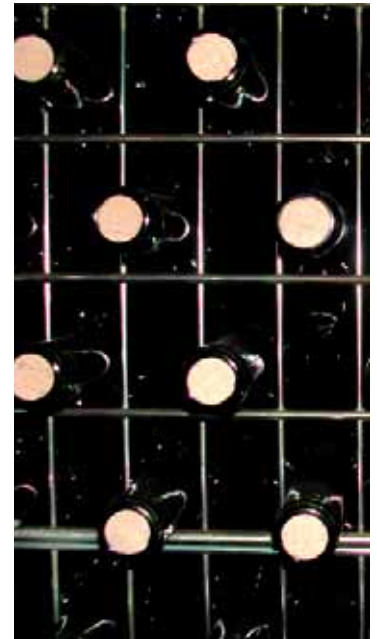
- Rieslings alemanes. 2-30 años
- Blancos de *chenin blanc* del Loira. 4-30 años
- Blancos *top* de Borgoña. 2-15 años
- Chardonnays de calidad fermentados en barrica. 2-8 años
- Blancos con botritis (*sauternes*, *tokay*, *trockenbeerenauslese*). 5-25 años

Tintos españoles

- Reservas de calidad de Rioja y Ribera. 3-12 años
- Grandes reservas clásicos de Rioja. 5-20 años
- Tintos modernos *top* de Rioja y Ribera. 2-12 años
- Tempranillos de calidad criados en barrica. 2-10 años
- Tintos de Toro de calidad. 2-8 años
- Prioratos de calidad. 2-8 años
- Monastrelles de calidad. 2-6 años
- Tintos de calidad multivarietales con importante presencia de *cabernet*. 2-15 años
- Bierzos de calidad. 2-8 años

Tintos extranjeros

- Burdeos de calidad. 4-20 años
- Cabernets de calidad. 4-20 años
- Tintos de calidad de *pinot noir*. 2-8 años, con excepción de los mejores borgoñas (2-20 años)
- Tintos de calidad de *merlot*. 2-10 años
- Tintos de calidad de *nebbiolo*. 4-20 años
- Tintos de calidad de *sangiovese*. 2-12 años
- Tintos de calidad de *syrrah*. 4-15 años





CÓMO CAMBIA EL VINO A MEDIDA QUE ENVEJECE

Color. Se va degradando paulatinamente. En los tintos, evoluciona de los tonos intensos, violáceos y amaratados de la juventud hacia colores más granates y rojizos y, en última instancia hacia notas anaranjadas y amarronadas.

Inclinando la copa unos 45 grados, como se hace en la cata, se puede comprobar también que cuando los tintos son muy jóvenes la intensidad y la tonalidad del color tienden a ser más uniformes. El ribete o “menisco” (la parte que queda más cerca del borde de la copa) es la primera zona que va cambiando y en la que se fijan los expertos para hacerse una idea de la edad de un vino.

No olviden que la vejez trae como consecuencia la precipitación de las distintas partículas y materia colorante dando lugar a posos o sedimentos.

En el caso de los vinos blancos, el color se va oscureciendo a medida que envejecen. De las tonalidades aceradas, verdosas o pajizas de la juventud, van evolucionando hacia los dorados y posteriormente ambarinos, cobrizos y ocreos.

Aroma. Cuanto más joven es un vino, más cerca está de la uva. Los vinos más jóvenes y sencillos que llegan rápidamente al mercado tras la vendimia no tienen más aspiraciones que ofrecer esas fragancias frescas y frutales, tan básicas y primarias. En una maceración carbónica, por ejemplo, ni siquiera se toma el tiempo de despalillar la uva y los encubados son relativamente rápidos.

Para obtener mayor complejidad hay que extraer más sustancia de la piel de la uva (el hollejo) y lo habitual es que el proceso continúe en la bodega, lo que amplía notablemente la gama aromática del vino. Los llamados “aromas terciarios” se generan durante esta fase de crianza en roble y su posterior envejecimiento en botella: vainillas, resinas, ahumados, tabaco, especias, alquitrán, cuero, caza, notas animales... A la vez, la fruta tiende a perder frescura y a sentirse más confitada (mermelada), escarchada o en compota. Con el paso del tiempo aparecerán también aromas evocadores de vejez: polvo, buhardilla, cera, yodo...

Boca. Probablemente, la característica más evidente del paso del tiempo sea el progresivo afinamiento de los taninos. La sensación táctil se va haciendo más sedosa y aterciopelada, el vino se siente más fluido, sin aristas. Si es un vino de calidad y bien elaborado, la sensación de armonía y equilibrio se mantendrá durante mucho tiempo.

La percepción de la acidez también tiende a disminuir aunque en la fase de declive puede llegar a hacerse dominante, ya que tiende a permanecer bastante estable mientras que otros componentes acaban difuminándose con el tiempo (esto es algo muy habitual, por ejemplo, en los riojas viejos).

Y lo mismo puede decirse de la sensación de dulzor en los vinos dulces, que va atenuándose progresivamente. Esta circunstancia se percibe muy claramente, por ejemplo, en los rieslings a medida que envejecen.

Mezclar o no mezclar: ¿es ésa la cuestión?

Es relativamente fácil dividir los vinos del mundo en dos grandes grupos: los que se elaboran con una única uva y los que apuestan por mezclar dos o más variedades. Por fortuna, no es necesario estar siempre a un lado de la barrera, ya que existen gloriosos ejemplos en ambos bandos. ¿Pero se han preguntado alguna vez cuáles son las razones y las circunstancias que determinan cada uno de ellos?

Bodegas Valdemar en Rioja es un buen ejemplo de firma que apuesta por las dos opciones. Su director técnico, Gonzalo Ortiz, tiene claro que la mezcla tradicional de la denominación a base de *tempranillo* y porcentajes variables de *mazuelo*, *graciano* y *garnacha* “es la base de la personalidad de los vinos de Rioja y está demostrado que funciona perfectamente”.

Es, de hecho, la receta que emplea en los vinos de mayor producción de la casa. “Pero la inquietud –añade– nos lleva a hacer cosas diferentes”. La bodega fue pionera, por ejemplo, en la elaboración de viuras fermentados en barrica y se atrevió con un gran reserva de *garnacha*, una uva teóricamente limitada para aguantar el paso del tiempo. Ahora han dado la vuelta a la tortilla para lanzar una versión mucho más juvenil de esta variedad con solo ocho meses de barrica.

Los monovarietales de *garnacha* son una auténtica rareza en la denominación, pero, como dice Ortiz, “está claro que el mercado quiere cosas nuevas y a todos nos gusta que hablen de nosotros”. El coste, muchas veces es no poder elaborar en cada cosecha. Es lo que les pasa con el *graciano* de su gama moderna Inspiración: “Es una variedad muy complicada; si no madura bien da mucha acidez y sensaciones herbáceas; por eso sólo se ha hecho en 2001 y 2005”. El nuevo reto:

un maturana tinto, fruto de la recuperación de esta uva prácticamente extinta en la denominación.

Cada maestrillo tiene su librillo

No muy lejos de los cuarteles generales de Valdemar en Oyón (Álava), el joven enólogo Carlos San Pedro, una de las mentes más inquietas de la nueva Rioja, trabaja en su pequeña bodega de Laguardia con una perspectiva más intimista. Para su Pujanza, un tinto que encarna el prototipo del rioja moderno, el objetivo es sacar lo mejor de sus viñedos de *tempranillo*.

“Trabajamos –explica– con once parcelas que dan lugar a once vinos diferentes. Como todas las variedades delicadas, la *tempranillo* toma mucho de los suelos y de la viña”.

Ocho de las once parcelas están en el mismo viñedo, pero el carácter de las uvas cambia notablemente dependiendo del suelo y la exposición hasta el punto de dar vinos especialmente estructurados o marcadamente frutales o florales. De ahí que se vinifique y crie por parcelas eligiendo barrica nueva o usada en función de la mayor o menor estructura de cada lote y sólo se componga el vino al final de este proceso. El suyo, en el fondo, es un concepto clásico de ensamblaje o mezcla pero jugando con una única uva que ofrece muchas caras. “Aquí –afirma con-



No se puede explicar qué lleva a un elaborador a trabajar con una o varias uvas sin tener en cuenta la presión creciente del mercado



vencido— no creo que nos haga falta ninguna variedad que no tengamos; lo que necesitamos es trabajar mejor la que tenemos”.

En la vecina Navarra, Fernando Chivite puede jugar con un cóctel mucho más amplio de variedades. Esta denominación, junto con Somontano y Penedès, se ha convertido en representante del trabajo con uvas foráneas en España, ya vayan solas o en compañía de otras locales.

