



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

---

## 2 Weblogs

Norman Foster presenta su primera bodega... made in Spain  
Dos firmas de vinos españoles en la lista de las marcas más poderosas  
Casa Gran del Siurana, el proyecto de la amistad

## 5 Bodega del mes

Adegas Galegas

---

## 7 Reportaje

Champagne: bueno, caro y refrescante

Es un vino ideal para consumir en verano: fresco, de gran calidad y con un toque de *glamour* añadido. Pero dentro de esta sofisticada opción hay multitud de estilos –y precios– donde elegir

## 11 Actualidad

Vino sobre lienzo o el romanticismo del bodeguero

Un grupo de elaboradores comprometidos con el *terroir* se ha dado cuenta que hay que enseñar más viñedo y menos bodega y se pusieron manos a la obra dando la oportunidad de catar sus vinos en medio de las cepas

## 13 Vinos extranjeros

Chile, el paraíso de la relación calidad-precio

Nuestras impresiones de un viaje corto pero intenso por algunos de los viñedos y bodegas chilenas que han marcado pautas importantes para los vinos de este país

---

## 19 Muy confidencial

Toda la actualidad sobre qué vinos comprar, beber y guardar  
Novedades y nuevas añadas - Selección de blancos (II)

---

Edita: **TodoVino The Spain Wine Shop, S.L.** Dirección: Amaya Cervera

Redacción: Zorrilla, 21. 28014 Madrid. Tel.: 91 531 23 24. Fax: 91 532 60 81. **Atención al cliente:** 902 500 056 (laborables de 9:00 a 19:00).

© 2000-2007 TodoVino. Todos los derechos reservados. Queda prohibida la reproducción total o parcial por medios electrónicos y mecánicos o mediante cualquier otro sistema sin autorización previa de la empresa editora. Puede enviar sus comentarios o sugerencias a: [larevista@todovino.com](mailto:larevista@todovino.com)

TodoVino es una empresa especializada en el asesoramiento y la venta a distancia de vinos españoles a particulares a través del Club TodoVino y de la página web [www.todovino.com](http://www.todovino.com). Edita anualmente **La Guía**, la guía roja de nuestros mejores vinos, una selección de los vinos españoles más destacados.

**TodoVino recomienda el consumo responsable de vino.**

---

## Norman Foster presenta su primera bodega... made in Spain



**Lord Norman Foster acudió en persona al Casino de Madrid para explicar a los medios de comunicación el proyecto y la maqueta de Portia, la primera bodega de su carrera que se está edificando actualmente en Gumiel de Izán (Ribera del Duero) para el Grupo Faustino.**

El premiado arquitecto realizó una espontánea exposición en la que no pudo resistirse, previamente a la presentación “oficial”, a dibujar con rotulador sobre el cartel de logotipos que estaba a su espalda para desvelar paulatinamente al público la concepción y la estructura de la bodega: una flor con tres “pétalos” dibujados en torno a un corazón.

Cada pétalo, provisto de una pasarela que Foster comparó con el pasillo central de una catedral, se corresponde con una fase de elaboración (vinificación, crianza y botellero) y existe un corazón central que los comunica. En ese mismo corazón central se sitúa la zona de recepción de visitas, sala de cata, restaurante, etc. conectada visualmente tanto con el exterior (el viñedo rodeará completamente el edificio), como con las distintas salas de trabajo.

El diseño en varios niveles permitirá independizar la zona de trabajo de la de visitas. Con entradas independientes para vendimia, producto y visitantes, la bodega se beneficia de un sistema de gravedad que lleva la uva directamente a los depósitos.

Esta concepción de bodega, que supondrá una inversión por parte del Grupo Faustino de 25 millones de euros y cuya finalización está prevista para primavera de 2008, es resultado del estudio del proceso de elaboración del vino y de los interrogantes que plantea la complejidad del mismo: “¿Cómo buscar poesía en este complicado proceso? La cepa crece gracias al sol, pero la luz es enemiga del vino”, reflexionaba Foster.

El arquitecto británico, que especificó que el

proyecto había sido llevado a cabo por un equipo de 10 personas, mostró su satisfacción por tener la “oportunidad de reinventar lo que debe ser la naturaleza de un edificio de este tipo”.

Norman Foster estuvo acompañado en la presentación por Julio Faustino, responsable del desarrollo y expansión de la firma riojana en las últimas décadas y el director general del grupo José Luis Fernández de Jubera.

En la actualidad el grupo Faustino suma tres bodegas en Rioja (Faustino, Campillo y Marqués de Vitoria), una en Navarra y otra en La Mancha, además de este nuevo proyecto de Ribera del Duero bautizado como Portia. Faustino es el primer exportador de grandes reservas de Rioja con un 27% del total; exporta a 79 países, posee 1.998 hectáreas de viñedos en propiedad, 89.700 barricas y cuenta con una capacidad productiva de 21 millones de kilos de uva.

Respecto al nombre de la nueva firma de Ribera del Duero, Fernández de Jubera recordó que “portia”, que quiere decir “ofrenda” en latín, se presenta como el “homenaje de Julio Faustino a todos sus clientes y amigos, pero es también el nombre del séptimo satélite de Urano, el planeta que representa la innovación, el descubrimiento, lo original y lo rebelde”.

A quienes les cueste imaginar de esta guisa a un grupo tan “tranquilo” y tradicional como Faustino, quizás habría que recordarles lo que fue Campillo en su día y en el contexto de principios de los noventa: un “palacio” para el vino que unió el concepto de *château* a una arquitectura ansiosa por deslumbrar y reforzar la imagen de calidad y exclusividad de la marca.

Portia sin duda se situará junto a las “grandes” bodegas españolas del siglo XXI. Y la aportación de Foster contribuirá a llevar el vino más allá de sus círculos habituales.

**Portia, sin duda, se situará entre las grandes bodegas españolas del siglo XXI y la aportación de Foster contribuirá a llevar el vino más allá de sus círculos habituales**

## Dos firmas de vinos españoles en la lista de las marcas más poderosas

**Freixenet y Torres figuran en los puestos 44 y 89 respectivamente del ranking *The Power 100* en su edición de 2007, el informe anual que realiza la compañía británica Intangible Business sobre el mercado de vinos y bebidas espirituosas y que valoran sus marcas más poderosas (entendiendo ese “poder” como “la capacidad de la marca para general valor para su propietario”). Constituyen la única representación española de la lista junto a la ginebra Larios.**

Freixenet, que era el único representante del sector vinícola español en la anterior edición del ranking, está acompañado este año por Torres, elegido, según se puede leer en el estudio, por su crecimiento en el mercado doméstico y en los mercados clave de Reino Unido y Estados Unidos, lo que le da un mejor posicionamiento y mayores oportunidades de establecer marcas globales.

La lista está elaborada por un panel de 10 expertos que puntúa de 0 a 10 los siguientes aspectos para cada una de las marcas: cuota de mercado, crecimiento (en los últimos 10 años y tendencia de futuro), posicionamiento de precio, número de mercados en los que está presente, conocimiento de la marca, relevancia (capacidad de la marca para generar la compra), herencia (historia e introducción en la cultura de los distintos mercados) y percepción (fidelidad).

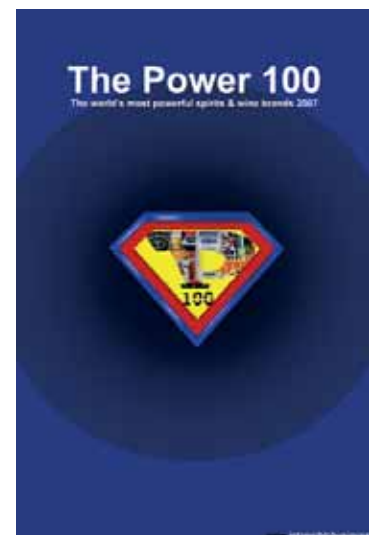
En un ranking que sigue liderado por Smirnoff y que prácticamente no ha experimentado variaciones en sus diez primeros puestos respecto al año anterior (a Smirnoff siguen Bacardi, Johnnie Walker, Martini, Stolichnaya, Hennessy, Absolut, Jack Daniel's, Chivas Regal y Bailey's), el primer nombre del mundo del vino es Moët & Chandon en el puesto 15.

Los espumosos –o habría que decir más bien el champagne– siguen siendo una categoría de peso. Tras Moët & Chandon, figura Veuve Clicquot (en el puesto 25), Mumm (74), Laurent Perrier (76), Piper Heidsieck (81), Dom Pérignon (84), Taittinger (91), Nicolas Feuillatte (97) y Lanson (99). Hay que destacar que Freixenet se cuela en el puesto 44 como la tercera marca de espumosos más potente del planeta y que Dom Pérignon es la mejor posicionada del centenar de marcas seleccionadas en el estudio por su posicionamiento de precio en el mercado.

Dejando fuera las burbujas, las referencias vinícolas se las reparten el gigante norteamericano Gallo en el puesto 17, seguido del también norteamericano Hardy's (21), Concha y Toro (Chile, 24), Robert Mondavi (EE.UU., 36), Yellow Tail (Australia, 43), Jacob's Creek (Australia, 47), Lindemans (Australia, 50), Sutter Home (EE.UU., 56), Blossom Hill (EE.UU., 65), Rosemount (Australia, 65), Kendall Jackson, (EE.UU., 82), Penfolds (Australia, 83), Wolf Blass (Australia, 85), Banrock Station (Australia, 88) y Torres (España, 89).

Lo que nos vuelve a hacer reflexionar sobre la incapacidad de la industria vinícola europea (exceptuando Champagne) para crear marcas y la gran preponderancia en este capítulo del Nuevo Mundo. La fulgurante entrada de Yellow Tail en la lista es la prueba de una carrera meteórica que ha sido definida como “el fenómeno de la última década”.

No obstante el estudio advierte de que “el crecimiento de Yellow Tail ha sido astronómico, pero como ocurrió con el rosado Mateus en los setenta, el gran reto para la familia Casella será ver si ese crecimiento es sostenible en el tiempo. Para asegurar la longevidad de la marca será clave el manteni-



La clave para jugar en la arena de grandes producciones es hacer un producto con unas señas de identidad perfectamente definidas que se mantengan por encima de las añadas y la climatología

miento de su relevancia a medida que evoluciona el gusto de los consumidores”.

