



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

---

## 2 Los apuntes

¿Ha llegado la hora de las variedades españolas?  
Francia, gastronomía y McDonald's  
El Nuevo Mundo contraataca

---

## 5 Club de Vinos

Bodegas Marco Real

## 9 Muy práctico

¿Cómo influye el contexto en el sabor del vino?  
¿En qué medida cambia nuestra percepción de un vino en función de la estación del año, nuestro estado de ánimo y otros factores externos?

## 12 Reportaje

Marqués de Riscal: vinos centenarios, Gehry y cómo reinventarse 150 años después

Pocas bodegas son capaces de organizar una cata histórica con vinos del 1800 a la vez que luchan por posicionarse en el mejor lugar posible para estar en mente de todos en el siglo XXI

## 17 Actualidad

¿Cómo ven los consumidores extranjeros los vinos españoles?

Un estudio revela que muchos consumidores no tienen una idea clara sobre nuestros vinos. Nos beben 42 millones de aficionados, pero tenemos que conquistar los paladares de 100 millones más

## 20 Cata vertical

Chivite: sinfonía en blanco

Tras catar todas sus añadas, podemos decir que el Chivite Colección 125 Aniversario es el blanco español que más gana con el tiempo

---

## 24 Muy confidencial

Toda la actualidad sobre qué vinos comprar, beber y guardar  
Tintos y rosados 2008 - Seguimos pensando "en blanco"

## ¿Ha llegado la hora de las variedades españolas?

Tapas

**Con la polémica aún fresca de la falsa albariño australiana, el interés por nuestras variedades autóctonas (bastante más rezagadas en extensión frente a las francesas, pero también tras la italianas) parece seguir creciendo a nivel internacional.**

El caso de Australia, donde se elaboró el primer tinto monovarietal de *graciano* (antes incluso que el Contino español), es claro. Aquí también se cultiva *tempranillo*, la que es probablemente nuestra uva tinta más famosa. Tal vez si la *albariño* no fuera una uva tan de moda en la actualidad (sin duda, la variedad blanca española más conocida a nivel mundial), no se habría generado una agitación tan grande ante el descubrimiento de que lo que había viajado a las antípodas era la mucho menos mediática *savagnin*.

Los americanos, en cambio, tienen la *albariño* auténtica y se están aplicando a lanzar blancos monovarietales con ella. Casi todos los elaboradores interesados en las variedades españolas (y también en las portuguesas) están agrupados en la asociación TAPAS (Tempranillo Advocates, Producers and Amigos Society) de cuya existencia hablábamos hace tres años en estas mismas páginas. En este tiempo, sin embargo, el número de socios se ha incrementado de 40 a 70 entre productores y viticultores. Lo más curioso es que más allá de California están repartidos por las distintas regiones vinícolas del país: Oregón, Washington, Arizona, Texas e incluso en Ontario, en la vecina Canadá.

En tintos, la variedad central de la mayoría de estas bodegas es la *tempranillo*, pero también se cultiva *graciano*, *garnacha* o *monastrell*.

A mediados de junio, Tapas celebró su gran encuentro anual que incluyó un seminario y el obligado *show room* para ofrecer sus vinos a la cata. En el seminario, tal y como se refleja en *Wines & Vines*, salieron a la luz algunos aspectos interesantes. Por ejemplo, que la *tempranillo* ya figuraba como una variedad recomendada por la Universidad de California para ser cultivada en el Valle Central en fecha tan temprana como 1907. Sin embargo, no llegó a plantarse hasta mediados de los noventa gracias a la iniciativa de Earl Jones, pionero en el trabajo con uvas españolas en Estados Unidos y principal impulsor de Tapas.

El adalid de las uvas del Ródano en Estados Unidos y gran defensor del tapón de rosca, Randall Grahm participó también en la reunión y lanzó el mensaje de que “las variedades ibéricas podrían ayudar a los viticultores norteamericanos en el duro camino de la conservación y aprovechamiento del agua”, en relación a la buena capacidad de algunas de ellas para soportar la sequía.

¿Es posible que asistamos dentro de 20 años a una cata de tempranillos del mundo como hoy se hace de tintos de *pinot noir* de Borgoña, Nueva Zelanda y Oregón, por poner un ejemplo?

Casi todos los elaboradores americanos interesados en las variedades españolas están agrupados en la asociación Tapas

# Francia, gastronomía y McDonald's

**Todo lo que vamos a contar sale de la pluma del experto en vino de la publicación on-line norteamericana Slate (www.slate.com), Mike Steinberger, que firma impecables y en ocasiones polémicos artículos que rebosan casi siempre una fina ironía.**

Ahora acaba de publicar un libro más centrado en la gastronomía y de título intencionadamente apocalíptico: *Au Revoir to All That: Food, Wine, and the End of France (Adiós a todo eso: comida, vino y el final de Francia)* parte de cuyo contenido se refleja en dos artículos que pueden leerse ya en *Slate*. Uno que explica en qué medida la famosa Guía Michelin ha sido uno de los grandes culpables del estancamiento de la cocina francesa y otro que narra el imparable ascenso de la cadena de comida rápida McDonald's en el país de la *haute cuisine*.

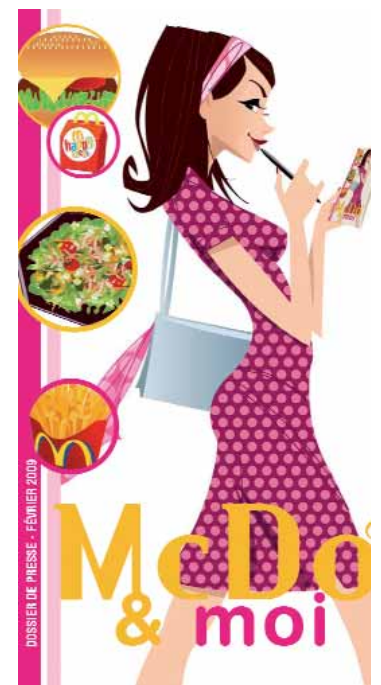
La crítica para la Michelin tiene que ver con que ha pasado de ser un faro-guía a ejercer como espada de Damocles sobre los grandes chefs de Francia, que se han preocupado más de agradar a misteriosos inspectores que de explorar nuevos caminos en sus fogones. Se habla de "influencia maligna" y se le acusa de preocuparse más por el ambiente y la decoración del restaurante que por la cocina ("el *chef* Paul Bocuse supuestamente ganó su tercera estrella después de embellecer sus baños y la lección que extrajeron otros cocineros y restauradores fue que una atmósfera aristocrática era el requisito para obtener el espaldarazo definitivo de la Michelin").