Pero no estamos ante una realidad estática. “Cambiar una variedad de sitio climático —explica Fernando Chivite— tiene sus riesgos y hay que afinar mucho para que la cosa funcione”. Todos los tintos de Bodegas Chivite son fruto de la combinación de varias uvas bajo una filosofía general de que el porcentaje mayoritario sea autóctono. Pero tras muchos años de combinar unas y otras se está planteando descartar la *cabernet*. No le parece que funcione realmente bien en Navarra.

¿Tienes terruño?

Para César Muñoz, un enólogo muy apegado al viñedo que trabaja en el ámbito de Castilla y León y que está detrás de marcas como Montebaco, Torinos o Leda, “en determinadas zonas es muy difícil encontrar alternativas a las variedades locales que se han ido seleccionando masalmente y de manera intuitiva de generación en generación. Ni nuestro gran conocimiento técnico actual ni la facilidad para importar material vegetal de sitios remotos nos permite en muchos casos hallar opciones que superen a las tradicionales. Es muy difícil que una llave abra dos cerraduras”.

Las grandes zonas históricas juegan con unos esquemas fijos y probados a lo largo del tiempo, de varios siglos incluso. ¿Se imaginan a los elaboradores de Borgoña buscando más allá de sus *pinot noirs* o *chardonnays*? ¿O a los del valle del Mosela proponiendo alternativas a la *riesling*? En ambos casos son zonas que elaboran monovarietales. Pero lo mismo cabría decir de la receta de los tintos del Médoc apoyados en la *cabernet sauvignon* y con porcentajes menores de *merlot*, *cabernet franc*, *malbec* o incluso *petit verdot*.

Quizás por eso, como recuerda Fernando Chivite, las zonas cuyo terruño no tenía un

reconocimiento claro importaron variedades de estas regiones de prestigio. “Son los californianos los primeros que adoptan las uvas que daban fama a Burdeos. Luego lo hicieron los productores europeos de las zonas menos conocidas”. Pero también llegaron a lugares consagrados como Chianti, aunque los vinos en los que participaban (esos hoy cotizados “supertoscanos”) tuvieron que salirse de la denominación y presentarse como humildes *vini da tavola*.

En Rioja hubo un debate similar hace unos años, sobre todo para dar entrada a la *cabernet*. Al final, no hubo reconocimiento oficial, pero se consienten pequeñas plantaciones en clave experimental. En Bodegas Valdemar por ejemplo Gonzalo Ortiz se muestra especialmente orgulloso del *coupage* del Inspiración Edición Limitada: *tempranillo*, *graciano* y en torno al 15-20% de *cabernet*. “La plantamos en 1982 —señala— y nos ha ido muy bien”.

En general, en nuestro país hemos recibido con los brazos abiertos a las llamadas variedades “mejorantes” que deberían suplir las carencias de las uvas locales (falta de color y estructura, baja acidez, etc.). Si consultan las uvas autorizadas en nuestras denominaciones en cualquier guía de vinos verán que hay muy pocas que no incluyan a algunas de ellas en el reglamento. Primero fueron las *cabernet* y *merlot*, pero en los últimos años hace furor la *syrah* por ese carácter mediterráneo que se adapta como un guante en amplias zonas climáticas de nuestra geografía. Hoy, los grandes bastiones de monovarietales tintos elaborados con uvas autóctonas son Bierzo, gracias a la redescubierta personalidad de la *mencia*, la *tempranillo* de la Ribera del Duero (y en menor medida en Rioja), las *garnachas* aragonesas y algunos monastrelles murcianos. En blancos, Rueda es igual a *verdejo* y los vinos de Rías Baixas se conocen más por el nombre de la variedad (*albariño*) que por el de la región.

“Las variedades mejorantes han introducido una mayor diversidad y sobre todo la posibilidad de hacer vinos tranquilos de cierta calidad en zonas donde hasta ahora no era posible —reflexiona César Muñoz—. Pero ¿es necesario colonizar regiones no tradicionales en un país vinícola tan rico como el nuestro?”

En general, en nuestro país hemos recibido con los brazos abiertos a las llamadas variedades “mejorantes” que deberían suplir las carencias de las uvas locales

Quizás por eso, al mismo tiempo que asistimos a ese “efecto *syrah*” y que oímos cómo la rígida denominación riojana abre sus puertas a variedades blancas (como *verdejo* y *chardonnay*) ajenas a su tradición, también disfrutamos de excelentes tintos de *bobal* y *garnacha tintorera* o de prometedores ejemplos de *prieto picudo*.

La tiranía del mercado

Realmente, no se puede explicar qué lleva a un elaborador a optar por un vino monovarietal o de ensamblaje sin tener en cuenta la presión creciente de un mercado ávido de novedades y generador de tendencias que se suceden cada vez con mayor rapidez.

Está demostrado que la receta “una variedad-un sabor-un nombre claro en la etiqueta” puesta de moda por los países del Nuevo Mundo constituye el acercamiento más fácil y eficaz para un buen número de consumidores sin tradición vinícola en su entorno y sin experiencia de vino en su paladar.

Pedro Aibar de Viñas del Vero en Somontano, una región con gran apertura mental (y varietal) considera de hecho que “la elaboración de vinos varietales surge más de una tendencia de mercado que busca la creación de marcas globales”. Desde esta perspectiva, continúa, “*chardonnay* es una marca global que se entiende en todo el mundo”.

Para Aibar, que ha contribuido notablemente a difundir estas marcas-sabores entre el consumidor español, especialmente con su gama “Colección” que incluye monovarietales de *chardonnay*, *gewürztraminer*, *cabernet*, *merlot*, *syrah* y *pinot noir*, esta vía constituye un gran reto “dado que te comparan con vinos de muchos más orígenes y categorías”.

Variedad frente a origen

En este caso, la confrontación Nuevo-Viejo Mundo no tiene que ver con si los vinos son de una o varias uvas. La diferencia fundamental es que en Europa la variedad no se anuncia a bombo y platillo en la etiqueta. Lo que se cuenta es la procedencia del vino, ya sea una región, un municipio o un viñedo de especial personalidad. Y ello independientemente de que se trate de vinos monovarieta-

les (como en Borgoña) o multivarietales (como en Burdeos, por ejemplo).

En un contexto en el que los límites entre Nuevo y Viejo Mundo tienden a suavizarse por ambas partes (y los productores europeos se han lanzado a poner bien claros los nombres de sus cepas en las etiquetas), está claro que un vino que se venda por el nombre de una uva está obligado a ofrecer un perfil más o menos reconocible de la misma. Y cualquier carencia en este sentido resultará decepcionante. ¿Un *chardonnay* que no sabe a *chardonnay*? Imperdonable.

Pedro Aibar considera que hacer un vino de una única uva “es un gran reto para un enólogo” y compara el desafío con el de un pintor que sólo puede utilizar el blanco y el negro. “Es más fácil –dice– conseguir la armonía en un cuadro utilizando todos los colores”.

Para César Muñoz, la condición está una vez más ligada al terruño: “Para elaborar un vino monovarietal se ha de contar con una uva bien adaptada al terreno y que sea equilibrada, algo que sólo se consigue con variedades nobles y en terruños muy determinados. Es lo que ocurre con la *tempranillo* en muchos vinos de la Ribera del Duero que nos da tintos potentes, equilibrados y longevos. Pero en esta misma zona la *cabernet* sólo es capaz de dar uvas interesantes en exposiciones muy concretas y determinadas añadas”.

Nuevamente, el origen y las posibilidades que éste ofrece al desarrollo de una o varias variedades es determinante para decidir la composición del vino. Y es que, como nos recuerda Carlos San Pedro, “una uva puede ser grande en un lugar y bastante pequeña en otro”.

¿Cuántas uvas?

Pero si nos colamos en “la cocina” de una bodega, la mayoría de enólogos coincidirá con Gonzalo Ortiz, de Bodegas Valdemar en que “como técnico, cuantas más armas tenga, mejor porque puedo conseguir más cosas”.

El límite, si la normativa lo permite, es todo lo que haya en el viñedo. En Châteauneuf-du-Pape (sur del Ródano), por ejemplo, hay vinos que se elaboran a partir de las 13 varie-





dades autorizadas en la denominación. En el Languedoc, la bodega La Tour Boiséé emplea hasta 23 uvas para su tinto Plantation 1905 que se comercializa como vino de mesa. Y en el extremo del paroxismo, la Azienda Agricola Garibaldi firma un tinto de 152 uvas en Piamonte con un 50% de *nebbiolo* y el resto cepas fundamentalmente tintas de su finca ampelográfica.

Pero la realidad del día a día de la mayoría de elaboradores es encontrarse frente a tres o cuatro uvas. “Lo más difícil al ensamblar —explica Fernando Chivite— es tener una idea muy clara de lo que quieres hacer en la cabeza. Luego tendrás que intentar ponerla en la probeta, pero en realidad juegas con muy pocos elementos: dos o tres variedades y varias estancias en barrica. Los cocineros tienen suerte; pueden utilizar muchos más ingredientes”.