Pendiente de consolidar su posición en el mercado, para los expertos que elaboran el *Power 100* el caso de Yellow Tail es además el mejor ejemplo de una tendencia que va cobrando cada vez más fuerza en el vino: “La importancia del país de origen y la variedad de uva está disminuyendo en beneficio de la marca (...) El contenido no es ya tan importante como la imagen”. Es, sin duda, un punto serio de reflexión para

los grandes elaboradores que aspiren a crear marcas globales.

La clave para jugar en esta arena de grandes producciones sigue siendo la de hacer un producto con unas señas de identidad perfectamente definidas que se mantengan por encima de las características de las añadas y la climatología. Algo, paradójicamente, que parece ir contra la misma naturaleza del vino, pero que tanto los elaboradores de Champagne como algunas empresas vinícolas del Nuevo Mundo saben hacer a las mil maravillas.

## Casa Gran del Siurana, el proyecto de la amistad



En la base de estos vinos está la combinación de dos fincas de características diferentes y ubicadas en el municipio de Bellmunt del Priorat

**Ha nacido un nuevo proyecto en el Priorat, probablemente uno de esos que dará que hablar. La idea surge de Javier Suqué, propietario de Castillo de Perelada, que conoce muy bien la zona gracias a su participación en Cims de Porrera, y que consiguió implicar en el proyecto nada más y nada menos que a 70 amigos.**

Aunque en este caso, su idea era más bien elaborar un priorat al estilo “Garbet”, su increíble viñedo en ladera que mira fijamente al mar en la Costa Brava y del que nace uno de los syrahs más increíbles de España. De ahí que el vino estrella de esta nueva firma, el Gran Cruor que se estrena con la añada 2004, lleve hasta un 80% de esta variedad en un *coupage* completado por un 10% de *cariñena* y otro 10% de *cabernet sauvignon*. Con predominancia atípica de una uva foránea, es un priorat fresco, moderno y serio, con notas de fruta madura en confitura, chocolate (bombón), balsámicos, florales y recuerdo de café, *toffee* y regaliz, mientras que en boca destaca por su sabrosidad y amplitud.

Se situará en el mercado en el entorno de los 40 €, bastante por encima de su compañero Cruor, que por unos 19 € combina *garnacha* (40%), *cabernet sauvignon* (30%), *syrah*

(20%) y *merlot* (10%). La diferencia de producción también es importante entre las poco más 3.200 botellas del primero y las 33.124 que se han elaborado en la añada 2004 de un Cruor fresco, sedoso y equilibrado con abundantes notas balsámicas, a regaliz y maderas aromáticas.

En la base de estos vinos está la combinación de dos fincas de características diferentes y ubicadas en el municipio de Bellmunt del Priorat: por un lado, la Casa Gran, asentada en el llano, de suelo francoarcilloso y, por otro, La Fredat (en la foto), en terreno montañoso (terrazas y pendientes) sobre los característicos suelos pizarrosos de la zona (*llicorella*).

La futura bodega se edificará en la finca del llano, la Casa Gran, cuyo nombre viene de una edificación de 300 años de antigüedad que fue sede de los monjes cartujos de Scala Dei. De hecho, para los vinos también se han buscado nombres de reminiscencias latinas y monásticas, ya que Cruor significa “lágrima de sangre”.

Lo más meritorio, la calidad de unos vinos elaborados con cepas en su primer y segundo año de producción, reafirmada por la cata que pudimos realizar de la cosecha 2005 de futura aparición en el mercado.

## D.O. Rías Baixas

# Adegas Galegas

Desde sus cuarteles generales de Salvaterra do Miño, en Pontevedra, esta bodega ha sido pieza clave para la evolución de los blancos de *albariño*. Con la experimentación como bandera, su amplia gama de vinos refleja las múltiples posibilidades en el trabajo con nuestra uva blanca más internacional.

En la historia del club les hemos ofrecido con frecuencia vinos de *albariño*, una de nuestras grandes uvas blancas. Y este mes queremos presentarles una pequeña variante sin cambiar de variedad ni de zona. Se trata de un *albariño* fermentado en barrica, a nuestros ojos uno de los mejores entre los aparecidos en el mercado en los últimos meses, firmado por la bodega pionera en este tipo de elaboraciones y que consigue una perfecta armonía entre el roble y nuestra uva gallega más famosa.

La Denominación de Origen Rías Baixas, ubicada en la provincia de Pontevedra, se ha convertido en una de las grandes referencias de blancos españoles a nivel internacional gracias a la personalidad, singularidad y calidad de la variedad *albariño*. El clima marcadamente atlántico de la zona les confiere una frescura única, gran intensidad aromática y, con frecuencia, un agradable toque salino. Cuando los elaboradores intentaron elevar aún más el nivel de sus blancos y hacerlos más longevos optaron por dos caminos: la crianza de los mejores vinos en depósito con sus lías o restos de levaduras resultantes de la fermentación que aportan un mayor carácter a los vinos (comparable a una filosofía centroeuropea de *riesling*) o la elaboración en barrica (siguiendo el modelo borgoñón de la *chardonnay*).

Si la primera vía se ha considerado normalmente como la más adecuada para las características particulares de la *albariño*, en especial de cara a la conservación de su vertiente fragante y aromática, en la segunda Adegas Galegas fue la primera en conseguir un adecuado y elegante equilibrio entre fruta y madera y mantener unos resultados que muy pocos

han conseguido igualar. Estamos, sin duda, ante uno de los mejores blancos gallegos y ante la marca pionera en el empleo y estudio del roble más adecuado para la *albariño*.

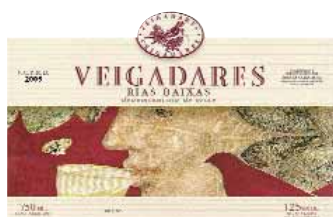
Adegas Galegas, la bodega que elabora este blanco elegante y armónico, es responsable también de marcas de renombre como Pedro de Soutomaior o Rubines, así como de un Gran Veigadares de muy escasa producción (apenas 3.000 botellas) y elevado precio. Su gama de vinos está diseñada para cubrir un mercado amplio, desde correctas etiquetas comerciales hasta los blancos más actuales y personales, producto de las nuevas elaboraciones y de la experimentación, lo que le ha permitido dominar magistralmente la barrica o crear productos tan curiosos como un *albariño* de maceración en nieve carbónica.

Adegas Galegas, con Pepe Rodríguez como gran cabeza visible, constituye el núcleo principal y el motor del Grupo Galiciano que, en poco más de una década, se ha extendido desde Rías Baixas hacia Valdeorras, Montsant, Bierzo, Tierra de León y el Alto Douro portugués. Es hoy un grupo con clara vocación expansiva gracias a su capacidad investigadora, su falta de ideas preconcebidas y la total creencia en el gran futuro de la *albariño* como el vino blanco español más internacional.

Y, sin duda, los vinos blancos con barrica de la línea Veigadares, que fueron pioneros en su día, se encuentran entre los mejores de nuestro país: finos y sutiles, carnosos y expresivos. Una nueva dimensión de blancos españoles que se expresan en clave de elegancia y armonía y que todo buen aficionado debería conocer y probar.



**Adegas Galegas fue la primera bodega en conseguir un adecuado equilibrio entre albariño y madera y mantener unos resultados que muy pocos han conseguido igualar**



## Selección Canal Cocina julio 2007

### Veigadares 2005

Blanco, D.O. Rías Baixas

11,95 €



2000: 2003:

#### Opiniones sobre el vino

Con una producción nada desdeñable de 140.000 botellas, Veigadares es un vino de gran mérito. Nació con la pretensión de aprobar y desterrar la asignatura pendiente del blanco con barrica y, tras su aparición con la añada 95, muchas de sus cosechas lo han conseguido con nota, en especial las primeras, y, de vuelta a sus orígenes, también estas últimas. De hecho, en el histórico de *La Guía TodoVino* han conseguido "lacre" las añadas 2000, 2003 y esta 2005, que coincide además con un año de excelente calidad en Rías Baixas. Estamos ante un blanco intenso, complejo, con cuerpo, untuoso y con gran expresión de la variedad, aunque en esta ocasión la *albariño* se deja acompañar por un pequeño porcentaje de *treixadura* y *loureira* como es costumbre en la subzona de Condado donde se asienta la bodega. Un vino que ofrece una excelente evolución en botella y cuyo mayor mérito es la excelente armonía entre la fruta y su muy sutil y elegante madera.

#### Nota de Cata

**Aspecto:** Amarillo pajizo

**Aroma:** Franco y fino en nariz, con notas de fruta de hueso (melocotón), hierbas aromáticas, sensación cítrica agradable y sutil madera

**Gusto:** Sabroso, graso, seco, con buena acidez, paso frutal con recuerdos de gratas maderas. Final expresivo de buena longitud y con notas de fruta madura.

#### Otras características

**Tipo de suelo:** Franco-arenoso

**Variedades de uva:** 85% Albariño, 10% Treixadura, 5% Loureiro

**Tipo y capacidad de botella:** Borgoñesa de 75 cl.

**Elaboración y crianza:** 6 meses en barrica de roble francés

**Temperatura de servicio:** 7º C

**Grado:** 12,5% vol.

**Tiempo de conservación:** El aporte extra de la madera permitirá que la *albariño* evolucione positivamente durante este año y el que viene. Un blanco que se mantendrá en plena forma hasta 2009

**Acompañamiento:** Por su mayor estructura, aceptará pescados y mariscos con acompañamientos de salsas, así como carnes blancas. También ideal para arroces, verduras y algunos platos de cocinas orientales.

11,95 € botella (IVA incluido)

Solicite su adhesión al Club e información sobre selecciones de meses anteriores  
Atención al cliente: 902 500 056 (laborables, de 9:00 a 19:00)  
canalcocina@todovino.com

Novedad   
Buena relación calidad-precio   
Mágnium   
Disponibilidad limitada

# Champagne: bueno, caro y refrescante

Olvídese del champagne si es muy mirado con su bolsillo. El champagne es uno de los vinos más caros del mundo, aunque la gran mayoría de aficionados está dispuesto alguna, varias o bastantes veces a tirar la casa por la ventana. En el fondo, tiene sus ventajas: la media de calidad suele ser alta, tener una botella en la mesa es signo de distinción, hay tantos estilos como ocasiones de consumo y, en verano, es el rey.