Steinberger tampoco olvida la anécdota de los dos cocineros ingleses, Marco Pierre White y Nico Ladenis, que a finales de los noventa renunciaron a sus "tres estrellas" para emprender nuevas direcciones culinarias. "La Michelin, claramente picada, respondió que

los *chefs* no podían quitarse sus estrellas; sólo la Guía tenía el poder de retirarlas". Y cierra el artículo con un surrealista encuentro con el director editorial de la guía, Jean-Luc Naret, que tuvo lugar en un restaurante de París en 2007 y en el que pudo comprobar personalmente cómo un dicharachero cocinero mediático se quedaba paralizado ante él.

Si la alta cocina francesa ha perdido frescura, en los ámbitos populares ¿gana la bistrornía? Según Steinberger, no. El gran triunfador es McDonald's, en parte por la inteligente visión de Denis Hannequin, capaz de contraatacar el ataque anti-imperialista de José Bové contra los McDonald's de Francia con dos armas fulminantes según Steinberger: una campaña publicitaria con Astérix como protagonista y la participación masiva en el Salon de l'Agriculture donde se clamaba a los cuatro vientos que el 75% de los ingredientes empelados por la empresa eran franceses. Aunque ir al McDonald's no fuera políticamente correcto, el bolsillo manda con la crisis (además carga menos impuestos a sus clientes porque se considera un establecimiento de comida para llevar). Hoy Francia es el segundo mercado mundial de la cadena de *fast-food* y Hannequin, un francés, máximo responsable de la compañía a nivel mundial.

Probablemente, la visión de Steinberger se podría matizar notablemente, pero su capacidad de trastocar mitos, iluminar paradojas y poner lugares comunes patas arriba con sorprendente frescura e ironía, da para reflexionar un rato. No es la primera vez que los críticos norteamericanos se meten con Europa y más concretamente con Francia. En términos vinícolas, muchos de ellos han criticado la legislación cada vez más rígida frente al consumo de vino por parte del mayor productor mundial que es además cuna de los vinos finos y de la cultura del vino.



**En su nuevo libro Steinberger acusa a la Guía Michelin de haber ejercido "una influencia maligna" sobre la cocina francesa**

## El Nuevo Mundo contraataca



**Nueva Zelanda, California, Chile, Sudáfrica y Argentina van a sumar fuerzas para no perder la batalla de los mercados internacionales. Acaban de crear New World Alliance, una estrategia conjunta de marketing (y se prevé que ampliamente ambiciosa) que se dará a conocer en la próxima edición de la feria alemana Proweine, que tendrá lugar del 21 al 23 de marzo de 2010 en Düsseldorf.**

Y no se andan por las ramas al declarar cuál es su objetivo: competir con sus rivales europeos entre los que naturalmente se encuentra España.

Quizás lo más llamativo de la nueva alianza sea la ausencia de Australia, el país que más rápida y sorprendentemente ha ascendido en los mercados internacionales en los últimos años para empezar a desplomarse con cierto estruendo en los últimos meses. Y con una serie de desgracias añadidas a su acusado descenso de ventas en Estados Unidos que incluye la fuerte sequía que está golpeando al país en las últimas cosechas, así como una serie de incendios que afectaron a extensiones relativamente importantes de viñedo.

La web de la revista británica *Decanter* ya recogía el año pasado la noticia de que algunos de estos países estaban viendo la posibilidad de realizar una feria alternativa a Vinexpo en fechas similares pero sólo para vinos del Nuevo Mundo. Ahora se hace eco de las declaraciones de Su Birch, máximo responsable de Wines of South Africa, quien

tras el anuncio de New World Alliance ha dicho: “En los duros tiempos que corren tenemos que trabajar con astucia y sin la rigidez de los viejos tiempos. Operando conjuntamente en Proweine podemos presentar un programa que creo que atraerá a figuras clave del sector por una fracción de lo que nos costaría si tuviéramos que realizar programas individuales”.

Parece que una vez más se impone ese pragmatismo tan propio del Nuevo Mundo. Como dice un representante de la recién creada alianza: “Aunque seguimos siendo competidores, creemos que existe el potencial para avanzar más lejos en nuestra cuota del mercado global del vino”.

Está claro que no hay quien imagine algo parecido en la tradicional Europa. Son demasiados los intereses enfrentados, ¿quizás gracias a varios siglos de historia? Si quieren ver la perspectiva más humorística de esta noticia, echen un vistazo al blog del crítico británico Simon Woods. Además de bromear con la dificultad de aunar esfuerzos incluso dentro de un mismo país productor europeo, duda mucho de que un malbec del Valle de Uco tenga algo en común con un pinotage sudafricano, pero ya imagina el éxito de público y negocios del futuro “pabellón Nuevo Mundo” en Proweine: “No me sorprendería que la Alianza triunfara. Puede que los cinco hagan vinos muy distintos, pero lo que les une es la ausencia de equipaje del Viejo Mundo. Todos son perfectamente conscientes de que necesitan mantener la sonrisa en las caras de sus clientes, algo que especialmente Francia olvidó hace mucho tiempo”.

**La alianza de Nueva Zelanda, California, Chile, Sudáfrica y Argentina busca competir con sus rivales europeos**

## D.O. Navarra

# Bodegas Marco Real

¿Qué etiquetas ofrecen mucho por poco dinero y son capaces de codearse con zonas y marcas clásicas de tintos? Después de varios cientos de muestras catadas en lo que va de año, hemos descubierto algunas excelentes recomendaciones en Navarra.

Dos vinos de la bodega Marco Real destacan dentro del heterogéneo entramado de la Denominación de Origen Navarra, una región de gran diversidad climática y orográfica en la que se contemplan varias subzonas y en la que se producen vinos blancos, rosados, tintos y dulces a partir de numerosas variedades de uva y con diferentes estilos.