Pedro Aibar, que también firma un buen número de multivarietales en Viñas del Vero, considera que “el ensamblaje es una oportunidad para construir vinos más complejos. Se puede usar para conseguir un balance que no obtenemos con una sola variedad, para compensar vinos que carecen de algún atributo, hacer mas comercial un producto e incluso para innovar. Entiendo que es una fuente inagotable de inspiración”. Aunque puntualiza: “El ensamblaje por sí solo no garantiza nada. Es una herramienta más que hay que saber utilizar”.

De hecho, podríamos hablar de “mezclas seguras” y probadas, como las recetas bási-

cas de Burdeos o las del Ródano, o el ensamblaje tradicional de los tintos riojanos. Para Fernando Chivite “tiene mucha lógica mezclar por ejemplo *cabernet* y *merlot*. Sin embargo hay uvas que aguantan mal las mezclas como la *chardonnay* o la *pinot noir*. Con algunas de éstas sucede que por mucho que se combinen, no mejoran nunca, por lo que es mejor mantener su personalidad”.

En muchos países del Nuevo Mundo, más allá de esa reconocida obsesión por los monovarietales, se han practicado los ensamblajes clásicos europeos. En California, por ejemplo, hay seguidores de los ejemplos bordeleses, del Ródano (el grupo conocido como Rhone Rangers), de Italia e incluso recientemente de España. Los australianos, por su parte, pasaron de ser imitadores a innovar al combinar por primera vez *shiraz* y *cabernet*.

En nuestro viñedo en los últimos veinte años se han creado toda una serie de nuevos ensamblajes al combinar las variedades autóctonas con las foráneas, pero también a causa de una *tempranillo* que ha colonizado nuevas regiones (y no siempre con éxito cualitativo).

Como dice César Muñoz, “la grandeza del vino viene precisamente de la variabilidad. Las combinaciones son infinitas. Cada decisión que toma el elaborador desde la primera y más importante que es la plantación del viñedo hasta que se tapa la botella nos llevan hacia un vino único e irrepetible”.

Telmo Rodríguez:

“Los grandes vinos exigen generosidad”

Con 46 años y más de veinte de vino a sus espaldas, el que fuera *enfant terrible* del vino español sigue viviendo en un estado mental de permanente inconformismo. Crítico, vehemente y sin miedo a lanzar frases lapidarias, el líder de la compañía que lleva su nombre ha convertido la recuperación de viñedos ancestrales en su bandera. Toda una cruzada por que no desaparezcan los viejos y bellos paisajes del vino español.

La historia de Telmo Rodríguez se inicia en la finca familiar de Remelluri en Rioja, donde se da a conocer como un elaborador tan brillante como revolucionario que chocaba frontalmente con los planteamientos tradicionales de la denominación. Su visión del vino le lleva a iniciar un proyecto en solitario y en 1994 funda junto a su inseparable socio Pablo Eguzkiza la Compañía de Vinos Telmo Rodríguez, un aventura por recuperar viñedos ancestrales (vean las fotos de Jason Orton en www.telmorodriguez.com que transmiten la fuerza, la emoción o la belleza de algunos de estos paisajes) pero en la que también se apuesta por elaborar etiquetas sencillas y de relación calidad-precio como vía necesaria para autofinanciar el trabajo en nueve regiones vinícolas.

En esta entrevista le hemos pedido que nos hable de su proyecto vital con la perspectiva que da el tiempo, de sus raíces en Remelluri, de lo que le queda por hacer y, por supuesto, de su visión del vino español.

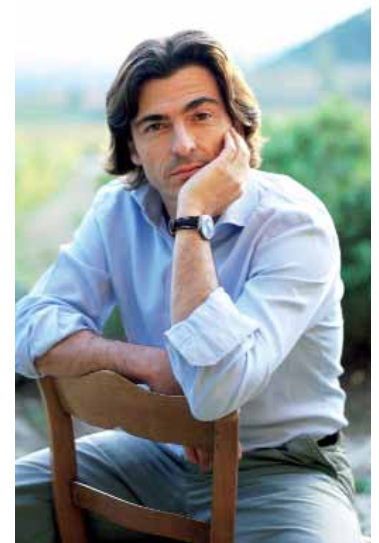
Perteneces a una generación de elaboradores que habéis sido calificados de *enfants terribles*. Pero, pasados ya los cuarenta, ¿cómo te ves y cómo ves a esa generación que revolucionó el vino español?

Somos una generación que ha vivido un momento muy interesante. Cuando miras hacia atrás ves que somos como un eslabón que ha permitido hacer el cambio de una sociedad vinícola industrial con poca alma a otra de gente joven e inquieta que tendrá que perfilar el futuro del vino español.

También a menudo se percibe ese movimiento como algo monolítico, pero entiendo que no todos defendíais necesariamente las mismas ideas. ¿Cuáles era las tuyas?

Siempre me ha alejado de los vinos de escaparate. Pero creo que mi proyecto de hacer vinos honestos y sin demasiado *show* no se ha entendido demasiado. Yo no tengo nada que ver con un *flying winemaker*. Cuando empecé, todo estaba por hacer. Viajamos por España en un momento en el que a la mayoría de productores no les interesaba el esfuerzo que supone descubrir y volver a dar vida a viñedos olvidados. Y en un momento en el que también era posible comprar esos viñedos. En Francia no me habría comido un rosco. Allí no queda casi nada por descubrir.

Con una perspectiva de algo más de 20 años en el vino, ¿cuáles crees que son los grandes logros del vino español en los últimos años?



"Yo no tengo nada que ver con un *flying winemaker*. Siempre me he alejado de los vinos de escaparate"



Se ha acabado lo del *good-value wine*. España cogió un camino equivocado en el siglo XIX que es el del vino industrial. Que hoy en día los grandes triunfadores del vino español sean proyectos pequeños como los de Benjamín Romeo o Artadi, o que Peter Sisseck haya convertido Pingus en cinco años en un clásico es todo un logro. Para conseguir esto, este país requeriría de una crítica. Hacer vino es cuestión de crítica, de ver qué no está bien y qué debe cambiarse, y también de análisis. Los grandes vinos exigen una selección; requieren generosidad.

Eres un buen conocedor de los grandes vinos del mundo y, de hecho, has trabajado en importantes bodegas de Burdeos y el Ródano. Eso, indudablemente, debe dar una perspectiva diferente.

He tenido la suerte de poder descubrir el vino de la mano de gente realmente interesante. Elegí estudiar fuera de España porque aquí no había una carrera de enología como tal. Y es cierto que presumo de haber trabajado con personajes tan potentes como Bruno Prats antes de que Burdeos se convirtiera en una tierra de grandes empresas o con Chave en Hermitage (Ródano) con su pequeño viñedo de 15 hectáreas que ha pertenecido a su familia desde 1470.

Pero esa visión también te ha hecho ser más crítico y a menudo incomprendido...

Renunciar a ser un enólogo estrella, a tener puntos y a ser uno de los *top* te da una cierta tranquilidad y te deja tiempo para trabajar. Mi apuesta por los grandes vinos es a largo plazo y creo que requiere tiempo. Me he alejado de los vinos "bótox" y "apisonadora" que tanto éxito tienen, también entre vosotros los expertos.

Ese inconformismo, ¿se ha moderado o ha crecido con el tiempo?

Sigo en tensión y con ganas de hacer cosas. Ha habido momentos en los que me he sentido impotente y no podía sacar adelante muchos de los proyectos que me hubieran gustado. Ahora estoy contento con lo que estamos haciendo. Tenemos todas las herramientas para hacer vinos increíbles.

¿Qué es lo que más te altera últimamente?

Las cosas horribles que le están sucediendo a la viticultura en España. Estamos destruyendo el paisaje, acabando con las plantaciones en vaso que forman parte de ese paisaje y transformándolo radicalmente. Y los viticultores que han trabajado muchas de estas viñas se están muriendo. Pero además ningún crítico o líder de opinión parece preocuparse de ello.

En ocasiones has manifestado cierto desencanto por el vino

Siempre me he divertido y disfrutado mucho con el vino. A veces he huido de vinos que no me interesaban porque los consideraba superficiales a pesar de su éxito. Creo que el viñedo español tiene que entrar en una etapa de madurez en la que se valoren los auténticos argumentos del vino. Por otro lado, tampoco puedo vivir en torno al vino las 24 horas del día. Vine a Madrid para huir de esta sensación y siempre he trazado una línea divisoria entre mi vida personal y el vino.

¿Crees que tu gusto por el arte ha influido en tus vinos o, al menos en sus etiquetas? Algunas de ellos son casi legendarias.