A diferencia de lo que sucede con los tintos en algunos establecimientos poco profesionalizados, es muy difícil que durante sus vacaciones no le sirvan el champagne a la temperatura adecuada. Por otro lado, la viva acidez de este espumoso, el más famoso del mundo, conseguida de forma natural gracias a una latitud septentrional en una zona límite de cultivo, asegura una sucesión de sorbos vibrantes y refrescantes. ¿Se imagina mayor lujo que disfrutar de una copa de champagne frente al mar?

Pero además, el champagne ha conseguido vender mucho más de lo que hay en la botella. Ninguna otra bebida se asocia tan claramente a conceptos como lujo, *glamour*, celebración, exclusividad o sofisticación. En este sentido, es mucho más que un vino.

Quizás también por eso su precio es más elevado. Las uvas con las que se elabora, las más caras del mundo, explican sólo en parte

está situación que el consumidor ha aceptado prácticamente desde siempre. Luego está la marca, el lujoso envoltorio y la lista de personajes famosos asociados a cada una de las etiquetas: desde Catalina la Grande de Rusia, pasando por Sir Winston Churchill hasta James Bond.

### Las mil caras del champagne

En la tienda –porque ya sabemos que los precios suben notablemente en la restauración– podemos adquirir una botella de champagne a partir de poco más de 20 euros, aunque las marcas de más renombre se acercarán más a los 30 € o incluso los superarán. Estamos hablando del producto básico de cada casa: un brut sin añada, mezcla de distintas uvas y cosechas.

Este concepto de mezcla que los franceses denominan elegantemente *ensamblage* es el “abc” de la zona. Las carencias de las cosechas más flojas se suplen con los vinos “de



**Ninguna otra bebida se asocia tan claramente a conceptos como lujo, exclusividad o sofisticación**



Los bruts básicos de cada casa pueden encontrarse en el mercado a partir de poco más de 20 €, aunque en el caso de las marcas de más renombre se acercarán más a los 30 €

reserva”, guardados celosamente por cada casa, no sólo para poder crear un producto final de calidad, sino para poder ofrecer su sabor y estilo característico y poder mantener así la identidad de marca. El encaje de bolillos se prolonga en el viñedo con la mezcla de tres variedades de uva: la blanca *chardonnay* y las tintas *pinot noir* y *pinot meunier* y las calidades de los distintos viñedos, perfectamente clasificados y entre los que destacan la máxima categoría de *grand cru* y la segunda de *premier cru*.

Los precios tienden a incrementarse en el caso de los *millésime* o *vintages*, champagnes de una añada concreta que figura como tal en la etiqueta y cuya elaboración es posible porque la climatología y condiciones de esa cosecha fueron especialmente favorables.

Y lo mismo cabe decir de otras elaboraciones especiales como los *blancs de blancs*, elaborados exclusivamente con *chardonnay*; los *blancs de noirs*, que emplean sólo uvas tintas, los *brut sauvage* o *zero dosage*, que no incorporan azúcar en el licor de expedición; y en muchos casos también los *rosés* (rosados), una categoría sujeta a producciones más limitadas, pero cuya demanda se ha incrementado notablemente en los últimos tiempos. Sin olvidar que todos estos tipos pueden ofrecerse o no en versión *millésime*.

En la cúspide de la pirámide, donde sólo hay sitio para unos pocos, están las propuestas más cuidadas de cada casa, cada una con su propio estilo para diferenciarse del resto y precios en el entorno de los 100 € o incluso superiores. En ellas el champagne alcanza el clímax de la exclusividad.

Dicho esto, la mayoría de ustedes se preguntará: ¿Y qué me tomo yo?, seguramente queriendo acercarse más los 30 € que a esos 100 € que podrían conseguir indigestarle la celebración.

Por suerte, el relativo éxito del champagne en España (es el vino extranjero de calidad más apreciado y demandado) está permitiendo introducir nuevas marcas y estilos que ponen a disposición del consumidor mayores opciones de compra, restringidas, eso sí, vayan haciéndose a la idea, a estable-

cimientos especializados y a restauración de cierto nivel.

Varios acontecimientos y presentaciones realizadas en las últimas semanas en Madrid nos han permitido catar una gran diversidad de champagnes y ofrecerle una lista de sugerencias para probar este verano o en cualquier otro momento del año. El más importante, sin duda, es el Salón del Champagne: una jornada organizada a modo de *show room* que reúne a un nutrido grupo de elaboradores, este año además con el aliciente de haber trasladado su fecha habitual de celebración de noviembre a junio. Y a éste hay que sumar la cata de los champagnes Pol Roger que incluyó una lujosa vertical de su *cuvée prestige* Sir Winston Churchill (ver cuadro al final del artículo), la presentación de la nueva añada del Moët & Chandon Grand Vintage y la comida organizada para dar a conocer la pequeña firma de Épernay Bauget-Jouette.

Lo que sigue es una pequeña lista de recomendaciones en la que los precios de venta al público son aproximaciones facilitadas por los importadores y distribuidores.

#### Viva la diferencia

**Exótico.** El **Inflorescence** es un original y asequible *blanc de noirs* (un champagne blanco elaborado a partir de uvas tintas) que firma el viticultor Cédric Bouchard. Muy apto para acompañar la comida (incluida la cocina oriental), no desentonaría tampoco como aperitivo intenso y desenfadado. Por su intenso carácter frutal (maracuyá, mandarina) en nariz, su gran sabrosidad en boca y un final con guiños de frutos rojos podría muy bien ocupar el lugar de un rosado. Unos 27 €.

**Mirando el precio.** Aunque más difíciles de conseguir, los champagnes de las bodegas más pequeñas y modestas ofrecen precios más ajustados. El **Bauget-Jouette Carte Blanche Brut**, que se situará en el mercado en el entorno de los 25 € es perfectamente equilibrado, con la burbuja bien ensamblada y un agradable punto cremoso. Otra opción es **De Saint Gall Brut Tradition**, una marca tras la que está la Unión de Champagne que aglutina a 800 viticultores de 12 cooperativas. Es frutal (manzana, cítri-

cos), fresco, con muy buena acidez y un agradable amargor final que limpia. Un excelente champagne para el aperitivo. Pagando algo más, los 35 € del **Charles Heidsieck Brut Réserve** se puede saborear el estilo tostado y maduro de los champagnes de gran personalidad: intenso, pan tostado, con carácter, estructurado en boca, cremoso y agradable final con recuerdos de pomelo.

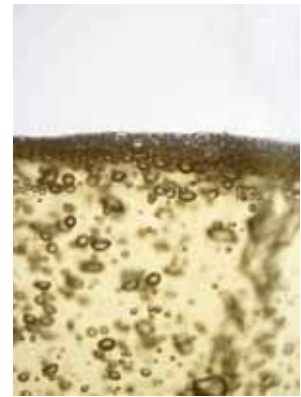
**Atinando con los millésimes.** La firma **Ayala**, recientemente adquirida por Bollinger y distribuida en España por La Rioja Alta, mantiene en el mercado su *millésime* 1996, una añada con mayúsculas. Por unos 38 € podrá disfrutar de su frescura, complejidad (hierbas, ansiados, pan grillé) y equilibrio; en plena forma y a muy buen precio. Algo más caro (unos 45 €) el **Lanson 1997** es sutil y complejo, con burbuja cremosa y una vibrante acidez que le augura larga vida. No hay que olvidar que la tradición de la casa es evitar la maloláctica para dar a sus champagnes mayor potencial de envejecimiento. En similar línea de precios (45-50 €) el **Pol Roger Brut Vintage 1998** es otra excelente apuesta de champagne de añada que no defraudará: complejo, aromas a compota de manzana, hinojo, bollería y con un perfecto equilibrio dulce-ácido-amargo en boca. Por su parte, **Moët & Chandon** acaba de sacar al mercado su Grand Vintage 2000, una opción de añada más reciente que ofrece abundantes notas a *toffee* y a pastelería fina. Es sabroso y seco en boca, con el carbónico bien integrado, burbuja fina y cremosa, y agradable amargor final (en el entorno de los 40 €). Otra sugerencia de una firma especialista en *pinot noir* es el **Drappier 2000**: complejo, amielado, flor marchita, potente y corpulento en boca, con buena acidez y gran personalidad.

**Descubrimientos.** El elaborador que más nos impactó fue la firma François Hemart, situada en Äy, donde presume de poseer algunas de las viñas más soleadas de Champagne y donde reina la *pinot noir*. De las muestras que probamos nos quedamos con dos referencias que se apoyan en un 70% en esta variedad. **François Hemart Brut Grand Cru**, que se comercializa entre los 35 y 40 €, muy frutal (manzana madura,

fruta escarchada), anisados, pastelería fina. Sabroso y maduro en boca, burbuja cremosa y con agradables sensaciones de golosidad bien equilibradas con la acidez. Y para quien quiera tirar la casa por la ventana y presumir de *connoisseur*, un champagne habitual en algunos cotizados tres estrellas Michelin franceses en el entorno de los 1170 €, el **Henri Giraud Grand Cru 1998**. Dorado intenso. Complejo, elegante, flor marchita, tostados, bollería fina. Boca amplio, carnoso, profundo, amielados, cítricos (limón), gran dimensión, escaso carbónico, más en la línea de un gran vino blanco y con un nítido nervio de acidez que recorre la boca y prolonga largamente los sabores.

**En clave de chardonnay.** La pequeña firma **Jacques Lassaigne**, con cinco hectáreas de viñedo de esta uva blanca, elabora por unos 35-40 € un champagne fino y fresco llamado **Le Cotet**: amplio en boca, sabroso y con perfecta acidez que prolonga las notas cítricas (pomelo). Por un poco más, en el entorno de los 45 €, su champagne de la añada 2003, sin azúcar en el licor de expedición y a partir de viñas viejas ofrece una versión frutal y fresca (manzana madura, hierbas en infusión) con una boca sutil, de finísima burbuja, con carácter y buena persistencia.

**Algunas propuestas exclusivas.** Además de la vertical de Winston Churchill que aparece detallada a continuación, nos gustaría destacar, por su moderación en el precio la **Cuvée Jouette**, que lleva el nombre de la viuda fundadora de la pequeña maison Bauguet Jouette. Con seis años de crianza y un *coupage* al 50% de *chardonnay* y *pinot noir*, se comercializará en España en el entorno de los 65 €. Es tostado, complejo, con notas de fruta escarchada, mantequilla y frutos secos. Sabroso, con cierta estructura, pero elegante y de fina burbuja. Y de una de las firmas más grandes (en tamaño) de Champagne, Nicolas Feuillatte, nos sorprendió agradablemente su marca *top*: **Premiers d'Or**, con ocho años de crianza sobre lías, muy complejo en nariz (miel, flor marchita, fruta madura), intenso y sabroso en boca, con gran textura, buen equilibrio con la acidez y final cítrico. Un champagne serio y envuelto en una original botella negra que se sitúa en los 100 €.