Fundada en 1998, Marco Real fue originariamente el proyecto del empresario hotelero Antonio Catalán que, junto a otros socios y colaboradores buscaban abastecer sus hoteles de vinos propios y con calidad garantizada. La búsqueda de nuevos socios para este proyecto fue lo que permitió la entrada en el accionariado de Juan Ignacio Velasco, propietario del Grupo La Navarra, que activó notablemente la comercialización de los vinos en los mercados nacionales y extranjeros.

Marco Real fue, pues, la primera y exitosa aventura vinícola de este grupo hasta entonces centrado en los destilados. Desde entonces, ha extendido sus tentáculos hacia Rueda (Viña del Sopié), Toro (Viñedos de Villaester) e incluso Argentina (Belasco de Baquedano), sin olvidar su segundo proyecto navarro Señorío de Andión, concebido como una bodega *boutique* que se integra dentro del complejo de edificios de la propia Marco Real.

En Bodegas Marco Real cabe destacar en los últimos años el desarrollo, más allá de la

línea Homenaje, de una gama de nivel superior que trabaja con sus mejores viñedos (los ubicados en Sansol y Torres del Río) entre las 200 hectáreas con que cuenta actualmente la bodega.

El trabajo detallado, tanto en el caso del Colección Privada como del Reserva de la Familia, incluye la vendimia manual en cajas, una cuidada selección, el trabajo por gravedad en la moderna bodega de Olite, o la vinificación individualizada por parcelas y variedades. La crianza, por otro lado, se realiza en ambos vinos en barricas nuevas de roble francés, lo que hace aún más evidente la excelente relación calidad-precio de estos tintos elaborados con los más altos criterios de calidad.

Hay que destacar además, la originalidad de su ensamblaje en el que a la combinación relativamente habitual en la zona de la local *tempranillo* con las foráneas *cabernet sauvignon* y *merlot*, se añade un pequeño porcentaje de *graciano* que puede ser la clave de la frescura que distingue a estos tintos en el paladar y que invita a un segundo trago.

Estamos hablando de dos etiquetas de excelente elaboración y presentación que tienen la virtud de superar las expectativas de quien se acerca a ellas por primera vez. Dos tintos imprescindibles “ambos con laque” y una compra especialmente inteligente que sorprende.



Hay que destacar la originalidad del ensamblaje de estos tintos que incluye *tempranillo*, *cabernet sauvignon*, *merlot* y la menos habitual *graciano*

CLUB DE VINOS  
CANAL COCINA  
Ofrecido por  todovino.com



## Selección Canal Cocina septiembre 2009

### Marco Real Colección Privada 2005

Tinto, D.O. Navarra

9,45 €



#### Opiniones sobre el vino

Un merecido “lacre” en *La Guía TodoVino* a uno de los tintos de mejor relación calidad-precio de Navarra cuyo principal secreto reside en el trabajo con viñedos propios y en una estricta selección de uva. La complejidad que ofrece es posible en parte por la original combinación de uvas locales y foráneas que crean un conjunto armónico y expresivo. Uno de esos tintos que superan las expectativas tanto con su presentación como por el contenido de la botella. Un vino fresco, elegante, fluido, cremoso, con grata riqueza aromática y sedosidad.

#### Nota de Cata

**Aspecto:** Picota granate de buena capa

**Aroma:** Aromas mentolados, fruta roja, tostados, nota medicinal, chocolate

**Gusto:** Fresco, sabroso, aromático, equilibrado, fluido y maduro. Amable y agradable de beber.

#### Otras características

**Nombre del viñedo:** Sansol y Torres del Río

**Variedades de uva:** 45% tempranillo, 25% Merlot, 20% Cabernet Sauvignon y 10% Graciano

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

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

**Barricas:** Roble nuevo francés

**Temperatura de servicio:** 16° C

**Grado:** 13% vol.

**Tiempo de conservación:** Hasta 2012

**Acompañamiento:** Carnes rojas y blancas, setas, arroces, guisos

**9,45 € botella** (IVA incluido)

Selección de 3 botellas de Marco Real Colección Privada Crianza 2005 + 3 botellas de Marco Real Reserva de la Familia 2005


#### Solicite su adhesión al Club e información sobre meses anteriores

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

 [www.canalcocinavinos.com](http://www.canalcocinavinos.com) [canalcocina@todovino.com](mailto:canalcocina@todovino.com)

Novedad 

Buena relación calidad-precio 

Mágnium 

Disponibilidad limitada 

## Selección Canal Cocina septiembre 2009

## Marco Real Reserva de la Familia 2005

Tinto, D.O. Navarra

9,45 €



## Opiniones sobre el vino

Un "lacre" para el que es quizás el vino más querido de la bodega. El "reserva de la familia" tiene una crianza algo más larga en barrica y en botella que el Colección Privada y ofrece, en consecuencia, buenas dosis de complejidad. Con una receta varietal y una voluntad de calidad similar, la maloláctica se realiza íntegramente en barricas de roble francés de siete tonelerías diferentes. El resultado es un tinto serio, con chicha y con perfecto equilibrio y textura que resulta perfectamente bebible desde su salida al mercado. Uno de esos vinos capaces de medirse de tú a tú en cata a ciegas con etiquetas de gran prestigio.

## Nota de Cata

**Aspecto:** Picota granate de buena capa

**Aroma:** Aromas mentolados, fruta roja, tostados, nota medicinal, chocolate

**Gusto:** Fresco, sabroso, aromático, equilibrado, fluido y maduro. Amable y agradable de beber.

## Otras características

**Nombre el viñedo:** Sansol y Torres del Río

**Varietades de uva:** Tempranillo, Merlot, Cabernet Sauvignon y Graciano

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

**Elaboración y crianza:** 14 meses en barrica y resto en botella

**Barricas:** Roble nuevo francés

**Temperatura de servicio:** 16° C

**Grado:** 13,5% vol.

**Tiempo de conservación:** Hasta 2013

**Acompañamiento:** Carnes rojas y blancas, arroces, setas, platos de cuchara, guisos en salsa

**9,45 € botella** (IVA incluido)

Selección de 3 botellas de Marco Real Colección Privada Crianza 2005 + 3 botellas de Marco Real Reserva de la Familia 2005