Nos gusta trabajar con gente de talento e hicimos una apuesta firme por Fernando Gutiérrez. En el tema de las etiquetas queríamos trabajar con alguien que no supiera nada de vino. Nuestras etiquetas pueden gustar o no, pero son consistentes y han envejecido bien. Han surgido de lo que era cada proyecto: la fábrica de Rioja para reivindicar que el vino se hacía en una bodega alquilada y muy fea. La tipografía que tiene todo el protagonismo en Matallana trata de recordar las viejas etiquetas de Vega Sicilia que jugaban con diferentes tipos de letra... La idea era que las etiquetas explicaran el vino.

También eres de los pocos enólogos de prestigio que ha apostado en serio por hacer vinos baratos.

He hecho vinos sencillos porque no podía hacer otra cosa y porque además España es un país en el que se pueden elaborar vinos ricos y sencillos. En Rueda, hacemos 80.000 cajas de Basa y en la última cosecha 2008 90.000. Pero de LZ en Rioja, por ejemplo, sólo hacemos 5.000 cajas y del Gaba do Xil Mencía, en Valdeorras, 3.000 cajas. El

hecho de no tener capacidad y dinero a veces es bueno porque así no haces locuras. No nos ha quedado más remedio que ir despacio y trabajar con originalidad.

La Compañía de Vinos Telmo Rodríguez elabora en la actualidad 17 marcas en 9 regiones vinícolas ¿Cómo se gestiona un entramado tan complejo y, sobre todo, cómo se vive semejante ajetreo?

Somos varias personas en nuestro equipo enológico. El éxito de nuestros vinos no es que yo esté en todas partes. El proyecto es complicado. No hemos elegido la sencillez. Nuestra vocación por descubrir se basa en entender los sitios y en ser finos y sensibles. Ninguno de los vinos que me gusta está marcado por una mano o una forma de trabajar. Detrás de todo gran vino hay gente sensible, pero no me gusta el concepto técnico.

¿Qué es lo realmente importante entonces?

Hay que trabajar de forma que el enólogo no pueda transformar el gusto de un lugar y destruir su esencia. Yo siempre he sacrificado todo para que los vinos no perdieran la conexión con el paisaje.

Ahora por fin estrenas bodega propia en Rioja y dejas de ser un elaborador errante. ¿Crees que esto va a marcar un punto de inflexión en tu carrera?

Hay que hacer una inversión tan grande... Espero que no sea mi sentencia de muerte. Es cierto que con la bodega hemos realizado nuestro sueño. En ella hemos querido recuperar gestos de la Rioja de antes y todo se ha pensado para que el vino sea protagonista; hemos contado con artesanos para hacer muros de tierra, lámparas de barro, cubas de hormigón limpio y pinturas de pigmentos naturales. La bodega respeta el entorno, no se ve y no es una demostración de poderío.

Dentro de tu larga lista de etiquetas, ¿cuál es el gran vino de Telmo Rodríguez? ¿O a veces la dispersión impide concentrarse?

Podemos generar una imagen de dispersión porque nuestro proyecto se ha basado en trabajar en diferentes zonas a la vez. En estos 15 años hemos trabajado despacio y muchas veces sacrificando el brillo por el largo plazo.

Nuestros mejores proyectos son de escala humana: viñedos de unas diez hectáreas trabajados para que algún día den las mejores uvas. Los viñedos imposibles como los de Molino Real en Málaga, Pegaso en Cebreros (Ávila) o las parcelas de Altos de Lanzaga en Rioja han requerido mucho esfuerzo. Tenemos las ideas muy claras pero cualquier gran vino, insisto, necesita tiempo.

Eres uno de los defensores de la biodinámica en España. ¿Hasta qué punto estás convencido de su eficacia?

Hacia el 89-90 me puse en contacto con Nicolas Joly porque quería recuperar una viña abandonada en un terreno muy especial en Remelluri, a bastante altitud y rodeada de encinas. En mi casa se bebía la Coulée de Serrant porque le gustaba mucho a un tío mío. Finalmente no llegué a tanto en ese momento y opté por una viticultura sana pero no biodinámica. Me gusta mucho también el acercamiento de Noël Pinguet de Domaine Huet en el Loira; es un matemático que intenta entender la biodinámica. En realidad, esta filosofía te devuelve más que ninguna otra la conciencia de la viña y te obliga a preocuparte de ella como si fuera un niño. Y es cierto que al final llegas a la conclusión de que tus uvas saben mejor. Yo estoy en el grupo Renaissance des Appellations liderado por Joly con Altos de Lanzaga, que está certificado por Demeter, y Matallana. Aunque para nosotros la biodinámica no es un objetivo. Lo que nos importa es hacer vinos buenos y auténticos.

¿Qué experimentas hoy frente a una botella de Remelluri, que fue tu casa madre del vino?

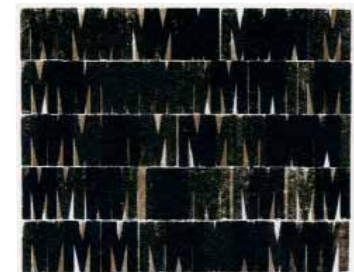
Cuando voy a un restaurante, nunca tomo nuestros vinos; intento descubrir otros. Pero es cierto que existe un vínculo especial con Remelluri. He vivido allí y lo siento. Es un sitio mágico, con mucha energía y potencia. También es un viñedo en el que queda mucho por hacer; su gran vino está por hacer. Por otro lado, una finca familiar acaba creando unos lazos muy fuertes. Tú perteneces a la finca en un momento de tu vida, pero la finca no te pertenece. Francis Ford Coppola, por ejemplo, compró Rubicon Estate en California y primero dio su nombre al vino. Pero cuando realmente empezó a sentir su viñedo, quitó su apellido de la etiqueta y sustituyó su nombre por el de la finca.



LANZAGA
2004

Rioja

INDICACIÓN DE PROVENIENCIA DENOMINADA



M2
DE MATALLANA
2005

RIBERA DEL DUERO
DENOMINACIÓN DE ORIGEN

“Hay que trabajar de forma que el enólogo no pueda transformar el gusto de un lugar y destruir su esencia”

Triunfar en Estados Unidos... de la mano de un importador

Si Hollywood es la meca del cine, el mercado norteamericano es el "lugar" donde quieren brillar todas las bodegas españolas. ¿Cómo llegar a los grandes gurús? ¿Cómo moverse entre la complicada legislación de los distintos estados? Un aspirante a actor debe contar con un buen agente; un elaborador, con un importador que le abra las puertas del mercado más competitivo del planeta.



El grupo español Diego Zamora ha firmado un acuerdo con el mismo importador de Yellow Tail que incluye el ambicioso lanzamiento de la marca Volteo

¿Sabían que parte del fulgurante y espectacular éxito del vino australiano Yellow Tail en Estados Unidos se debe al trabajo conjunto de la bodega Casella Wines con su importador W.J. Deutsch & Sons? Independientemente de la valoración cualitativa que cada uno haga del canguro de cola amarilla, es un caso insólito en el que la firma elaboradora fue capaz de incrementar la producción hasta extremos inimaginables al mismo ritmo que crecía la demanda y se estimulaba al mercado.

La perfecta coordinación se explica en parte porque la comercialización de Yellow Tail en Estados Unidos se realiza mediante un acuerdo entre elaborador e importador para compartir la propiedad de la marca. Esta fórmula normalmente divide el trabajo en dos grandes áreas: la elaboración, de la que obviamente se encarga la bodega, y la gestión de ventas y marketing que corre a cargo del importador.

Es la misma apuesta que acaba de realizar el grupo español Diego Zamora. Y lo ha hecho también con W.J. Deutsch & Sons. ¿Cómo? Creando una empresa conjunta que es propietaria de las marcas para el mercado norteamericano. El acuerdo incluye los vinos que se elaboran en las bodegas de Rías Baixas (Mar de Frades), Ribera del Duero (Cruz de Alba) y, por supuesto, Rioja (Ramón Bilbao). Pero existe una cuarta

bodega en Roda (Albacete) llamada Volteo cuya capacidad productiva se sitúa entre 600.000 y 700.000 cajas (de 12 botellas)! La marca Volteo está destinada únicamente para la exportación, se ha empezado con 40.000 cajas y en estos días se presenta en el mercado americano.

¿Por fin un Yellow Tail español?

La apuesta, como nos cuenta Emilio Restoy Cabrera, director general de Diego Zamora, es tremendamente ambiciosa. W.J. Deutsch aspira a convertirse en un plazo de cinco años en el mayor importador de vino español en Estados Unidos teniendo a su grupo como único proveedor.