Coincidiendo con el décimo aniversario de la muerte del político inglés, la *maison* Pol Roger creó una *cuvée* prestigio inspirada en el que fue su cliente más fiel y carismático

### CUVÉE SIR WINSTON CHURCHILL, EN VERTICAL

Durante toda su vida, Winston Churchill fue un fiel consumidor de Pol Roger. Prueba de ello es que bautizó con este nombre a su caballo favorito. De hecho, la familia elaboradora de este champagne que siempre ha gozado de gran predicamento para los ingleses, era de los pocos privilegiados que conocía prácticamente en todo momento el paradero del político inglés

En 1975 y coincidiendo con el décimo aniversario de su muerte, la *maison* Pol Roger creó una *cuvée* prestigio inspirada en el que fue su cliente más fiel y carismático. Elaborada a partir de uvas de *pinot noir* y *chardonnay* procedentes de viñedos con la máxima categoría de calidad (*grand cru*) y en una proporción secreta, el objetivo era conseguir un champagne con gran carácter, a la altura del espíritu indomable de Churchill. Se trata de un *millésime*, un champagne de añada, que sólo se elabora en cosechas de gran calidad. En tienda, el precio de la botella de 75 cl. oscila entre los 120 y 140 €.

Hubert de Billy, miembro de la quinta generación de la familia que dirigió la vertical celebrada recientemente en Madrid y presumió de poseer en sus siete kilómetros de galerías la cava más fría de toda Champagne, aseguró que la *cuvée* Sir Winston Churchill sería el champagne que bebería hoy el político inglés: “Un champagne estructurado, apoyado en la *pinot noir* y pensado para comer”.

**Pol Roger Cuvée Sir Winston Churchill 1996.** Es la gran añada de la década de los noventa y, realmente, se nota. Está inmensa y con una potencia fuera de lo común dentro de un estilo de champagne que ya de por sí se caracteriza por su carácter corpulento y robusto. Con mucho desarrollo por delante en la botella, casi resultaba joven; ganará en complejidad. Amarillo vivo matiz verdoso. Aroma intenso, con gran carácter, notas tostadas (*toffee, praliné*), regaliz. Boca muy amplio, potente y estructurado, seco, equilibrado, con gran peso en el paladar y una vibrante acidez que prolonga largamente los sabores.

**Pol Roger Cuvée Sir Winston Churchill 1995.** Amarillo matiz dorado. Algo menos intensa que la añada anterior y más delicada, con ligeras notas de petróleo que dan paso a fruta en compota (orejones), pan tostado, bollería fina y *toffee*. Boca muy sabroso, algo menos intenso también que el 96, pero más redondo, cremoso, equilibrado, con agradables notas tostadas y buena persistencia. Se bebe con gran agrado y está en un momento perfecto.

**Pol Roger Cuvée Sir Winston Churchill 1993.** Amarillo dorado. Con gran frescura en nariz, fruta compotada (ciruelas, albaricoque), flor marchita, muy complejo, bollería, moka. Boca sabroso, amplio, con burbuja cremosa y agradables notas tostadas, con viva acidez que se mantiene en final de boca dando longitud.

**Pol Roger Cuvée Sir Winston Churchill 1990.** Dorado. No muy intenso en nariz, pero complejo: flor marchita, anisados, pan de especias, fruta escarchada. Boca amplio, potente, estructurado, con acidez muy bien integrada y largo final. Por su corpulencia, se acerca a la cosecha 96, aunque marcado por un mayor evolución en el tiempo.

# Vino sobre lienzo

## o el romanticismo del bodeguero

El vino se hace en el viñedo ¿Qué les podría contar sobre eso un elaborador que tuviera todo el tiempo del mundo para explayarse? Una posible respuesta es lo que vivimos los días 3 y 4 de junio durante el II Encuentro Vino sobre Lienzo celebrado en Rioja.

Para aquellos que no hayan oído hablar de este evento, les ponemos en antecedentes. Es un encuentro que parte de la colaboración de seis bodegas, tres riojanas, una del Priorat, otra del Penedés y, por último, una de Montilla-Moriles que, coordinadas por Esther Plaza (Casa Esther Delicatessen), buscan transmitirnos su particular visión del mundo del vino. Una visión que va más allá del simple hecho de mostrar sus instalaciones y catar sus vinos y revestida de una frescura y originalidad poco común en los últimos tiempos.

En su primera edición, celebrada el año pasado, la zona elegida fue el Priorat, concretamente la “casa” de René Barbier (Clos Mogador). Periodistas de diferentes ámbitos de la comunicación pudieron escuchar y debatir sobre la visión que estas seis bodegas tienen del mundo del vino.

Pero centrémonos en el II Encuentro, ya que asistimos y vivimos *in situ* las diferentes

actividades que nos tenían preparadas para estos dos días. De un lado la prensa, vinícola, general y de otras tendencias, y del otro los verdaderos protagonistas: las bodegas, con sus respectivos “padres” al frente: Alvear, Can Ràfols dels Caus, Clos Mogador, López Heredia-Viña Tondonia, Roda y Señorío de San Vicente.

La jornada comenzó con una cena de bienvenida en la que las cabezas visibles de las bodegas participantes nos transmitieron sus inquietudes, versiones de elaboración, situación actual del mundo del vino y, por último, el romanticismo que hay detrás de cada botella elaborada.

El primero en intervenir fue Agustín Santolaya, director general de Bodegas Roda, quien explicó en nombre de todos los participantes la filosofía de la iniciativa “Vino sobre Lienzo”. Nos quedamos con sus palabras acerca del viñedo, verdadero protagonista del evento: “A todas las bodegas les



**A todas las bodegas les da por enseñar la sala de barricas, pero el verdadero factor diferencial es el viñedo**



da por enseñar la sala de barricas, cuando las barricas son las mismas en España, Francia o Chile, y cuestan lo mismo. El verdadero factor diferencial es el viñedo”.

René Barbier, creador del excelente Clos Mogador del Priorat, se dirigió a los presentes en términos similares. René, un romántico y un bohemio, expuso una visión del vino centrada también en el viñedo, el suelo, la personalidad de una zona y el cuidado en la elaboración.

Por último, Carlos Esteva de Can Ràfols dels Caus (Penedès) insistió en la importancia del viñedo, la selección y las variedades; en definitiva, en su obsesión por buscar la personalidad de lo autóctono.

Por parte de R. López Heredia contábamos con la entrañable presencia de María José López de Heredia; de Señorío de San Vicente asistió su plana mayor (Marcos y Miguel Ángel Eguren, Jesús Sáez y José Manuel Azofra), lo que indica la importancia que la firma otorgaba al encuentro y, por último, por parte de Alvear, Fernando Jiménez de Alvear, gran defensor de los vinos generosos de Montilla-Moriles.

A ésta que podríamos llamar parte “teórica” del encuentro, siguió una jornada “práctica” en la que las bodegas echaron el resto. Se trataba básicamente de visitar las tres bodegas riojanas de grupo (Roda, López Heredia y Señorío de San Vicente) o, mejor dicho, de visitar un viñedo de cada una de ellas. Y en este punto reside precisamente la originalidad de “Vino Sobre Lienzo”. Nada de naves de elaboración, barricas o trenes de embotellado. Nada de catar sentados en salas tipo

laboratorios. En un entorno bastante más ameno e instructivo, en cada viñedo nos esperaban las cepas: *tempranillos, garnachas, graciosos, mazuelos...* y una excepcional carpa que hizo las veces de sala de cata al aire libre. Les puedo asegurar que hasta las palabras de Marcos Eguren, Agustín Santolaya, María José López de Heredia o Fernando Jiménez de Alvear sonaban diferentes en este marco.

Original y romántico a la vez. Comprábamos *in situ* una a una las palabras empleadas por los elaboradores: tipo de plantación, variedades, injertos, conducciones, goteos, etc. Eso sí, adornados los comentarios con el cariño y devoción que los protagonistas ponían en sus palabras. Tras las explicaciones, a degustar los vinos. Y estarán con nosotros que en la viña, con un día excelente y una carpa maravillosa es imposible que el vino no de la talla. Y más si los vinos que se degustaron o bebieron son San Vicente, Amancio, Roda, Cirsion o Viña Tondonia.

En cada viñedo, sus protagonistas intercambiaron impresiones con los presentes sobre viñedo, uvas, suelos, microclimas... y todos juntos catamos algunos de los vinos que salen de esas cepas.

Al final muchos de los asistentes se preguntaban cuándo y dónde se celebraría el tercer encuentro. Y casi con toda seguridad les adelantamos que el “lienzo” se pondrá el año que viene en Montilla-Moriles. Sólo esperamos asistir (es decir; que nos inviten) y poder contarles desde los mismísimos viñedos de Alvear cómo se comporta la *pedro ximénez*.

# Chile: el paraíso de la relación calidad-precio

La cata a bordo de la que saldrá la carta de la Clase Business Plus de Iberia para el próximo trimestre agosto-octubre de 2007 fue la excusa perfecta para poder cruzar el charco y conocer de primera mano algunas significativas bodegas chilenas. En este viaje realizado a mediados de mayo por cuatro miembros del comité de cata de TodoVino, justo en los últimos coletazos de la vendimia, lo que más nos impresionó fue la gran relación calidad-precio de los vinos entre 6 y 15 €.

Con apenas dos días de tiempo real para efectuar las visitas y una agenda apretada, optamos por centrarnos en la zona tradicional e histórica del país, el valle de Maipo, que se extiende prácticamente a la afueras de Santiago de Chile y descubrir los viñedos en laderas del valle de Apalta, situados en la región de Colchagua, unos 150 kilómetros al sur de la capital. Viña Montes, pionera en plantar cepas en la montaña era una de las citas obligadas.

No obstante, siendo nuestro primer viaje, era inevitable visitar al mayor productor y exportador de vinos chilenos, Concha y Toro, con viñedos repartidos por todo el país y marcas presentes en todos los segmentos de calidad.