## Solicite su adhesión al Club

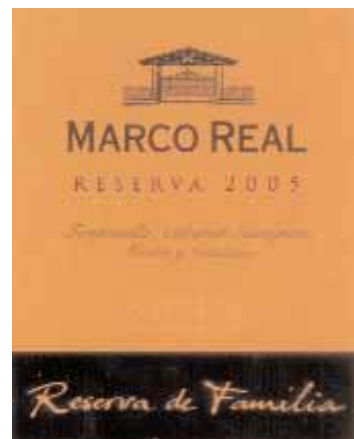
e información sobre meses anteriores

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

🌐 [www.canalcocinavinos.com](http://www.canalcocinavinos.com) [canalcocina@todovino.com](mailto:canalcocina@todovino.com)

CLUB DE VINOS  
CANAL COCINA

Ofrecido por [todovino.com](http://todovino.com)



**N** Novedad

**♣** Buena relación calidad-precio

**M** Magnum

**D-T** Disponibilidad limitada



“el Club de  
Vinos...  
para el  
experto y  
el curioso”

Solicite información o su adhesión,  
sin cuotas ni compromiso de compra en

902 500 056

[www.canalcocinavinos.com](http://www.canalcocinavinos.com)  
[canalcocina@todovino.com](mailto:canalcocina@todovino.com)

CLUB DE VINOS  
CANAL COCINA

Ofrecido por [todovino.com](http://todovino.com)

## ¿Cómo influye **el contexto** en el sabor del vino?

¿Hasta qué punto puede influir el contexto en nuestra experiencia y apreciación del vino? Está claro que la temperatura o una copa inadecuada pueden ser responsables de más de una distorsión, ¿pero qué pasa con la compañía, la atmósfera, el paisaje, los gustos personales, el estado de ánimo, la comida y nuestro propio poso cultural y experiencias vividas?

¿Han empezado ya a practicar el enoturismo? Seguro que tienen un recuerdo especialmente bueno de sus primeras visitas a bodegas. Por fin una oportunidad para ver las cosas en directo y practicar la cata al pie del cañón. Lo más probable es que hayan acabado comprando algunas botellas de los vinos que les parecieran más interesantes. Pero al descorcharlas de vuelta a casa ¿no les pareció que quizás ya no sabían tan bien?

La explicación técnica que se da a menudo para demostrar por qué el vino sabe mejor en bodega es que es muy habitual entre los expertos catar muestras directamente de barrica que aún no han sido embotelladas y que pueden ser sometidas a algún ajuste, clarificación o filtrado posteriores. Aunque en los tintos de calidad cada vez se tiende menos a realizar estas prácticas para que el producto que llega al consumidor final sea lo más sustancioso posible, pueden existir lógicas diferencias entre el vino en barrica y el vino en botella.

Pero si lo que probamos en bodega es un vino embotellado, el contenido será exactamente el mismo que el de la caja que hemos traído a casa (salvo que aparezca un problema de corcho o se produzca alguna altera-

ción por un golpe de calor, por ejemplo). Así que sólo habrán cambiado las circunstancias de consumo. Sin la emotividad extra de la ruta vinícola, ¿tal vez vivimos el vino menos intensamente?

¿Hay muchas circunstancias o situaciones capaces de modificar nuestra experiencia de lo que hay en la botella?

### **Lo básico: accesorios, temperatura...**

En lo que respecta a estos aspectos, su incidencia en la percepción del vino está probada y demostrada. Un tinto tomado a 20 grados resultará pesado y alcohólico, mientras que si se enfría en exceso sus taninos pueden parecer más hirientes. Lo de la copa puede ser discutible si entramos en matices de tamaño y forma (aunque la familia Riedel, que ha diseñado y elaborado un modelo prácticamente para cada tipo de vino, se ha encargado de demostrar su efectividad con catas por todo el mundo). Sin llegar a esos extremos, parece claro que cumplir unos parámetros básicos (ligero balón que se estrecha en la parte superior y cristal relativamente fino) maximiza el disfrute del vino. Por experiencia, un vino bueno servido en perfectas condiciones puede parecer muy bueno. Y lo mejor es que se puede actuar sin problemas sobre estos dos



**¿Hay muchas circunstancias o situaciones capaces de modificar nuestra experiencia de lo que hay en la botella?**



elementos; cosa que no puede decirse de muchos de los que siguen.

**Las estaciones del año.** No hay duda de que el clima es uno de los elementos que influyen de manera más decisiva en las características y el estilo de un vino. Por si fuera poco, suele determinar las peculiaridades de cada añada. Pues bien, a la hora del consumo también está presente en el contexto. El cuerpo y la mente no están igual a 30 grados que a cinco bajo cero. Se mire por donde se mire, tomarse un tinto de 15% vol. en plena canícula no puede ser placentero, por muy excelente y equilibrado que esté. Hay vinos que encajan mejor en unas épocas del año que en otras. En verano, ya se sabe: espumosos, rosados, blancos frescos, tintos jóvenes y de corta crianza. De vacaciones, por cierto, todo sabe mejor; por eso quizás es el momento de los vinos más sencillos. Con un frío intenso en cambio, los más poderosos priorats, toros o riberas pueden resultar especialmente reconfortantes. Seguramente, brillarán más y dejarán un excelente recuerdo.

#### **La información que tenemos del vino.**

No es lo mismo tomarse un vino del que no vemos siquiera la etiqueta que conocer la variedad de uva, la zona de la que procede, la bodega o incluso la personalidad y la filosofía del elaborador. Todas las botellas llevan una historia detrás y conocerla puede ayudar a situar el vino en su contexto y a consumirlo de la manera más adecuada. Por otro lado, esa información también tendrá el efecto de predisponer al consumidor en una dirección concreta. Piensen por ejemplo en que les dan a probar el primer Vega Sicilia de su vida. Obviamente no podrán saber si lo que hay en la copa es una expresión casi perfecta de la marca, pero probablemente se sientan motivados para tener una de las grandes experiencias vinícolas de su vida. Sin llegar a marcas míticas, ¿no se mostrarían también muy receptivos ante el vino de un pequeño elaborador que trabaja obsesivamente unas pocas hectáreas de viñedo, selecciona sus mejores uvas y las conduce en bodega con una filosofía casi artesana?