En el equipo que trabaja en el lanzamiento de Volteo participa la misma persona de marketing que desarrolló el proyecto de Yellow Tail. "Es un plan –insiste Restoy Cabrera– desde el consumidor al producto y no desde el producto al consumidor".

¿Cómo han visto en W.J. Deutsch al canguro amarillo a la española? La gama se comercializará como Vino de la Tierra de Castilla y existen varias opciones monovarietales y bi-varietales bajo una etiqueta que interpreta la figura de Don Quijote de La Mancha. El nombre, Volteo, además de ser fácil de pronunciar en varios idiomas evoca el viejo deporte ecuestre de realizar acrobacias a caballo.

El toque novedoso de *packaging* viene, más allá del embotellado tradicional, de un nuevo formato inspirado en el *bag-in-box* y que se ha bautizado como *bag-in-tube* imitando las cajas cilíndricas que se utilizan para presentar algunos whiskies de calidad pero en versión de envase de tres litros. También se empleará una etiqueta termosensible que saltará cuando alcance la temperatura óptima de 18° C para los tintos.

Compartir la marca permite que el socio “de marketing” se emplee a fondo y pueda trabajar a largo plazo sin el temor a perder la exclusividad de los vinos. “A cambio –dice Restoy– aporta su potente estructura comercial y su gran conocimiento del mercado”.

Qué duda cabe que en W.J. Deutsch son expertos en la materia. Esta firma familiar que lleva el nombre de su fundador nació hace algo más de 25 años con el objetivo de trabajar estrechamente con otras firmas familiares del sector: elaboradores, distribuidores, restaurantes... y hacerse un hueco entre las grandes corporaciones. Las fuertes alianzas que ha sido capaz de establecer es una de las causas que esgrime la compañía cuando se le pide que explique las razones del éxito de Yellow Tail. Además de los 24 millones de dólares invertidos en concepto de marketing y publicidad.

En una entrevista publicada por *Beverage Network* en marzo de 2006 a raíz del fenómeno, Peter Deutsch, hijo del fundador y actual consejero delegado de la compañía, señalaba que “los detallistas tienen que prestar atención a nuestro porfolio porque tenemos un histórico de marcas ganadoras; no es una colección de esperanzadoras oportunidades. En segundo lugar, tenemos una estrategia a largo plazo y el detallista puede contar con grandes inversiones en nuestras marcas para aumentar el conocimiento del consumidor. Queremos que gane dinero con nosotros”.

En esta línea Emilio Restoy destaca tres ventajas fundamentales dentro del acuerdo firmado por su grupo: “La posibilidad de realizar inversiones conjuntas porque es un negocio de los dos, el hecho de ser un planteamiento a largo plazo y, por último, un

tema fundamental que cada vez cobra más relevancia en el mercado estadounidense: poder trabajar a largo plazo con los distribuidores mayoristas estatales que funcionan con acuerdos plurianuales a tres o incluso a cinco años”.

Marcas desconocidas e importadores que se meten hasta la “cocina”

Es posible que Volteo consiga triunfar en Estados Unidos, pero aquí nos resultará totalmente ajeno si Diego Zamora mantiene su estrategia de que sea sólo una marca de exportación. No es un caso aislado. Algunos de los vinos españoles que vemos reseñados (en ocasiones con altas puntuaciones) en publicaciones tan influyentes como *Wine Spectator* o *The Wine Advocate* nos resultan completamente desconocidos.

Por la parte de la relación calidad-precio es muy habitual encontrar etiquetas hechas ex profeso para la exportación (y para el mercado norteamericano en concreto) procedentes de denominaciones de Aragón como Calatayud y Campo de Borja, de Murcia (Jumilla sobre todo), Levante en general o Castilla La Mancha. Y por la parte cualitativa más elevada, la palma se la lleva quizás Priorat.

Otro ejemplo: el Termes de Toro que llegó a estar hace unos años entre los 10 primeros vinos de la lista *Top 100 de Wine Spectator* no se puede disfrutar en España. El “tercer” vino de la bodega Numanthia Termes, a un precio mucho más asequible que las dos estrellas Numanthia y Termanthia, fue perfectamente conducido por el importador Jorge Ordóñez (en la foto) para que fuera reconocida como una de las etiquetas españolas de mejor relación calidad-precio. De hecho, él mismo participaba en el accionariado junto a la familia Eguren antes de que la bodega se vendiera al grupo LVMH.

Ordóñez es probablemente el más conocido importador de vinos españoles en Estados Unidos. Su forma de trabajar no va en la línea de la co-propiedad de las marcas. Más bien contempla la inclusión de un sello propio con su nombre en las etiquetas de los vinos que importa. Además puede presumir de acceder con cierta facilidad a los más reputados críticos y gurús del país.





La comercialización de Yellow Tail en Estados Unidos se realiza mediante un acuerdo entre elaborador e importador para compartir la propiedad de la marca

En el día a día, siempre ha tenido fama de meter la nariz en las bodegas y aconsejar a sus representados sobre formas de elaborar, variedades o *coupages*. Y todo ello con un alto grado de exigencia reforzado por estrictos análisis de laboratorio todos los vinos que llegan de su mano a Estados Unidos. Quizás por eso acabó impulsando un grupo de bodegas en España asociándose en ocasiones a algunos de sus clientes. Pero pese a ser un personaje en ocasiones algo polémico, nadie pone en duda su olfato para seleccionar y ahora también para diseñar vinos que triunfan en Estados Unidos.

¿Están dispuestos en Diego Zamora a hacer cambios técnicos, de estilo o concepto de vino siguiendo los consejos de su socio norteamericano? “Por supuesto que estamos dispuestos a hacer cualquier modificación técnica –responde Emilio Restoy refiriéndose a Volteo–. Tenemos una bodega sin viñedo en propiedad y podemos comprar la mejor uva para elaborar el vino que mejor se adecue al consumidor sin tener el lastre de depender de lo que dan nuestros viñedos. Todos los esfuerzos se concentran de esta manera en la mezcla y el consumidor”. El concepto es tan claro como el de trabajar con la máxima flexibilidad para responder a las necesidades cambiantes del mercado tal y como las interpreta el socio norteamericano.

¿Qué ocurre con las marcas consolidadas? Desde luego que los Ramón Bilbao del grupo Diego Zamora no van a someterse a la misma disciplina, aunque no se descarta aceptar algunas consideraciones del importador en cuanto a la imagen. Pero su estilo y concepto mantendrán la línea actual que W.J. Deutsch, por otro lado, considera que puede funcionar a la perfección en su mercado.

Importadores de siempre y no tanto

Otra marca española de éxito en el mercado norteamericano es Las Rocas, introducida en 2003 por Eric Solomon (históricamente, a la cabeza junto a Ordóñez en la importación de vinos españoles a Estados Unidos) en colaboración con la Cooperativa de San Alejandro de la D.O. Calatayud. Con más de 100.000 cajas vendidas, la gama, que incluye un rosado, un tinto joven y un “viñas viejas” parcialmente envejecido en bodega,

explota el gran potencial de los viñedos de *garnacha* de la denominación y ofrece un perfil eminentemente frutal y una excelente relación calidad-precio.

El responsable técnico de los embotellados para European Cellars, la compañía de Solomon, era el francés Jean-Marc Lafage, de la bodega del mismo nombre situada en el Roussillon francés. En este caso también la gestión se realizaba mediante la propiedad compartida de la marca, con el asesoramiento de este enólogo extranjero que trabajaba en estrecha colaboración con Solomon. Quizás por eso no debería extrañarnos la noticia anunciada a principios de febrero pasado de que Gallo compraba la marca Las Rocas, con Solomon continuando en labores de asesor, según rezaba la nota de prensa oficial.

El gigante Gallo, que además de ser el mayor elaborador de Estados Unidos, está apostando en firme por hacerse con una amplio portafolio de marcas de todo el mundo, ya cuenta con etiquetas de Argentina, Australia, Sudáfrica, Nueva Zelanda, Italia, Francia y, por supuesto, España. El modelo es casi siempre el mismo: buscar socios locales para la elaboración, pero con un concepto muy claro de marketing por su parte. En abril, además, comenzará oficialmente a importar Las Rocas en Estados Unidos.

Pero Gallo ya trabajaba muy estrechamente con Martín Códax, la firma más grande de Rías Baixas que a raíz del acuerdo para la distribución de sus vinos en USA ha incrementado exponencialmente su producción. Martín Códax también ha tenido que realizar inversiones millonarias para ampliar sus instalaciones de elaboración, así como asegurarse un mayor suministro de uvas.