En nuestro punto de mira estaban también algunas de las nuevas bodegas *boutique* que aspiran a elaborar vinos que se codeen con los mejores del mundo. La más conocida es Almaviva, fruto de una *joint-venture* entre la propia Concha y Toro y Baron Philippe de Rothschild (una repetición en América del Sur de la que fue exitosa unión en su día entre estos mismos Rothschild y los Mondavi californianos para crear el famoso cabernet Opus One), pero nos acercamos también a Clos Apalta, el impresionante y muy sofisticado proyecto de la familia Marnier-Lapostolle, propietaria de la cercana Casa Lapostolle y del licor Grand Marnier.

A mediados de mayo, las únicas uvas que quedaban por recoger en los lugares que visitamos irían destinadas a los vinos más altos de gama. Aprovechando el buen tiempo y unas elevadas temperaturas diurnas para esas fechas, los enólogos intentaban alargar al máximo la madurez de sus racimos en sus mejores viñedos.

Tanto en Almaviva como en Viña Montes y Clos Apalta, las mesas de selección estaban en su apogeo. De las “gamelas”, como llaman en Chile a las cajas con las que se recoge la vendimia, pudimos catar algún grano de la cosecha 2007. ¡Qué diferencia entre el duro hollejo de la *cabernet sauvignon* y la tremenda dulzura y suavidad de la *car-menère*!

Unas horas antes aterrizábamos en Santiago de Chile con las ideas cada vez más claras sobre el excelente comportamiento de los vinos carnosos, golosos y de taninos maduros en las catas realizadas a bordo. Desde el aeropuerto hasta Pirque, en el valle de Maipo, cuyos viñedos conviven con los últimos suburbios de la ciudad, se tarda apenas una hora. Cuando se abandona la autopista, las carreteras se estrechan y se hacen más tortuosas. Por eso sorprende encontrarse de pronto con el amplio y organizado complejo de Concha y Toro.



**Concha y Toro copa el 30% del mercado chileno y cerrará el año 2007 con 7.000 hectáreas de viñedo en propiedad**



Las cifras de producción son increíbles para nuestros estándares. Estamos hablando de dos millones de cajas (24 millones de botellas) sólo para la gama Casillero del Diablo

### Los vinos del diablo

La joya de la corona en esta pequeña ciudad del vino es la “casona”, antigua residencia de verano de Don Melchor de Concha y Toro, fundador de la bodega en 1883, y que mantiene parte de su decoración originaria. Fue un marco de lujo para nuestras catas. Pero tanto o más que los extensos y afrancesados jardines que la rodean nos impresionó la excelente relación calidad-precio de la gama **Casillero del Diablo**, la marca chilena con mayor presencia mundial que actualmente se puede adquirir en 120 países.

Gracias a un diseño de etiquetas limpio y fácilmente reconocible, al nombre de la variedad bien visible en la etiqueta y a un mismo precio (6,99 €) para toda la gama, el mensaje es tan obvio y fácil de entender que no cuesta demasiado imaginar a miles de consumidores de todo el mundo decidiéndose por alguno de estos varietales que llevan la imagen desafiante –imposible de olvidar– de un pequeño diablo en la botella.

A pocos metros de distancia, en la parte más antigua de la bodega, los turistas se quedan encantados con la pequeña representación que les preparan (luces totalmente apagadas y “sonidos infernales”) evocando la leyenda del diablo que vagaba por estas galerías. La inquietante historia fue una invención del propio Don Melchor, al que no se le ocurrió nada mejor para evitar que sus paisanos le robaran los vinos de su bodega privada.

Sin embargo, de nada valdría esta parafernalia si en la copa los vinos no se comportaran con extrema corrección. Por poner algunos ejemplos: un sauvignon blanc fresco, frutal, de vibrante acidez y marcado carácter varietal; un chardonnay untuoso pero con vivas notas cítricas y finos ahumados; un original rosado de *syrah* con un perfecto equilibrio dulce-ácido; un carmenère goloso, con abundante fruta dulce y taninos maduros y amables; o la referencia más antigua: un cabernet de libro a caballo entre el sotobosque, el *cassis* y el pimiento verde, sabroso, intenso y de taninos maduros. Todos de la cosecha 2006.

### Producciones millonarias

Las cifras de producción de estos vinos son increíbles para nuestros estándares.

Estamos hablando de dos millones de cajas (24 millones de botellas) sólo para la gama Casillero del Diablo y hasta 14 millones de botellas para su cabernet que, según la revista británica *Decanter*, es el de mejor relación calidad-precio del planeta.

Desde hace un par de meses, se ha añadido una nueva referencia: Casillero del Diablo Reserva Privada, una combinación de *cabernet sauvignon* (60%) del valle de Maipo y *syrah* (35%) del valle de Rapel que se comercializa a un precio algo más elevado (10 €), pero cuya calidad también es superior (hay más concentración, más intensidad y fino roble francés frente al americano usado en el resto de vinos de la gama) y del que, naturalmente, se elabora una producción mucho más moderada de 600.000 botellas.

Para Max Weinlaub, uno de los enólogos responsables de la línea Casillero del Diablo, “enológicamente es un gran desafío manejar diferentes viñedos del país para conseguir estos vinos de producción realmente alta”. Casi todos llevan en la etiqueta el indicativo Valle Central, utilizado cuando no hay una procedencia concreta y se mezclan uvas de distintas regiones. Su aclamado cabernet, por ejemplo, conjuga “la elegancia de Maipo con la potencia de Maule y el equilibrio que aporta el valle de Rapel”. Aquí nadie se rasga las vestiduras por estos orígenes difusos.

Concha y Toro copa prácticamente el 30% del mercado chileno (son datos Nielsen de 2006). Cerrará el año 2007 con 7.000 hectáreas de viñedo propias distribuidas en ocho valles o zonas vinícolas (en 1990 sólo tenía 600) y quiere alcanzar las 10.000 en tres años más. Posee 10 bodegas de vinificación con capacidad para 224 millones de litros y con 17,5 millones de cajas anuales se sitúa en octavo lugar en el ranking mundial de producción vinícola que elabora Rabobank.

El capítulo más importante es la exportación, a la que se destina casi el 70% de su producción. Entre 2005 y 2006 Concha y Toro incrementó sus ventas exteriores un 9% en volumen y un 17% en valor.

### Terroir chileno

Muchos pensarán que esta firma es lo más parecido a una gigantesca fábrica de vino muy

alejada de los conceptos clásicos del vino europeo. No del todo. Concha y Toro también está detrás de vinos con una personalidad fuera de lo común en el Nuevo Mundo. El ejemplo más evidente es **Don Melchor**, el tinto lanzado en 1989 con el nombre del fundador y aspiraciones de gran vino. Probablemente, esta etiqueta refleja mejor que ninguna otra la historia del vino chileno de alta calidad.

Don Melchor ha resistido sin demasiados problemas la llegada de las nuevas marcas de lujo con precios estratosféricos. Entre los 30 y 40 €, se sitúa en la franja de lo aceptable y quizás por eso ha ocupado en los dos últimos años el cuarto puesto en la influyente lista de los *Top 100* que elabora la revista norteamericana *Wine Spectator* y que tiene en cuenta, además de la puntuación, la relación calidad-precio y la “disponibilidad” (producción suficiente) de los vinos.

Junto al enólogo responsable del vino, Enrique Tirado, catamos seis añadas (1993, 1995, 1997, 2001, 2003 y 2004) en las que, como nos ocurre últimamente en todas las verticales que hacemos, se aprecia una evolución en las cosechas más recientes hacia vinos más estructurados y concentrados. Pese a ello, descubrimos una marca de gran personalidad, apegada al terruño, con taninos firmes y notas terrosas y de hojarasca.

Para Tirado, la clave de este carácter propio está en el viñedo: 114 hectáreas de 20-30 años ubicadas a 650 metros de altitud, muy cerca de la cordillera y con rendimientos “europeos” que no superan los 4.500 kilos/hectárea. El viñedo está tremendamente parcelado y cuenta con un equipo propio que realiza un intenso seguimiento hectárea a hectárea durante la fase de maduración de la uva.

A la hora de elegir nuestras cosechas favoritas nos quedamos con un representante de la “vieja escuela”: el Don Melchor 1995 con una nariz tremendamente compleja (cuero, especias dulces, notas medicinales y terrosas) y una boca firme y balsámica con recuerdos de bosque y hojarasca; y un 2003 con agradables matices tostados y a *cassis*, muy potente y concentrado en boca, con notas terrosas y taninos firmes y maduros.

Junto a las viñas de Don Melchor están las de Almaviva, aunque los vinos no podrían ser más diferentes. **Almaviva**, el primer vino *boutique* chileno fruto de la unión Rothschild-Concha y Toro, incorpora los conceptos tradicionales de un *gran cru classé* bordelés: un vino de pago de un viñedo de calidad reconocida, elaborado y embotellado en la propiedad. No es extraño teniendo en cuenta su apadrinamiento francés. Pero hay otras señas de identidad más contemporáneas: precio muy elevado desde su salida al mercado (100 €), bodega individual con arquitectura muy cuidada y el propio concepto del vino: cubierto, intenso, concentrado, destinado a impresionar desde el primer momento.

En todo se ha buscado un perfecto equilibrio “cultural”. El nombre viene de un personaje de *Las bodas de Fígaro*, una obra especialmente querida para la baronesa Philippine de Rothschild que cedió de su colección personal la grafía del puño y letra del autor, el galo Beaumarchais. Mientras, la etiqueta reproduce la iconografía de un “kultrun”, un tambor mapuche. En la edificación, inconfundible por su cubierta ondulada, mandan las maderas locales y la iconografía prehispánica, pero la distribución, organización del espacio y conceptos enológicos –aunque tecnológicamente avanzados– son tremendamente clásicos y bordeleses.

En cierto modo, Almaviva, que se estrenó en el mercado con la añada 1996, fue el primer vino chileno que se consideró capaz de medirse en cata a ciegas con los consagrados bordeleses o californianos. Su base es la *cabernet*, la uva mejor adaptada en el valle de Maipo y que despunta especialmente en los terrenos pobres y pedregosos de Puente Alto. Esta uva representa entre el 70 y 75% de la mezcla, acompañada por la *carmenère* y en algunas añadas por porcentajes muy pequeños de *cabernet franc*.