A los grandes vinos, sobre todo si se tiene en cuenta el precio que hay que pagar por ellos, les va bien tomarlos con “mucho contexto” y hasta con una cierta parafernalia; perfecta

ceremonia de servicio, temperatura y copas cuidadas al último detalle...

**El precio.** ¿Recuerdan el estudio que salió a la luz a comienzos del año pasado? Se realizaron escáners a unas 20 personas al tiempo que se les daba a beber (a través de un tubito y en la incómoda postura de tumbados) un mismo vino pero en unos casos se les decía que era barato y otras veces que era caro. Al final los vinos presuntamente más caros fueron los que más gustaron. Y no sólo eso: ante ellos se producía una notable activación en la zona del cerebro relacionada con las sensaciones placenteras.

#### **La experiencia personal como bebedor.**

No todos los consumidores llevan el mismo número de vinos y diversidad de estilos a sus espaldas. Es habitual encontrar aficionados muy fieles a un cierto tipo de vino o a unas pocas marcas que, incluso no mostrándose reticentes a probar cosas nuevas, tienden a rechazar lo que no se ajusta al patrón de lo que beben habitualmente. Lógicamente, el paladar de un bebedor de vino evoluciona con el tiempo en la medida en que va experimentando nuevos sabores, variedades de uva, regiones y estilos.

Como dice Tyler Colman, uno de los escritores que más se ha preocupado por explorar no sólo lo que hay en la copa, sino lo que ocurre fuera, “cada sorbo que tomamos con sus sabores y aromas, cada etiqueta que registramos inconscientemente en nuestra mente, cada referencia que señalamos en la carta de vinos para acompañar la cena supone otro volumen en la librería de nuestra propia experiencia y determina el modo en que percibiremos la siguiente. Cuantos más vinos bebamos y más aprendamos, mejor será el contexto para valorar (o disfrutar) cada futura copa de vino”.

El gusto personal, en cierto modo, forma parte de este proceso y está íntimamente ligado a la evolución del paladar de una persona. Y ello visto además desde una perspectiva dinámica, ya que los gustos pueden modificarse a lo largo del tiempo.

**El estado de ánimo.** Es otro elemento que añade una enorme subjetividad a la experiencia de probar un vino. Un estado de euforia

puede llevarnos a tener un recuerdo maravilloso de un vino que probado en circunstancias menos optimistas nos parecería del montón. Y también a la inversa. Por eso quizás lo más adecuado sea buscar un vino que se adapte al estado de ánimo o que pueda ayudar a mejorarlo. Un champagne, por ejemplo, suele ser bien recibido siempre, tanto si uno se siente festivo como si necesita animarse. Esa vibrante acidez al menos nos hará reaccionar. Para el ánimo decaído van bien los vinos potentes, concentrados y con consistencia. Un oporto *vintage* es perfecto, pero también podría serlo un PX, un amontillado viejo, un tinto del Priorat, cualquier opción con garra que no pase desapercibida en el paladar. ¿Y si nos sentimos relajados y con ganas de meditar? Entonces habría que buscar un vino complejo y con gran desarrollo en copa, capaz de acompañar nuestros pensamientos durante un buen rato.

**La compañía.** La mayoría de críticas sobre la película *Sideways* se hacían eco de la escena en la que uno de los protagonistas acababa bebiendo un Cheval Blanc del 61 en un vaso de plástico, pero a la columnista de vino de la revista norteamericana de humor *The Improper* le tocó mucho más el hecho de que se la tomara completamente solo. “¡Qué desperdicio! –escribía Melissa Cole-Miller–. ¿Con quién revivirá esa experiencia en el futuro? Uno de los atributos más importantes del vino es que al compartirlo con alguien más la situación puede transformarse en un evento memorable”. Y no piensen sólo en un encuentro romántico. ¿Hay algo que haga más feliz a un loco del vino que esas reuniones de amigos en los que cada uno lleva una botella y pueden estar probando vinos y hablando sobre ellos durante horas y horas?

**La biodinámica.** Esta filosofía que intenta integrar el vino dentro de los ritmos de la naturaleza y el universo no se circunscribe ya sólo al ámbito de algunas bodegas que la practican con fervor. El calendario que recomienda los días más adecuados para realizar distintas actividades en el campo y sobre los cultivos, también es válido para la cata y distingue por ejemplo entre los “días de fruta” cuando los vinos se mostrarían teóricamente más expresivos y más ligados al fruto que está en su origen, y los “días raíz” en los que se muestran más cerrados, oscuros y ligados

a la tierra. De ahí que algunas empresas y profesionales del vino empiecen a decir tímidamente que echan un vistazo al calendario de María Thun cuando organizan sus catas. En TodoVino probamos hace un tiempo a catar las mismas etiquetas en los dos tipos de días para comprobar la veracidad de esta teoría, pero lo cierto es que no pudimos constatar diferencias claras.

**La comida.** Es un contexto obvio; está claro que la situación más habitual de consumo de vino es frente a una comida, de modo que lo que tenemos en el plato va a interferir, realzar o meramente acompañar lo que hay en la copa. En el restaurante podemos contar con la ayuda del sumiller para que nos ayude a hacer una elección no inadecuada. En casa, al final, las comidas suelen ser mucho más informales. Quizás deberíamos empezar a pensar cuáles son los vinos que van mejor con la pasta, la pizza, las alitas de pollo y otros platos muy terrenales.

**La subjetividad en la percepción.** Los estudios dirigidos por el profesor Charles Wysocki en el Monell Chemical Senses Center en Filadelfia han mostrado que un aroma no es igual para todo el mundo. De hecho todos podemos tener problemas para detectar olores concretos que otras personas sí perciben con claridad. La sugestión, como ocurría en el tema del precio, puede jugar malas pasadas. Wysocki realizó una experiencia con expertos en vino dándoles a oler el mismo aroma en botellas etiquetadas con nombres distintos y frente a las cuales registraron percepciones distintas. Por lo visto, la percepción que tiene una persona de un aroma concreto depende mucho del contexto en el que lo experimentó por primera vez. Y eso convierte la olfacción en un ejercicio altamente personal.