En este caso, según nos cuenta Pablo Buján, director comercial de Martín Códax, no existe copropiedad de la marca. “Ellos se encargan del marketing y la distribución y se comprometen a unas cantidades mínimas en cada cosecha. No son partidarios de dar datos de ventas, de modo que todo lo publicado en ese sentido son invenciones. Lo cierto es que en dos años hemos cuadruplicado nuestras ventas, y no hemos crecido más

debido a la escasez de la última cosecha que nos obligó a establecer cupos. El acuerdo permitirá utilizar la imponente maquinaria de E & J Gallo para crear una categoría de vino en Estados Unidos que sin duda beneficiará a otros productores españoles”.

La colaboración con Gallo también incluye el suministro de tintos de Rioja. “Se trata del mismo rioja que exportamos a otros países con la marca El Camino –explica Buján–; lo que ocurre es que para Gallo se embotella bajo la marca Ergo por cuestiones registrales. Nuestros enólogos lo elaboran en Bodegas Patrocinio con uvas cultivadas exclusivamente en Rioja Alta. Se trata de un moderno semicrianza orientado hacia un nuevo consumidor que busca disfrutar de la autenticidad de la variedad *tempranillo*.”

En la actualidad, existen muchos importadores en Estados Unidos que muestran interés por nuestros vinos. En su primera evaluación de etiquetas españolas para *The Wine Advocate* (en la que por primera vez se dio la máxima puntuación de 100 a cinco etiquetas patrias), Jay Miller destacaba “el número de nuevos importadores que están descubriendo algunos maravillosos vinos que de otra forma no podríamos conocer”. Y citaba unos 15 nuevos nombres entre los que se incluían Steve Miles Selections, Axial Vinos (cuya filosofía es acercarse a bodegas españolas sin experiencia previa en exportación de forma que se pueda empezar a trabajar desde cero), Winebow (un especialista en vinos italianos que ha ampliado notablemente su porfolio) o Quality Wines from Spain. Pero hay más nombres: como Aurelio Cabestrero que puso en marcha con éxito en 2001 Grapes from Spain.

Las opciones y las fórmulas de trabajo variarán evidentemente dependiendo de la filosofía y el estilo de trabajo de cada importador y las bodegas españolas, por su parte, intentarán contactar con aquellas firmas que mejor puedan representar sus intereses y acercarlos a sus clientes potenciales.

Objetivo: controlar más las marcas

El *blogger* Tyler Colman, muy atento siempre a lo que él llama la “política del vino”, escribió hace un par de años un artículo en *Wine Business* centrado en el concepto de la co-propiedad de las marcas y en el que destacaba la fuerza que estaba adquiriendo esta fórmula. “La idea de una participación conjunta está ganando popularidad entre los importadores americanos, no sólo por la posibilidad de incrementar los beneficios, sino por el mayor control sobre el diseño del producto, la posibilidad de llenar un nicho de mercado, por un tema de orgullo o divertimento e incluso por el mero hecho de poder realizar donaciones benéficas”.

Compañías como Click Wine Group están creadas bajo este concepto o van incluso más allá para convertirse en propietarias exclusivas de algunas marcas que desarrollan al cien por cien según sus criterios. Su fundador, Peter Click, se ganó primero una reputación como importador de vinos australianos de calidad. Después descubrió el potencial de las marcas divertidas, fáciles y orientadas al consumidor final, siempre con un envoltorio especialmente atractivo y una excelente relación calidad-precio. En la lista están muchos clásicos con animales en la etiqueta desde Fat Bastard (primer gran éxito y un icono en su tipo) pasando por Flying Fish a Mad Dogs & Englishmen, este último un *monastrell* de Jumilla cuyo nombre aparentemente tan alejado del espíritu de la zona evoca una canción de Noel Coward en la que se decía: “Sólo los perros locos y los ingleses salen bajo el sol de medio día”.

Al final, parece que sea cual sea la opción elegida, se imponen las fórmulas de trabajo conjunto y que lo que experimentan en su copa los aficionados del otro lado del Atlántico determina cada vez más lo que se hace en las bodegas españolas, o al menos en una parte importante de ellas.



Los vinos para comprar, beber y guardar

Cosecha 2008

A continuación detallamos algunas de las etiquetas más interesantes que han llegado a nuestra mesa de cata de la nueva cosecha 2008. La mayoría son marcas consolidadas y de sólida trayectoria que, un año más cumplen, con las expectativas. Cinco blancos y cinco estilos que deberían de satisfacer a un amplio espectro de paladares y consumidores. A quienes aún piensen que el mejor blanco es un tinto, quizás les podamos convencer con el argumento de su coste, casi siempre más ventajoso frente a un tinto de crianza. Quizás la crisis ayude a que algunos aficionados descubran la renovada personalidad y la calidad al alza de un buen puñado de blancos españoles.

5,00 €

100% Verdejo
13% vol.

Cuatro Rayas Verdejo 2008

Blanco, D.O. Rueda

Agrícola Castellana

Agradable cóctel de césped, maracuyá y cítricos que apuesta por la vertiente más fresca y menos tropical de la *verdejo*. Buen precio y perfecta elaboración para la gran cooperativa histórica de La Seca. Fundada en 1935, controla 2.000 hectáreas de viñedo y su producción

actual supera los ocho millones de botellas. Pajizo verdoso. Franco e intenso, fruta de la pasión, notas de césped y cítricos; buen carácter varietal. Boca seco, afrutado, fresco, con marcado pero agradable carácter cítrico. Final con recuerdo de fruta exótica.

9,00 €

100% Gewürztraminer
13,5% vol.

Enate Gewürztraminer 2008

Blanco, D.O. Somontano

Enate (Viñedos y Crianzas del Alto Aragón)

Un estilo de vino que gana adeptos entre los amantes de los blancos fragantes y aromáticos. Sin la complejidad que son capaces de conseguir los famosos blancos alsacianos, pero muy recomendable en esta versión inmediata, fresca y frutal. Impecable elaboración y

muy apropiado para acompañar platos especiados orientales. Amarillo verdoso de buena intensidad. Varietal, aromas de farmacia y hierbas medicinales, nota amoscatelada y de fruta escarchada. Limpio. Boca ligero, aromático, varietal, fresco y amable.

10,00 €

100% Albariño
13% vol.

Lagar de Cervera 2008

Blanco, D.O. Rías Baixas

Lagar de Fornelos

Uno de los albariños más madrugadores en aparecer en el mercado y que pertenece al grupo de bodegas de La Rioja Alta. Algo menos fresco y frutal de lo que nos tiene acostumbrados en este añada, pero con más complejidad y mayor carácter graso en boca, lo que aumenta su versatilidad

en la mesa. Amarillo verdoso. Con cierta complejidad, fruta blanca y de hueso. Aparece también la fina reducción que se percibe en algunos albariños de crianza con sus lías y embotellados tardíos. Boca sabroso, untuoso, aromático y final con agradable nota almibarada.

5,20 €



100% Verdejo
13% vol.

Montespina Verdejo 2008

Blanco, D.O. Rueda

Avelino Vegas

Nueva marca en un grupo de larga trayectoria y experiencia en la zona. Es la segunda añada en el mercado y cumple a la perfección con las expectativas que genera la zona: mucha frescura y buena relación calidad-precio.

Amarillo matiz verdoso. Franco y varietal en nariz, con recuerdos de fruta blanca y exótica, césped, fondo de hierbas aromáticas. Boca fresco y frutal, con la característica nota amargosa de la variedad.

Los vinos para comprar, beber y guardar

Pazo Señorans 2008

Blanco, D.O. Rías Baixas

Pazo Señorans



11,20 €



Una de las marcas de más larga trayectoria en la zona y de insuperable regularidad. Cumple una vez más con las expectativas en esta cosecha 2008 que nos regala una *albariño* con dimensión, marcada personalidad y mucha frescura.

Amarillo verdoso brillante. Aroma limpio, intenso y muy frutal, con recuerdos de fruta fresca madura, hinojo, nota balsámica y agradables herbáceos. Boca seco, sabroso, aromático, con cierta untuosidad y gran viveza y armonía.

100% Albariño
12,5% vol.

Nuevas añadas

Los amantes de los riojas clásicos disfrutarán del carácter “de libro” que ofrece el Ondarre Reserva en esta cosecha y además agradecerán su ajustado precio teniendo en cuenta el tiempo que tiene que pasar en bodega antes de salir al mercado. Quienes quieran añadir una nueva uva a su lista personal deberían optar en cambio por el Mesopotamia, un monovarietal de *Juan García* que pone al descubierto el potencial del viñedo de Arribes de Duero. También para paladares inquietos las dos propuestas que nos llegan de la firma Portal del Montsant; ambas ofrecen un nítido carácter mediterráneo a elegir entre dos escalas de precios.