Es un vino que pide a gritos más desarrollo en botella. Su enólogo, el norteamericano Tod Mostero, considera que empieza a alcanzar su plenitud al cabo de 10 años. De las dos añadas que pudimos probar, 2003 y 2004, la primera nos sorprendió por su intensidad y mineralidad. De gran concentración, pero sin caer en el exceso, ambas responden a un concepto moderno e inter-





nacional. Podríamos meterle en el saco de los nuevos vinos marcados por la selección y el refinamiento de sus prácticas enológicas.

Dejando atrás la exclusiva atmósfera Almaviva (como un club privado dentro del segundo complejo elaborador que posee Concha y Toro en Pirque), pusimos rumbo al valle de Colchagua por la Ruta 5 Sur. Si en esta primera jornada las visitas estuvieron centradas en la cata, el día siguiente nos tenía reservada una “inmersión” total en el viñedo. ¡Y qué viñedo!

### Apalta, la montaña y el feng shui

Viña Montes es una de las aventuras más exitosas del vino chileno, fruto de la unión de brillantes personalidades, cada una con gran autoridad en su campo. Aurelio Montes (enología), Douglas Murray (marketing y exportación) y Alfredo Vidaurre (finanzas) confluyeron en Viña San Pedro cuando fue adquirida por la española Rumasa y vivieron en ella la agonía de la crisis financiera chilena de principios de los ochenta. Pedro Grand, propietario de viñedo e introductor de nuevas tecnologías y maquinaria en Chile fue la cuarta pieza del puzzle al que posteriormente se añadirían dos socios más.

Lo que en España llamaríamos una bodega “grande”, sus casi siete millones de botellas anuales le sitúa sin embargo en una posición media en su país. Ni los propios fundadores podían imaginar en 1987 que alcanzarían esta dimensión, pero Montes es una de las marcas más sólidas de Chile, sinónimo de vinos *premium*, calidad y vanguardia, y totalmente volcada en la exportación a donde viaja el 94% de lo que produce.

Los viñedos que se encaraman montaña arriba en el valle de Apalta (dentro de la región de Colchagua) constituyen un espectáculo único. Montes, un nombre evocador de la montaña, fue la primera firma en mirar más allá del valle y qué duda cabe que sabe sacar el máximo partido de esta diferencia. Dennis Murray, hijo de uno de los fundadores, y Eduardo Stark, ambos directivos de exportación, nos recibieron con gorras para cubrirnos la cabeza —el día era especialmente soleado— y nos invitaron a subirnos a su “camioneta de visitantes” que rápidamente tomó uno de los empinados senderos ladera arriba. Fue la mejor forma de comprobar la inclinación de

la pendiente en un trayecto no muy alejado de las instalaciones de vinificación, pero que culmina a 100 metros más de altitud.

Por el camino disfrutamos de un paisaje inconfundiblemente otoñal: una alfombra de hojas doradas interrumpidas por los tonos rojizos de las cepas de *carmenère*. En la parte más alta de la montaña llamaba la atención un viñedo experimental con sistema de terrazas (como en nuestro Priorat), plantado con una uva que conocemos muy bien en España: la *monastrell*. ¿Interesa conocer su potencial en esta latitud quizás para acompañar a una *syrah* que se está aclimatando increíblemente bien en Chile?

La razón exacta debe estar en la mente de Aurelio Montes, uno de los enólogos más importantes de Chile y pionero en plantar en laderas, en apostar por los vinos de gama alta, en trabajar con la *syrah*, en elaborar un *carmenère* de alto nivel... No tuvimos la oportunidad de conocerle, pero su nombre surgía constantemente en la conversación y durante la sesión de cata.

La bodega que posee Montes en Apalta es su joya de diseño: funcional para el trabajo y acogedora para el visitante, muy cuidada e integrada en el paisaje. Se elaboró según los dictados del *feng sui*, con una pequeña línea de agua que fluye desde el exterior, va a dar a una fuente que es el centro energético de la bodega y se reencuentra con la naturaleza en el extremo opuesto. La sala de barricas, semicircular y escalonada, es una de las fotos habituales en los reportajes sobre el vino chileno, aunque puestos a elegir nos quedamos con una sala de cata construida como un amplio ventanal que se abre al viñedo.

Allí pudimos probar un amplio portfolio de vinos que nos llamó la atención por su carácter gratificante: equilibrados, sin excesos y muy en su momento para beber y disfrutar.

Nos gustó especialmente un delicado pinot noir, aromático, expresivo y sutil que se comercializa en el entorno de los 10 €, el excelente sauvignon blanc del valle de Leyda (vivo, complejo, graso, fresco y muy equilibrado por 11 €), su fresco chardonnay de Casablanca con un perfecto equilibrio entre notas cítricas y ahumadas (17 €) y, entre los

tintos, su clásico Montes Alpha Cabernet (16 €), maduro y muy elegante.

### Trabajando para hacer los mejores vinos de Chile

El marketing y la imagen (Douglas Murray es el mago) funcionan especialmente bien en Montes. Las etiquetas son limpias, claras, medidas y tienen un ángel como imagen recurrente.

Para las propuestas más arriesgadas, un vivaz syrah rosado y otro en versión tinta pleno de clase y exhuberancia a 100 € la botella, se ha contado con la colaboración del ilustrador británico Ralph Steadman que creó un querubín regordete y despreocupado para el primero y para el segundo una fémina ángel con cierta felicidad etílica y aspecto de haber pasado toda la noche de fiesta.

Este último es el Montes Folly que, junto con el Purple Angle, un carmenère elegante, intenso y aterciopelado en el entorno de los 70 € y el Montes Alpha “M”, un *coupage* de 100 € apoyado en un 80% en la mejor *cabernet* de Apalta, junto a *cabernet franc*, *merlot* y *petit verdot*, forman el exclusivo grupo de los llamados *ultra premium* o vinos “ícono”. Con producciones en el entorno de las 15.000 botellas se sitúan en el nuevo club de los vinos *top* chilenos, sólo al alcance de algunos bolsillos.

Su vecino en el valle, **Clos Apalta**, otra bodega que ha “conquistado” la montaña con sus viñas, también es miembro de este selecto club. Este proyecto de Casa Lapostolle iniciado con la cosecha 1997 juega con conceptos similares a los de Almaviva, pero en su caso los trabajos de su bodega *château* se prolongaron durante cuatro años para finalizar en 2005.

Quizás por eso el principal competidor del vino es la propia bodega que constituye en sí misma una auténtica exhibición arquitectónica. Ubicada en la misma montaña y diseñada según un concepto de trabajo vertical para reducir al mínimo bombeos y manipulaciones, sus seis niveles están literalmente excavados en la roca (imagínense las difíciles labores de construcción) y comunicados por ascensores y por una sugerente escalera de caracol que sirve de columna vertebral.

Lo que se divisa desde el valle, además de los lujosos *bungalows* de su selecto hotel enoturístico, es una especie de mirador acristalado recorrido por nervios de madera que a algunos nos recordaba la quilla de un barco en construcción, pero que parece simbolizar en realidad el nido de un águila. El vidrio oculta una solemne sala de vinificación –la palabra “nave” resultaría totalmente inapropiada– con tinos de madera dispuestos circularmente.

Aunque más nos impresionó aún la sala de barricas, también circular y con una cubierta de madera de raulí con pequeños halógenos incrustados que parecía un cielo flotante plagado de estrellas. A medida que se desciende por la escalera de caracol, enormes cristalerías permiten contemplar las sólidas rocas contra las que hubo que luchar para perforar el terreno.

Cuando llegamos a la bodega, estaban recogiendo la mesa de selección en la que se había estado despallillando imanalmente! la vendimia de ese día. Es un ejemplo más del concepto extremadamente exclusivo que ha inspirado Clos Apalta. Un marco, por otro lado, que parece idóneo para el asesor vinícola más famoso e itinerante del mundo. Y es que Michel Rolland pone su sello y su nombre en el vino.

El maestro de la *merlot* ha construido un vino apoyado en esta uva y en la *carmenère* prácticamente a partes iguales junto con un porcentaje de *cabernet* en torno al 15%. El Clos Apalta 2004 que catamos, de color negro apicotado, se presentaba aún muy cerrado, con notas de frutos negros muy maduros y finos balsámicos. Muy potente y carnoso en boca, fue el vino de mayor extracción que catamos en nuestro periplo chileno, con unos taninos aún muy presentes que necesitarán bastante tiempo en botella para pulirse.

Junto a Clos Apalta, pudimos degustar toda la gama alta de Casa Lapostolle, aglutinada bajo la marca Cuvée Alexandre. Nos pareció que su seña distintiva, incluido el blanco de *chardonnay*, era la búsqueda de la madurez y de la potencia. Todos los vinos superaban los 14 grados y apostaban por sensaciones opulentas y de fruta muy madura. Entre los tintos, el que más nos gustó fue el syrah, elaborado con uvas del valle de Cachapoal (muy frutal, carnoso y varietal), tanto en su ver-



Los viñedos que se encaraman montaña arriba en el valle de Apalta (dentro de la región de Colchagua) constituyen un espectáculo único



sión 2004 como 2005. El cabernet y el merlot 2005 presentaban unos taninos aún marcados, necesitados de más botella.

La nota exótica la puso Borobo, un vino multivarietal que combina uvas de Borgoña (*pinot noir*), Burdeos (*merlot*, *cabernet*, *carmenère*) y Ródano (*syrah*) cultivadas en distintos valles chilenos. De hecho, el propio nombre del vino es un acrónimo de las tres zonas vinícolas. Presentado al mercado con la cosecha 2001, nosotros probamos la 2003 que nos recordó a algunos intentos españoles de vinos “al límite” en maduración y extracción, con gran potencia y una nota ligeramente cálida y dulce; un estilo que en Europa parece que se esté abandonando en beneficio de tintos más equilibrados y elegantes. En el rango de los 70 €, se entiende que haya generado diversidad de opiniones

en la crítica chilena e internacional.

No fue fácil dejar atrás este capricho de bodega (uno podrías quedarse contemplando el valle y sus viñedos durante horas), pero aunque nos costara algunos minutos volver a la realidad, la reflexión final de vuelta a Santiago giraba en torno a cuál era el Chile más auténtico: si el de los supervinos, el del terruño de Don Melchor o el de sus sorprendentes etiquetas de excelente relación calidad-precio.