Probablemente, la situación más aséptica y libre de contexto que se pueda crear en torno a un vino sea la cata a ciegas. Y aún así habría que tener en cuenta las condiciones ambientales del recinto en el que se realiza la degustación y la historia personal y anímica de cada catador. Paradójicamente, esta situación que permite a un crítico o a un experto realizar valoraciones y recomendaciones lo más objetivas posible no puede estar más lejos de los posibles escenarios de consumo para el público o destinatario final.



Un estado de euforia puede llevarnos a tener un recuerdo maravilloso de un vino que probado en unas circunstancias menos optimistas nos parecería del montón

# Marqués de Riscal: vinos centenarios, Gehry y cómo reinventarse 150 años después

Siglo y medio después de su fundación por Camilo Hurtado de Amézaga, Marqués de Riscal es conocida en todo el mundo por el hotel de voladizos de colores diseñado por Frank Gehry. Pero esto es sólo la punta del iceberg. Hace un mes algunos privilegiados catábamos viejas añadas de la casa, cuatro de ellas ¡del 1800! Aunque los nuevos vinos que está lanzando la bodega en estos días poco tienen que ver en su estilo con esas experiencias del pasado.



¿A qué sabe un vino de 140 años? ¿Es capaz de mantener la compostura después de un encierro tan prolongado en botella?

La cosecha más antigua de la memorable cata histórica fue 1870. La más joven, 1964, la que muchos considerarían quizás la mejor añada del siglo XX. Ninguna otra bodega de Rioja puede presumir de albergar semejantes reliquias. ¿A qué sabe un vino de 140 años? ¿Es capaz de mantener la compostura después de un encierro tan prolongado en botella?

Incluso con las copas vacías, era difícil reprimir la emoción ante la fila de botellas que se habían dispuesto ordenadamente sobre la mesa en sus correspondientes cajetines de madera y con la añada escrita con trazos de tiza. Las más antiguas ofrecían un aspecto casi decrépito. ¿Habría vida en su interior? La ceremonia del “no-descorche” de estos vinos ancianos es un fascinante espectáculo. Para que el tapón no se desintegre, se arranca literalmente el cuello de la botella con unas tenazas encendidas al rojo vivo. Es un corte limpio y preciso; el mismo sistema que se utiliza para los viejos oportos *vintage*.

## Los primeros 100 años

Camilo Hurtado de Amézaga, marqués de Riscal y un hombre adelantado a su tiempo fundó la bodega en 1858 totalmente inspirado por Burdeos. Poco después traía las primeras viníferas francesas a su viñedo: *cabernet*, *merlot*, *pinot noir*, *malbec*. En 1868 nombró a Jean Pineau, cuya contratación había sugerido él mismo a la Diputación de Álava para mejorar los vinos de la provincia, administrador de su bodega. El Marqués de Riscal 1870 es, pues, un tinto de la etapa fundacional. En esa época tan temprana algunas añadas ya habían sido premiadas en concursos de Burdeos. El éxito y la aparición de burdas imitaciones fue lo que llevó a cubrir la botella con las famosas redecillas de alambre que luego adoptaron otras marcas clásicas y que en plena revolución enológica de finales del siglo XX, olvidado su origen y significado real, se vieron un tanto anticuadas.

Volvamos al 1870, el vino más antiguo que hemos probado. No sólo resulta complejo en

nariz. Es asombroso cómo mantiene su estructura más allá de la acidez. ¡Tiene cuerpo! Es un audaz superviviente del paisaje riojano de hace casi siglo y medio.

Al final del artículo encontrarán un cuadro con la descripción de las distintas añadas que se cataron. En general, esperábamos toparnos con narices clásicas y de gran complejidad, con los típicos aromas reductivos y de vejez de este tipo de vinos (aunque Riscal rompe cualquier barrera de vejez que un catador pueda tener en mente). Pero algunas bocas fueron aún más sorprendentes. Frente a la línea delgada y ácida que suele convertirse en columna vertebral de los riojas con varias décadas a sus espaldas, algunos riscalles sorprendieron por conservar cierta estructura y destellos tánicos.

Seguro que las excepcionales condiciones de conservación de la bodega histórica de Riscal, la “Catedral”, excavada en la roca tienen mucho que ver en ello. La mayoría de vinos que pudieron exhibir con orgullo cierto músculo deberían haber sido imbebibles en sus primeros años o incluso décadas de vida. Especialmente los que llevaban mayor aporte de variedades foráneas (los llamados “reserva Médoc” en alusión clara a la mítica región bordelesa) parecían haber evolucionado hasta un cierto punto para luego, en ocasiones, quedarse como suspendidos en el tiempo. ¿Hay que atribuir el logro al poderío de la *cabernet*?

Uno de los comentarios que más se repitieron en la cata fue el de que los vinos que estaban sobre la mesa pertenecían a otra época y eran irrepetibles. Esto es especialmente cierto en el caso de los tintos prefiloxéricos (además de 1870, 1883, 1889, 1897 y 1900). Hay un antes y un después de la mayor plaga en la historia de la viticultura mundial. Pero más allá de la aparición de los portainjertos y la obligatoriedad de trabajar sobre pies de vides americanas, los únicos que se revelaron resistentes al temido insecto, en siglo y medio también ha cambiado la ubicación de la viña, el espectro de variedades, la viticultura, la forma de elaborar... Si echamos un vistazo a los datos analíticos, vemos que ninguno de esos vinos del pasado superaba los 12 grados.

### Chirel, el primer rioja moderno

Riscal ya dio una respuesta moderna –y bien

temprana– al inicio de la década de los noventa con su Barón de Chirel, que se estrenó en el mercado con la añada 1986. Considerado el primer super-rioja o tinto de alta expresión, fue un hito en su día (sólo hay que ver lo que se ha llegado a imitar su etiqueta ideada en Londres por Design Bridge).

El vino se definió con vocación de detalle para obtener una expresión nítida y concentrada: a partir de una selección de cepas viejas de más de 40 años y bajos rendimientos, con un porcentaje de *cabernet sauvignon* (en Riscal se bromea a menudo diciendo que es su “variedad experimental” de 150 años en clara alusión al estatus oficial que tiene esta uva para el Consejo Regulador) y una crianza relativamente larga para los estándares actuales: de unos 20 meses aproximadamente en roble americano. La voluntad de selección quedó reforzada con la introducción de la mesa de *trie* en 1995, la primera del país según la bodega.