Brunus 2007

Tinto, D.O. Montsant

Portal del Montsant

12,95 €

Una interesante propuesta que nos llega desde Montsant, el “anillo” del Priorat, y en la que prima el carácter mediterráneo fruto de la eficiente combinación de las *garnacha* y *cariñena* locales con la *syrah* del Ródano. Agradable nota mineral y conexiones con el

paisaje para este tinto con personalidad que ofrece bastante por su precio. Picota granate. Notas de retama en nariz, punto mineral, toques medicinales y tostados. Boca ligero, amable, equilibrado, con tanino pulido, sabroso, paso suave y fluido; final aromático.

Cariñena, Syrah, Garnacha
8 meses en roble francés
y americano
14% vol.

Mesopotamia 2005

Tinto, D.O. Arribes

Bodegas y Viñedos Entre Ríos

22,50 €

Toda una curiosidad probar uno de los pocos monovarietales de *Juan García* que tenemos en España. Lo elabora Bernardo Fariña, de los Fariña de Toro, en Arribes de Duero, una región que se ha ganado recientemente el estatus de denominación origen, pero sin permiso para incluir el nombre del famoso río en su designación. Original, agradable sensación

envolvente propiciada por el alcohol, maduro y, probablemente, algo más redondo con unos meses de botella. Cereza guinda granate. Aroma con notas de fruta madura, toques ahumados y tostados, especias y ligero fondo vegetal fresco. Boca aromático, cuerpo medio, fluido, agradable calidez y final marcado por un tanino que debe integrarse.

100% Juan García
12 meses en roble francés
13,5% vol.

Ondarre Reserva 2004

Tinto, D.O. Ca. Rioja

Bodegas Ondarre

8,00 €

No está de más darse un vuelta de vez en cuando por marcas tradicionales, especialmente si son capaces de ofrecer una muy buena relación calidad-precio. Este reserva que vive a la sombra de su hermano, el “Mayor” de Ondarre, ofrece gratificantes dosis de buen clasicismo: riqueza

de matices, suavidad y envidiable armonía. Guinda granate de media capa. Fruta en compota, cuero, especias, almizcle, regaliz, con complejidad, notas tostadas. Boca sabroso, cuerpo medio, buen equilibrio, nota láctica, aromático y final de grata persistencia.

Tempranillo, Mazuelo, Garnacha
16 meses en roble francés
y americano
13% vol.

Favorito Descubrimiento Compra recomendada Vino disponible en www.todovino.com
 Novedad Buena relación calidad-precio Mágnium Disponibilidad limitada.

Precios aproximados de venta al público

18,95 €

Cariñena, Garnacha y Syrah
14 meses en roble francés nuevo
14,5% vol.

Santbru Carinyenes Velles 2006

Tinto, D.O. Montsant

Portal del Montsant

Otra etiqueta de Portal del Montsant, en este caso con aspiraciones más elevadas que el Brunus que reseñábamos más arriba gracias a la presencia de una buena parte de *cariñenas* viejas que refuerzan su carácter. Estilo maduro y un punto cálido sin llegar a ser excesivo o molesto y con excelente carácter mediterráneo

que gustará mucho a los amantes del Priorat. Picota amarotado. Aroma a chocolate, fruta negra en confitura, pastelería, ahumado, chimenea, hierbas aromáticas. Sabroso, bien constituido, goloso, buena acidez en entrada y quizás una sensación algo cálida en final. Fruta bien sazónada.

En mágnium

Es, no hay duda, el formato del coleccionista. El desarrollo más lento que experimenta el vino en el envase de litro y medio permite prolongar sus mejores atributos y seguir disfrutando de sensaciones que al cabo del tiempo empiezan a perderse en las botellas de 75 cl. Es el argumento principal que justifica que un mágnium cueste algo más del doble que una botella tradicional. Para consumidores con bodega propia o un lugar en condiciones en el que almacenar el vino y que tengan además buenas dosis de paciencia.



191,45 €



100% Tempranillo
24 meses en roble francés nuevo
14,5% vol.

Amancio Mágnium 2005

Tinto, D.O.Ca. Rioja

Sierra Cantabria

Uno de los tintos míticos de la familia Eguren. Éste en concreto procede de un viñedo plantado en los años setenta por el patriarca Guillermo en su feudo de San Vicente de la Sonsierra y el vino lleva el nombre del bisabuelo de los actuales gestores de la bodega. Elegancia, concentración y madurez reunidas en la misma botella. Un tinto que despierta pasiones y constituye

una excepcional opción de guarda. Negro amarotado. Elegante fruta roja, torrefactos, hierbas aromáticas, ahumados, regaliz, excepcional madera. Fondo mineral. Boca sabroso, potente, fresco, tanino maduro y presente que se beneficiará de la evolución en botella. Paso de boca cremoso, muy aromático y final marcado por una excelente crianza.



79,95 €



100% Tempranillo
18 meses en roble francés nuevo
14% vol.

El Puntido Mágnium 2005

Tinto, D.O.Ca. Rioja

Viñedos de Párganos

Propuesta realmente asequible teniendo en cuenta el formato y la calidad de este tinto que es la imagen más representativa de la tercera bodega riojana de la familia Eguren, creada en Párganos (Laguardia) en 1998. Se elabora a partir de cepas de unos 30 años y de esta cosecha se elaboraron 60.000 botellas de for-

mato tradicional. Cereza granate. Elegante en nariz, frutos maduros, hierbas aromáticas, torrefactos, *toffee*, café, ahumados, montebajo. Boca sabroso, goloso, equilibrado, cremoso, aromático, con noble tanino y final marcado por maderas aromáticas y agradable deje amargo.

Los vinos para comprar, beber y guardar

Finca Valpiedra Magnum 2001

Tinto, D.O.Ca. Rioja

Finca Valpiedra

Apuesta en firme por el concepto de vino de finca por parte de la familia Martínez Bujanda, en este caso con la filosofía un viñedo, una bodega y un vino. Las instalaciones se erigen en medio de las 80 hectáreas con suelos de cacaterístico canto rodado que están en el origen del nombre. El magnum es una brillante opción para disfrutar de la evolución

de esta excelente cosecha 2001, una de las de más largo recorrido de esta década. Cereza granate brillante. Complejo y fino en nariz, aromas de frutos negros, especiados, tostados finos, café, juanola y tabaco. Boca sabroso, concentrado, fresco, excelente expresión tánica, amplio paso y final láctico y con recuerdos de bombón.



41,95 €



90% Tempranillo, 5% Graciano, 5% Mazuelo
20 meses en roble francés nuevo
13,5% vol.

Malleolus de Sanchomartín Magnum 2003

Tinto, D.O. Ribera del Duero

Bodegas Emilio Moro

Producción limitadísima, más si cabe en formato magnum, para esta escisión, la más cara y buscada del pago Malleolus que llevó a la familia Moro al estrellato. Como todos los vinos de esta saga es tremendamente seductor, sabroso e irresistible, en este majuelo en concreto con destacada complejidad que desarma el paladar. Un excelente 2003 para

beber desde ahora mismo y durante los próximos cinco-seis años. Picota amoratado. Elegante y complejo, aromas de frutos negros confitados, expresivo, notas especiadas, regaliz, caramelo, torrefactos. Boca potente, amplio, vivo, bien armado, muy aromático en paso de boca, con notas lácticas y balsámicas. Fino y elegante. Largo final.



118,95 €



100% Tinto Fino
24 meses en roble francés Allier
15% vol.

Marqués de Vargas Reserva Magnum 2004

Tinto, D.O.Ca. Rioja

Bodegas del Marqués de Vargas

Excelente opción de guarda dentro de un concepto riojano algo más clásico, pero lejos aún de los grandes baluartes de la tradición. Este reserva que siempre se ha caracterizado por el mérito de unir su calidad a una disponibilidad relativamente amplia, destacó con fuerza en esta excelente cosecha que en este formato

tiene aún ocho o diez años de esplendorosa vida por delante. Cereza granate. Aromas de fruta madura, balsámicos, nota de pastelería, barniz, tabaco rubio, bollería. Boca sabroso, fluido, fresco, equilibrado, amable, tanino noble y maduro. Muy aromático y con agradable textura.



29,95 €



75% Tempranillo, 10% Mazuelo, 5% Garnacha y 10% Otras
Roble francés, americano y ruso
14% vol.

Marqués de Vargas Reserva Privada Magnum 2004

Tinto, D.O.Ca. Rioja

Bodegas del Marqués de Vargas

El hermano mayor del anterior en una de las mejores cosechas de su historia. Una de las peculiaridades de este tinto es su crianza en roble ruso y, de hecho, la bodega ha sido una de las pioneras en trabajar con este origen en España. Una de las mejores añadas en la historia del Reserva Privada, si no la mejor. Muy consistente, complejo y con increíble desarrollo aro-

mático en copa. Muy fiel, por otro lado, a las señas de identidad de la zona. Picota amoratado. Complejo, fruta negra muy sazónada, balsámicos, regaliz, hinojo, café, torrefactos, láctico fresco. Boca amplio, sabroso, aromático, buena concentración y peso de fruta. Equilibrado, elegante y con viva acidez. Fluido paso de boca. Final muy largo y pleno de matices.