De cara al consumidor medio, parece obvio que en prácticamente cualquier rincón del mundo le será posible disfrutar de alguno de estos vinos de entre 6 y 15 € firmados por productores fiables. Porque cuando se tiene 100 € en el bolsillo para comprar una sola botella, es comprensible que la opción chilena no esté siempre a la cabeza de la lista.

La nueva élite de los vinos chilenos está compuesta por marcas como Alamviva, Clos Apalta o los tres vinos top de Viña Montes, sin olvidar clásicos como Don Melchor

#### CHILE, DE UN VISTAZO

**Geografía.** Una interminable franja de 4.000 kilómetros que se extiende entre la cordillera andina y el Pacífico, desde los desiertos del norte a los glaciares del sur, Chile cuenta probablemente con la mayor diversidad climática y geográfica del mundo. El viñedo se cultiva en la parte central del país.

**Clima.** La influencia de la cordillera andina y del Pacífico gracias a la corriente de Humboldt de origen polar son factores determinantes para la calidad del vino chileno. La alta insolación que se registra durante el día a lo largo del período de maduración de la uva se ve compensada por el aire frío de la montaña que desciende hacia el llano durante la noche y por el efecto regulador de la temperatura que ejerce el mar.

**Zonas vinícolas.** De norte a sur: Valle de Elqui, Valle de Limari, Valle de Aconcagua, Valle de Casablanca, Valle de Maipo, Valle de Rapel, dividido en Colchagua y Cachapoal, Valle de Curicó, Valle de Maule, Valle de Itata, Valle de Bío-Bío y Valle de Malleco.

**Varietades.** ¿Cuál es la gran tarjeta de presentación del vino chileno? Realmente, no hay una uva bandera como pueda ocurrir en Argentina con la *malbec* o en Australia con la *shiraz*. Chile se dio a conocer al mundo con sus versiones de buena relación calidad-precio de uvas francesas, fundamentalmente *cabernet*, *merlot*, *chardonnay* y *sauvignon blanc*. Y cuando hubo que presentar “grandes vinos”, la uva de referencia –como en casi todos los países del Nuevo Mundo– fue la *cabernet*.

Pero si hay una uva con la que Chile puede esgrimir una cierta ventaja, es la *carmenère*, prácticamente desaparecida en su región de origen (Burdeos) y mezclada anónimamente durante décadas con la *merlot*. Además, la *syrah* está creciendo de manera importante en los últimos años y la *pinot noir* también despierta un interés creciente.

También se encuentran monovarietales de *riesling* o *viognier*.

Los vinos para comprar, beber y guardar

## Novedades y nuevas añadas

Entre lo que ha llegado en las última semanas a nuestra mesa de cata, les proponemos una gran abanico de posibilidades y zonas vinícolas. Para los más ávidos de novedades, la nueva etiqueta que lleva el sello de Jorge Ordóñez procedente de Calatayud (Atteca) y el tempranillo Cámbrico de la Sierra de Francia en Salamanca. Mucha originalidad en los vinos de las islas, el canario Monje Hollera (un clásico) y el nuevo blanco mallorquín de Ribas que juega con la *chenin blanc*. Compras seguras y a buen precio: Castell del Remei de Costers del Segre y Viña Elías Mora en Toro. Y para los que busquen más excelentes riberas de la cosecha 2004, Lynus es una buena opción.

### Atteca 2005

Tinto, D.O. Calatayud

Bodegas Atteca

Un tinto de la nueva bodega que se mueve en la órbita de los proyectos de Jorge Ordóñez en España, en este caso un vino de tierras aragonesas, también con la colaboración de Víctor Rodríguez y con la firma enológica de la enóloga de su proyecto en Montsant. Nuevamente muestra el potencial de las deno-

minaciones aragonesas que se apoyan en la *garnacha*. Cereza granate. Aroma de fruta roja y negra en confitura. Hinojo, regaliz, café y sensación mineral. Sabroso, sedoso. Con buen esqueleto y armonía gustativa. Tanino maduro, paso fresco y final balsámico.

#### Descubrimiento

9,00 €

Garnacha  
10 meses roble francés  
14,5% vol

### Balbás Reserva 2001

Tinto, D.O. Ribera del Duero

Bodega Balbás

Bodega Balbás, una de las firmas históricas de la zona, elabora una amplia gama de vinos entre los que sobresale su Alitus de alta gama. Dentro de la gama habitual, nos ha gustado este reserva revestido de un agradable clasicismo. Rojo granate. Aromas de

buena intensidad, fruta roja, lácticos (leche fresca), con cierta elegancia. Maderas finas. Boca, sabroso, equilibrado, redondo. Buena armonía fruta-madera, notas de *aftereight*. De cuerpo medio, fluido y con un final grato y refrescante.

#### Excelente compra

15,00 €

90 % Tempranillo, 10% Cabernet Sauvignon  
24 meses, roble francés y americano  
13,5% vol.

### Cámbrico Tempranillo 2003

Tinto, VT Castilla y León

Viñedos del Cámbrico

Todo originalidad bajo una impecable presentación. Un tempranillo procedente de Salamanca, de la zona conocida como Sierra de Francia, donde predomina la variedad autóctona *rufete* y con la que la bodega también elabora un monovarietal. En nuestra mesa de catas nos ha gustado más este original tempranillo

de viñas viejas con abundantes notas minerales y un grado alcohólico elevado que no resulta evidente en absoluto en la copa. Cereza granate. Frutas maduras en confitura, balsámicos, mineral, hinojo, lácteo, juaola. Sabroso, sedoso, fresco, equilibrado, taninos finos y maduros. Final láctico de media persistencia.

#### Descubrimiento

7,50 €

100 % Tempranillo  
14 meses roble francés  
15% vol.

### Castell del Remei Oda 2004

Tinto, D.O. Costers del Segre

Castell del Remei

La añada 2004 de este tinto criado en madera es una de las mejores opciones de compra de esta bodega leridana que se caracteriza por una línea de vinos moderna y actual, con carácter marcadamente mediterráneo y goloso. Un tinto de cuerpo medio, fluido y con un buen equilibrio

fruta-madera. Cereza granate. Aromas de fruta roja en sazón, balsámicos, chocolate, *aftereight*, tostados agradables. Finas y aromáticas maderas. Sabroso, vivo, goloso, amable y con dulce tancidad. Aromático en el paso y con agradable carácter balsámico. De cuerpo medio.

#### Excelente compra

11,50 €

100 % Tempranillo  
12 meses roble americano  
14 % vol.

**Recomendado**

16,00 €

100% Tinto Fino  
12 meses, 70% roble francés y 30%  
roble americano  
14% vol.

**Lynus Crianza 2004**

Tinto, D.O. Ribera del Duero

Pagos del Infante

Muy para beber, un crianza 2004 de una pequeña bodega que se consolida en la zona por su claridad de ideas a la hora de hacer vinos de calidad y limitada producción. Hasta la fecha una de las firmas más regulares entre las de reciente creación en la Ribera. Un tinto sedoso y armónico,

con un excelente equilibrio fruta-madera. Negro apicotado. Aromas de cereza en licor, fino, con ligeros tostados, fruta roja madura. Punto licoroso y agradables tostados. Boca amable y fresco en la entrada, sabroso, equilibrado, fluido. Con buen carácter frutal, taninos maduros y finos.

**Recomendado**

7,50 €

100 % Listán Negro  
13% vol.

**Monje Hollera Listán Negro 2006**

Tinto, D.O. Tarroconte-Alentejo

Bodegas Monje

Probablemente los vinos jóvenes canarios sean los más conocidos y de mejor calidad de las islas. En este caso, un tinto elaborado con una de sus variedades autóctonas más sólidas y de mayor calidad, de la que resultan vinos expresivos, con gran intensidad frutal y un agradable carácter floral. Imprescindible para

quien quiera descubrir nuevos sabores. Rojo granate de media capa. Buena intensidad en nariz. Caramelo de violeta, notas florales, nota mineral. Boca fruta roja y bayas silvestres, sabroso, fresco, equilibrado y amable. Cuerpo medio y paso frutal. Final balsámico con ligero recuerdo mineral.

**Recomendado**

14,50 €

Garnacha, Cariñena, Syrah,  
Cabernet Sauvignon  
6 meses roble francés y americano  
14% vol.

**Prior 2004**

Tinto, D.O.Q. Priorat

Cellers Scala Dei

De una bodega actualmente en manos del grupo Codorníu, un tinto que aúna el estilo clásico del Priorat con ciertos toques de modernidad. Un vino potente, con buena estructura, que destaca por su intensidad y frescura. Negro

apicotado. Con grata complejidad, notas de salazón y mineral, frutas negras en confitura. Boca, buen esqueleto, sabroso, amplio y aromático. Taninos de buena calidad, fresco, sensación madura y balsámica.

**Excelente compra**

8,00 €

100 % Tinta de Toro  
12 meses roble francés y americano  
14% vol.

**Viñas Elías Mora 2005**

Tinto, D.O. Toro

Bodegas y Viñas Dos Victorias

La zona de Toro es una de las regiones en las que desarrollan su trabajo las "dos victorias", las enólogas de este doble proyecto que tiene su otra cara en Rueda. En esta añada encontramos un tinto que destaca por un estilo propio, equilibrado a la vez que potente, y que se consolida como

una de las mejores opciones de relación calidad-precio de la zona. Picota intenso. Nariz con fruta roja sazónada (fresa, mora), lácteos (nata), regaliz, mineral. Sabroso, buen esqueleto, cremoso, con buena concentración. Taninos de calidad, agradable paso, final láctico y frutal.

**Selección de blancos (II)**

**Continuamos recopilando las nuevas añadas de blancos y cavas que más nos están gustando en las catas de este año. Entre los seleccionados más abajo encontrarán sobre todo ruedas y albariños, pero también algún original txakoli, refrescantes cavas para el verano y opciones más elaboradas o curiosas para los aficionados más exigentes, como el Clarión de Somontano o la revisión que hace Murrieta de sus blancos con madera a través de la marca Capellanía. No se olviden tampoco del Terra do Gargalo sobre lías para adentrarse en una de las regiones gallegas menos conocidas: Monterrei.**

Los vinos para comprar, beber y guardar

## Itsasmendi 2006

Blanco, D.O. Chacolí de Vizcaya-Bizkaiko Txakolina

Bodegas Itsasmendi

7,50 €

Un txacolí intenso y fragante, con la firma de la enóloga Ana Martín y elaborado por una bodega afincada en Gernika que sobresale por sus blancos elaborados con la autóctona *hondarrabi zuri*. Un blanco vivo y sabroso que combina frescura

con un cierto recuerdo herbáceo. Pajizo verdoso. Franco en nariz, aromas de fruta madura, notas de heno y hierbas. Fruta blanca y sensación cítrica. Sabroso, fresco, equilibrado, con cierto toque graso, paso de boca frutal y final fresco.