Tanta precocidad ha hecho que al primero de los renovadores de Rioja se le considere un clásico. Sobre todo teniendo en cuenta la avalancha de marcas que llegaron detrás luchando por lo sublime, pero también por la notoriedad y por obtener el mayor efecto mediático posible. Quizás por eso resulta tan reconfortante redescubrir Chirel cuando se tiene la oportunidad de sentarse sin prisas frente a alguna de sus más destacadas añadas. Porque no es un vino explosivo, sino del tipo que necesita tiempo para ir creciéndose en la copa y desarrollando *bouquet*.

Sin embargo, hay un nuevo Barón de Chirel gestándose en la renovadísima bodega de Riscal. La cosecha 2006, por ejemplo, que aún tardará en salir al mercado, está envejecida en un 100% en roble francés. La muestra que tuvimos la oportunidad de catar de la mano de Pedro Aznar, director comercial técnico de la casa, en un avance de lo que serán los futuros tintos de bodega, nos resultó especialmente firme y mineral, con un gran potencial de desarrollo. Su antecesora 2005, que tampoco ha llegado al mercado, es probablemente el Chirel para recuperar la marca: picota intenso, ciruela concentrado, fina nota de cuero; con gran intensidad en boca, taninos pulidos, gran fescura, nítida fruta roja ácida de insistente recuerdo y gran profundidad de





La cosecha 2006 ha sido la elegida para lanzar un nuevo concepto de tinto en la casa, que llevaba veinte años sin hacer alarde de novedades

sabor. Un vino que parece imposible que no vaya despertando pasiones a su paso.

### Los nuevos vinos de finca

La cosecha 2006 ha sido la elegida para lanzar un nuevo concepto de tinto en la casa, que llevaba veinte años sin hacer alarde de novedades con excepción de ese Frank Gehry Selection 2001 que servía de homenaje al arquitecto que ha vuelto a poner la bodega en el mapa y en el mundo a lo grande.

Si el vino Gehry es muy probable que acabe siendo una etiqueta intimista asociada a actos sociales y compromisos de la bodega, el Finca Torrea que ve la luz estos días tiene como objetivo conseguir que la imagen de firma moderna y renovada que Riscal ha conseguido proyectar en todo el mundo gracias a la Ciudad del Vino (sin duda, la campaña de marketing más ambiciosa, apabullante, internacional y efectiva que haya realizado nunca una bodega española) tenga una correspondencia clara en la copa.

Finca Torrea no es el tinto que cabría esperar de una bodega clásica. El concepto y el diseño es moderno, pero sin excesos, anteponiendo la elegancia y el equilibrio a la concentración. Ofrece una seductora nariz de fresas con nata, que combina las notas de pastelería con la pureza de la fruta roja. Es un tinto goloso, con el volumen justo en boca, taninos finos y acariciantes y buenas dosis de frescura.

La etiqueta es atrevida: especialmente grande y llamativa, se inspira en la vista aérea de Google de la Finca Torrea de la que procede el vino. Tiene además un *alter ego* en la bodega de vinos blancos de Rueda con el mismo recurso gráfico, pero en este caso el de la Finca Montico (cosecha 2008) que da nombre a un nuevo verdejo con el que se ha querido recuperar los aromas y el carácter de la variedad en los ochenta, trabajada con levaduras naturales y lías finas y abasteciéndose de uno de sus viñedos más antiguos y de mayor calidad plantado en el mismo municipio de Rueda.

De ambos se han elaborado unas 45.000 botellas, pero la idea es alcanzar el medio millón con el tiempo para convertirlas en

marcas de calidad, pero de amplia disponibilidad y gran relación calidad-precio.

### Marqués de Riscal en el siglo XXI

Marqués de Riscal es la marca más antigua de Rioja y, con ayuda de Gehry, se ha convertido en la séptima bodega más visitada del mundo. ¿Pueden conseguir unos hipnóticos voladizos de titanio que el número de curiosos y aficionados que se acercan hasta el pequeño pueblecito de Elciego pase de 7.000 a 60.000? Parece ser que sí.

La Ciudad del Vino (el nombre está patentado) incluye el hotel Marqués de Riscal gestionado por la cadena Starwood (y los vinos de Riscal están en los Starwood del mundo, lo que ha llevado la marca a 20 nuevos países), dos restaurantes asesorados por Francis Paniego (del restaurante Echaurren de Ezcaray), un spa de vinoterapia de la firma francesa pionera en la materia Caudalie y las bodegas centenarias.

En la actualidad exporta el 60% de su producción a 80 países. Su vino de mayor producción (no se le puede negar el mérito de firmar cuatro millones de botellas) sigue siendo el reserva y no elabora nada por debajo de esta categoría. La cosecha 2005 que saldrá al mercado en septiembre y que está más cerca de los 14% vol. no tiene nada que ver con sus ancestros de la cata histórica, pero sigue la línea iniciada en 2001 (al 2003 le dimos un "lacre" en *La Guía TodoVino*) de intentar conseguir tintos bien definidos y con algo más de peso de fruta, aunque sin descuidar esas narices clásicas a canela, almizcle, cuero y especias.

El objetivo para Pedro Aznar es tremendamente ambicioso: "Queremos que en cualquier lugar del mundo cuando alguien tenga que nombrar tres vinos españoles, uno de ellos sea Riscal". Y lo que probarán los ciudadanos del mundo será fundamentalmente el reserva, en menor medida el nuevo Torrea o, quienes tengan más posibles, el elegante Chirel. Sólo algunos afortunados (y la cata histórica fue un hito sin precedentes) podrán experimentar cómo es un vino del siglo XIX. A Gehry, por cierto, le involucraron en el proyecto dándole a probar una botella de su año de nacimiento. Sin ella hoy Riscal quizás sería otra bodega centenaria de Rioja.

**LOS VINOS DE ANTES**

**Marqués de Riscal 1870.** Rubí teja ladrillo. Complejo. Asombrosamente mantiene cierto cuerpo y estructura.

**Marqués de Riscal 1883.** Rubí ladrillo. Almizcle, empireumáticos, ahumados, con las clásicas notas de la vejez, pero sin declive.

**Marqués de Riscal 1889.** Rubí teja anaranjado. Complejo, profundo, fruta desecada, ahumados, especias dulces, pimienta, cuero. Sabroso, con viveza y alegría en el paso de boca.