57,95 €



Tempranillo, Mazuelo, Garnacha y Otras
23 meses en roble ruso
14% vol.



45,95 €



75% Tempranillo, 15% Garnacha,
5% Mazuelo y 5% Graciano
Roble americano y francés
13,5% vol.

Muga Selección Especial Magnum Reserva 2004

Tinto, D.O.Ca. Rioja

Bodegas Muga

Los tintos de la familia Muga son uno de los bastiones más sólidos y reverenciados de Rioja y una opción habitual entre los coleccionistas. El Selección Especial, dentro de una gama de precios algo más asequible que sus etiquetas *top*, es una opción perfecta para guardar en añadas clásicas y de gran calidad como esta 2004. Un tinto que se crece en la

botella y capaz de deslumbrar tanto o más que otros de rango más elevado. Negro amaratado. Aroma complejo y serio, fruta negra sazónada, especias, noble madurez, pastelería, toque ahumado. Boca bien constituido, sabroso, potente a la vez que elegante, amplio, con cierta carnosidad y final complejo con gratas e intensas sensaciones.



96,95 €



Tempranillo, Garnacha y Graciano
Roble francés
13,5% vol.

Torre Muga Magnum 2005

Tinto, D.O.Ca. Rioja

Bodegas Muga

El tinto moderno de la familia Muga, bastante más caro que el Selección Especial que describíamos más arriba. Ofrece más concentración y potencia. Aunque es una marca de trayectoria más corta en el mercado, su potencial de envejecimiento es muy elevado. De hecho, será interesante ver cómo evolucionan los modernos tintos riojanos en la botella. Por su alta demanda, la moda hasta no hace tanto ha sido de con-

sumirlos prácticamente en cuanto llegaban al mercado. Apasionante descubrir su punto álgido en función de los gustos de cada coleccionista. Negro amaratado. Complejo, aromas tostados, café, mineral, fruta en confitura, ahumados, almizcle, cuero. Gran expresión. Potente a la vez que elegante, sabroso, sensación madura, taninos de excelente calidad, fresco paso de boca y final largo y persistente.



87,95 €



100% Tempranillo
20 meses en 80% roble francés
nuevo y 20% en americano
13,5% vol.

San Vicente Magnum 2004

Tinto, D.O.Ca. Rioja

Señorío de San Vicente

Elaborado por primera vez en la cosecha 91, es una de las primeras marcas modernas de Rioja, el primer proyecto que situó a la familia Eguren entre los grandes elaboradores españoles. Hace un par de años pudimos catar todas sus añadas en una vertical que demostró su gran capacidad de desarrollo en la botella. Convertido ya en un gran clásico, es sin duda una de las marcas riojanas más recomendables para la bodega

personal, donde no debería faltar entre una muy buena representación de tintos de la cosecha 2004. Picota violáceo muy bien cubierto. Complejo en nariz, frutos negros maduros, nota mineral, lácticos (nata), maderas aromáticas, balsámicos, regaliz y caramelo; florales. Boca amplio, sabroso, equilibrado, sedoso, envolvente, láctico, fluido, tanino maduro fundido. Final aromático y largo.



87,95 €



100% Tempranillo
20 meses en 80% roble francés
nuevo y 20% en americano
14% vol.

San Vicente Magnum 2005

Tinto, D.O.Ca. Rioja

Señorío de San Vicente

Al igual que sucedió en la década de los noventa con las cosechas 94-95, en esta década la sucesión 2004-2005 también fue brillante para Rioja. En el caso de San Vicente 2005 se sitúa en un nivel parejo con 2004 y resulta de nuevo una opción más que aconsejable para la bodega. Picota gra-

nate de buena capa. Aroma complejo y elegante, perfumado, maderas aromáticas, tostados, ahumados, torrefactos, frutas roja y lácticos. Boca muy sabroso, fresco, envolvente, ágil y fluido. Aromático y agradable de beber. Final marcado por elegantes aromas de su barrica.

Los vinos para comprar, beber y guardar

Valbuena 5º Año Magnum Reserva 2004

Tinto, D.O. Ribera del Duero

Bodegas Vega Sicilia

La segunda etiqueta de Vega Sicilia es, en realidad, por calidad y precio, un número uno. El estilo ha evolucionado algo más que en el Único, pero mantiene la elegancia y la distinción características de la casa. Excelente cosecha y probablemente, el mejor Valbuena de la década. Ribera del Duero con mayúsculas y con probada capacidad de envejecimiento, aunque

no les aconsejamos que lo lleven a los extremos del Único para que no pierda su deliciosa expresión frutal. Picota amoratado. Fruta en sazón, especias dulces, nota ahumada, bombón de licor, hojarasca. Aromático en boca, sabroso, untuoso, amplio, con viva acidez, taninos nobles, balsámicos (eucalipto); final muy fresco y aromático.



192,95 €



90% Tinto Fino, 10% Merlot
3 meses en tintos de 20.000 l., 16 en barricas nuevas 60% roble americano y 40% francés y 2 meses en tintos grandes de madera 13,5% vol.

Vega Sicilia Único Doble Magnum Gran Reserva 1985

Tinto, D.O. Ribera del Duero

Bodegas Vega Sicilia

Un capricho que se acerca peligrosamente a la cifra de los 3.000 euros. Para quien quiera dejar boquiabiertos a sus invitados, sea un auténtico apasionado de la marca o un coleccionista de raras joyas enológicas. En este caso al prestigio de la casa se suma el tamaño un tanto ostentoso de los tres litros. Una botella para cuidar con esmero, conservarla en las mejores condiciones posibles y acompañar su descorche de una esce-

nificación pensada al detalle. Rojo cereza brillante. Gran complejidad en nariz, intenso, expresivo, aromas de frutos rojos y negros de excelente madurez, especias, balsámicos, minerales, regaliz, cuero, tabaco. Sutiles maderas. Boca con muy buena constitución, gran equilibrio, sabroso, carnoso, elegante, taninos finos y maduros perfectamente integrados y final largo y sugerente. Compleja e intensa vía retrorrenal.



2.554,30 €



Tinto Fino y Cabernet Sauvignon
Crianza en envases de madera de distinta capacidad 13,5% vol.

Vega Sicilia Único Doble Magnum Gran Reserva 1981

Tinto, D.O. Ribera del Duero

Bodegas Vega Sicilia

Vale todo lo que hemos dicho para el vino anterior teniendo en cuenta la espectacularidad del formato. Respecto a la elección de la añada, no sería descabellado asociarla a eventos personales o fechas de especial relevancia sentimental. Ya saben que todo lo que se embotella bajo la etiqueta de Único es lo mejor de lo mejor y es una marca

que está reservada a las mejores cosechas. Rojo rubí brillante. Elegante, complejo, fruta confitada, sotobosque, fondo mineral, especiado, tabaco, fina nota de cuero. Boca con taninos pulidos y gran profundidad de sabores, buena acidez, excelente armonía; largo final con gran riqueza de matices y fino toque ahumado.



2.704,55 €



Tinto Fino y Cabernet Sauvignon
Crianza en envases de madera de distinta capacidad 13,5% vol.

Acceda a www.todovino.com/muyconfidencial para comprar una selección de los vinos reseñados en esta sección o llame al 902 010 791 (laborables de 9:00 a 19:00)



Favorito.

Vino de características singulares y que destaca entre los de su tipo. Especialmente recomendado por TodoVino



Compra recomendada.

Vino de relación calidad-precio especialmente destacada



Descubrimiento.

Vino nuevo o prácticamente desconocido que merece la pena probar



Vino disponible en www.todovino.com



Novedad.

Vino de nueva aparición en el mercado



Trébol.

Vino de buena relación calidad-precio



Mágnum.

Vino que también está disponible en formato de 1,5 l.



Disponibilidad limitada.

Vino de producción inferior a 50.000 botellas



411 bodegas...



825 vinos seleccionados...



1.339 páginas...



...la Guía TodoVino 2009



La Guía independiente y de valor añadido para el experto y el curioso

- 825 vinos seleccionados • 406 distinguidos con lacre • 21 con 3 lacres
- 411 bodegas • 40 Denominaciones de Origen y 8 Zonas sin Denominación
- 1.339 páginas • 150 páginas de índices cruzados • 50 páginas sobre el vino, cómo comprarlo, cómo y hasta cuándo guardarlo, cómo y con qué servirlo, ¿qué es un gran vino? • Calificación de los vinos por buena relación calidad-precio, por rango de precio, disponibilidad limitada, novedad y disponibilidad en formato mágnam.



todovino.com

902 010 791