100% Hondarrabi Zuri  
12,5% vol.

## Brut Barroco Brut

Espumoso, Cava

Freixenet

8,50 €

Un cava que marca la personalidad de la casa y que refleja el mejor clasicismo de la zona. La buena combinación de sensaciones frutales junto con una buena crianza hacen que resulte un espumoso muy armónico.

Amarillo pajizo pálido. Aromas de crianza sobre lías, tostados, anisados, pan tostado. Fino. Seco, sabroso, carbónico fino bien integrado. Muy equilibrado. Sutil crianza y final aromático.

40% Parellada, 30 % Macabeo,  
30% Parellada  
12% vol.

## Vilarnau Gran Reserva Brut 2002

Espumoso, Cava

Castell de Vilarnau

12,00 €

Bodega en la órbita de González Byass que siempre ha destacado por sus cavas de impecable factura a un precio coherente. Este Brut 2002 es un cava con cuerpo, sutil, que en esta añada se distingue por su finura y elegancia.

Amarillo pajizo verdoso. Fino en nariz, complejo, aromas de *pan grillé*, ahumados, tostados y noble crianza. Muy fresco. Seco, cremoso, sabroso, carbónico bien integrado, con volumen y excelente equilibrio.

35% Parellada, 30% Chardonnay,  
35 % Macabeo  
11.5% vol.

## Terra do Gargalo sobre Lías 2006

Blanco, D.O. Monterrei

Gargalo

10,50 €

La última referencia del proyecto vinícola del diseñador Roberto Verino cuyos viñedos se extienden a lo largo de la ladera oeste del castillo de Monterrei. Un blanco con una armoniosa combinación de variedades locales y que tampoco defrauda por su complejidad y

sugerente textura. Pajizo verdoso. Fino y complejo, aromas de fruta madura, nota exótica y cítrica. Fresca reducción. Sabroso, carnoso, con cuerpo y estructura. Equilibrado, paso frutal y final con sensación cítrica (pomelo).

50% Godello, 50% Treixadura  
12,7% vol.

## Fransola Sauvignon Blanc 2006

Blanco, D.O. Penedès

Miguel Torres

16,95 €

El *sauvignon blanc* del grupo Torres, en la élite de blancos elaborados con esta variedad en nuestro país, es sin duda de los mejores por su personalidad y estilo reconocible, con una buena expresión frutal y una gran estructura conseguida tras su excelente paso por barrica.

Amarillo pálido verdoso. Fino en nariz, elegante, aromas de hierbas finas, fruta exótica y carnosa; notas de infusión. Sabroso, graso, intenso, frutal, excelente acidez, muy aromático y equilibrado. Final persistente, frutal, cítrico y con herbáceos agradables.

95% Sauvignon Blanc, 5%  
Parellada  
8 meses roble americano (50%) y  
francés (50%)  
13% vol.

11,95 €

100% Albariño  
12,5 % vol.**D. Pedro de Soutomaior 2006**

Blanco, D.O. Rías Baixas

Adegas Galegas

Un albariño presente en todas las ediciones de *La Guía*, que es el emblema de la bodega, su primer vino y su marca más reconocida por el gran público. Un vino de gran regularidad, bien elaborado y con un excelente perfil varie-

tal en esta añada. Fresco y limpio en nariz, fruta de hueso, hierbas finas, hinojo. Fino y varietal. Sabroso, carnoso, graso, muy equilibrado, fresco, con carácter y final muy frutal, persistente y varietal.

8,60 €

100% Albariño  
12,5% vol.**Finca de Arantei 2006**

Blanco, D.O. Rías Baixas

Bodegas La Val

Un albariño con vocación de *terroir* que procede de la finca que le da nombre, caracterizada por sus suelos de canto rodado. Con gran relieve frutal, equilibrado y graso, estamos ante un albariño elegante y con persona-

lidad. Dorado verdoso. Fruta madura de hueso (albaricoque), fondo de hinojo. Sabroso, con volumen y cierta estructura, fresco, untuoso y frutal. Largo final cítrico.

12,95 €

100% Albariño  
13% vol.**Pazo de Barrantes 2006**

Blanco, D.O. Rías Baixas

Bodega Pazo de Barrantes

Uno los albariños más fiables y de los que más tarde salen al mercado. Un blanco de finca, con imagen renovada, con un marcado carácter varietal que refleja la frutalidad y exuberancia de su procedencia, y una gran personalidad que ha hecho que se convierta en uno de los estan-

dartes de esta variedad. Amarillo dorado verdoso. Fino y delicado, con cierta complejidad. Aromas de fruta carnosa, flor seca, hierbas aromáticas. Sabroso, con volumen, seco, untuoso a la vez que fresco. Con buena expresión frutal y final con amargor elegante.

11,00 €

75% Albariño, 10 % Caíño, 10 %  
Treixadura, 5 % Loureiro  
12,5% vol.**Tollodouro 2006**

Blanco, D.O. Rías Baixas

Bodegas Tollodouro

La mejor opción de esta joven bodega de Rías Baixas. Un blanco agradable y sencillo que proviene de la subzona de O Rosal, elaborado con el *coupage* típico de sus viñedos. Pajizo pálido verdoso. Franco y expresivo. Aromas

de fruta carnosa de hueso (melocotón), hierbas finas y nota tropical (mango). Sabroso, aromático, con acidez destacada, buen equilibrio y final frutal con nota cítrica.

7,50 €

100% Verdejo  
13% vol.**Blanco Niewa Pie Franco 2006**

Blanco, D.O. Rueda

Viñedos de Niewa

Un vino elaborado con uvas procedentes de los viñedos más antiguos del término segoviano de Niewa. Un blanco de corte clásico con una buena relación calidad-precio que en esta añada vuelve a mostrar las cualidades de un verdejo aromático y complejo con un punto de

frescura. Pálido verdoso. Fresco, limpio, varietal, fino, buena intensidad, fruta madura, hierbas e infusión. Amplio, seco, sabroso, con volumen, expresivo, viva acidez que le da frescura, muy equilibrado y final con recuerdos de frutos secos.

## Muy confidencial

Los vinos para comprar, beber y guardar

## Marqués de Riscal Sauvignon Blanc 2006

Blanco, D.O. Rueda

Vinos de los Herederos del Marqués de Riscal

6,50 €

Con la firma de una de las bodegas pioneras en la zona y en el trabajo con la verdejo, este blanco muestra una buena elaboración, intenso, frutal y equilibrado, de boca amplia y untuosa, muy bien apoyado por una viva aci-

dez. Pálido verdoso. Limpio y fresco en nariz, aromas de fruta exótica (maracuyá) y toque cítrico (pomelo). Expresivo. Seco, sabroso, con un punto graso, fresco paso de boca y acidez muy bien ensamblada. Varietal.

100% Sauvignon Blanc  
13% vol.

## Viñas del Vero Clarión 2005

Blanco, D.O. Somontano

Viñas del Vero

14,00 €

Un blanco de autor elaborado a partir de la selección de las mejores variedades blancas de los pagos de la bodega y con un *coupage* que siempre ha sido un tanto "secreto". Creado por el enólogo y alma máter de la firma, Pedro Aibar, es posiblemente uno de

sus vinos más curiosos y personales. Pajizo intenso. Aromas finos, fruta madura, empíreumáticos, mantequilla, ligeros ahumados y tostados. Sabroso, aromático, fresco, agradable paso de boca y final con ligeros tostados y punto cítrico y de hierbas.

100% Varias  
14% vol.

## Godeval Cepas Vellas 2006

Blanco, D.O. Valdeorras

S.A.T Godeval

12,00 €

Una buena versión de la *godello* gracias a la personalidad más marcada que aportan las cepas viejas. Elegancia, complejidad y armonía son las cualidades de este vino refrescante a la vez que potente. Amarillo verdoso. Complejo en nariz,

tostados, anisados, fruta madura sazónada, fondo cítrico, hierba agradable e infusión. Sabroso, con volumen, untuoso a la vez que fresco, graso paso de boca y con un final muy frutal y aromático.

100% Godello  
13% vol.

## Capellanía 2003

Blanco, D.O. Ca Rioja

Bodegas Marqués de Murrieta

13,50 €

Un blanco de concepto distinto frente al resto de esta selección. Con ideas heredadas del clasicismo riojano, Murrieta ha creado una versión actualizada de su clásico que, no obstante, rinde tributo a su historia centenaria. Un blanco con estructura, ideal para comer. Amarillo

alimonado. Nobles aromas de reducción. Fino y con cierta complejidad. Maderas cremosas, tostados, ahumados y *pan grillé*. Sabroso, untuoso y graso, excelente acidez y equilibrio. Expresivo. En el final de boca destacan los tostados y ahumados de su paso por barrica.

100% Viura  
18 meses roble americano  
13,5% vol.

## Sió Contrast Blanc 2003

Blanco, V.T. Illes Balears

Bodegues Ribas

15,00 €

De una bodega que está apostando de lleno por la recuperación de variedades autóctonas mallorquinas, pero que en esta ocasión apuesta por la adaptación a sus viñedos de una variedad francesa de muy escasa representación en España: la *chenin blanc*. Un blanco muy curio-

so y original fermentado en barrica. Dorado alimonado. Grata complejidad, notas de *toffee* y café, ahumados y tostados. Fruta escarchada y desecada. Graso, sabroso, equilibrado, con presencia de su buena crianza. Final con recuerdos de *toffee* y cítricos.

100% Chenin Blanc  
10 meses roble francés  
13% vol.



Reservado para los amantes del vivir. Así es el exclusivo Conservador de Vinos de Gaggenau. 118 botellas mantenidas con la temperatura y la humedad de la mejor bodega. Los habanos conservados en su punto óptimo. Nunca la tecnología imitó a la naturaleza con tanta perfección. Quien hace del placer la razón de su vida, sabe que no hay término medio. El resto son intentos. **La diferencia se llama Gaggenau.**

Para más información:  
Centro Atención Usuario: 902 30 30 44  
[www.gaggenau.com](http://www.gaggenau.com)

**GAGGENAU**