**Marqués de Riscal 1897.** Rubí teja con ribete anaranjado. Con bastante reducción (almizclado, ahumado, fruta desecada). Expresivo en boca, aterciopelado, con taninos dulces y finos.

**Marqués de Riscal 1900.** Caoba yodado ribete ladrillo. Orejones, ahumados, dátiles. Acidez viva que aporta frescura. Aromático y con noble reducción.

**Marqués de Riscal 1910.** Teja anaranjado. Fruta escarchada, brandy, caramelo quemado, *toffee*, hierbas aromáticas, especias. Seco en boca, muy equilibrado y fluido.

**Marqués de Riscal 1917.** Rubí teja ribete ladrillo. Original nariz con marcado carácter especiado y recuerdos de curry. Viva acidez, incluso con sensación cítrica.

**Marqués de Riscal 1924.** Teja amarroando. Quizás el menos expresivo, con recuerdos de cal en nariz y algo menos de acidez en boca.

**Marqués de Riscal 1938.** Rubí teja ribete anaranjado. Aroma almizclado y especiado (curry), torrefactos, cacao. Boca sabroso, aromático, con viva acidez. Rico en sensaciones y buena textura aterciopelada.

**Marqués de Riscal 1945.** Rubí con buena capa de color. Fruta pasa, especiados, fruta desecada, ahumados. Sabroso, con estructura y volumen. Seco, aromático, correcta acidez.

**Marqués de Riscal 1948.** Teja ladrillo. Reducción, café, cuero, fruta escarchada, higos, anisados, notas tostadas. Muy seco en boca.

**Marqués de Riscal 1950.** Caoba con tinte yodado. *Toffee*, melosos, anisados. Muy expresivo, vivo y aromático. Con notas ahumadas y de caza. Fresco y sedoso.

**Marqués de Riscal 1958.** Rubí teja con ribete yodado. Complejo y expresivo, cuero, almizcle, ahumados, especiados, fruta escarchada, caramelos de miel, café, hierbas. Seco, sabroso, finos taninos.

**Marqués de Riscal 1964.** Rubí teja con ribete ladrillo. Fruta desecada (orejón, dátiles), especias dulces (nuez moscada y clavo), ahumados. Fino y sedoso, aromático y con noble reducción.



Wines on the Wing 2008

# Descubra la mejor bodega del mundo



en su próximo vuelo



La próxima vez que vuele en la clase **Business Plus de Iberia**, le invitamos a descubrir los mejores vinos del mundo, ya que nuestra bodega ha sido premiada con el **Wines on the Wings 2008**.

Un prestigioso certamen que ha reconocido la excelente selección de vinos a bordo realizada por el **Comité de Cata del Club TodoVino**, compañía asociada a **Iberia Plus**, que le permitirá además obtener vuelos gratis disfrutando de la mejor bodega del mundo en su casa.

Descubra todas las ventajas de pertenecer a Iberia Plus y convierta sus reservas con Iberia en grandes reservas.

No espere más y regístrese en [www.iberia.com](http://www.iberia.com)

## ¿Cómo ven los **consumidores extranjeros** los vinos españoles?

Las percepciones son mucho más variadas de lo que cabría imaginar. De hecho, cambian notablemente de un país a otro, pero en total hay 42 millones de aficionados que “nos beben” en los seis mercados más fuertes para España. Sin embargo, aún tenemos que conquistar a 103 millones de paladares que se decantan por otras opciones.

¿Sabían, por ejemplo, que a la hora de comprar un vino los americanos piensan en primer lugar en la variedad de uva, los ingleses en lo que está de oferta, los alemanes y suizos en la marca y los holandeses y belgas en lo que les han recomendado?

Estas son algunas de las conclusiones del estudio encargado por el Observatorio Español del Mercado del Vino (OeMv) a la empresa británica Wine Intelligence y que se presentó este verano en Madrid bajo el nombre “Notoriedad y hábitos de consumo del vino español en los principales mercados de exportación”. Los países analizados fueron Reino Unido, Estados Unidos, Alemania, Bélgica, Holanda y Suiza.

Junto a éste se presentó un segundo análisis realizado por Nielsen a partir del estudio de canales de alimentación en estos mismos países más México durante 2008 y que mostraba la ralentización de las ventas de nuestros vinos con un crecimiento de apenas un 0,6% a lo largo de ese año y, lo que quizás es más preocupante, un comportamiento inferior a la media del mercado.

Sin embargo, lo que quedó realmente patente son las importantes diferencias existentes

entre unos países y otros, tanto respecto a la propia naturaleza del mercado (mayor o menor número de consumidores, tipos de vinos más consumidos, criterios de compra), como a la posición que ocupan en él los vinos españoles.

Desde un punto de vista meramente numérico 7,1 millones de aficionados beben vino español semanalmente y 35,7 lo hacen al menos una vez cada tres meses. Pero ¿qué hay detrás de estas cifras?

### **Estados Unidos, el país de las oportunidades, también para el vino**

Parece claro que lo que sucede en este mercado, lo que dicen sus críticos y su crecimiento continuado le convertirán en un escenario decisivo para el futuro del vino mundial y el español por extensión. Y ello pese a que sólo un 34% de adultos consume vino, lo que sin embargo suma un total de 173 millones de bebedores!

La percepción que tenemos últimamente en España, apoyada especialmente en las sonoras puntuaciones de Parker-Miller en *The Wine Advocate* y en los numerosos artículos sobre nuestras regiones vinícolas que aparecen en la prensa general y especializada es



**7,1 millones de aficionados beben vino español semanalmente y 35,7 millones al menos una vez cada tres meses**



que nuestros vinos están de moda en Estados Unidos.

¿Tanto? Para empezar, sólo el 28% de los vinos que consumen los norteamericanos procede de terceros países. Eso quiere decir que en el conjunto global del mercado, los españoles apenas representan el 1,1% en volumen y el 1,7% en valor.

¿Dónde está la oportunidad entonces? Fundamentalmente, en que los consumidores estadounidenses toman vino con mayor frecuencia que los europeos, muestran un gran interés por lo que llevan a la copa y están más dispuestos a experimentar.

El estudio sugiere que Estados Unidos es uno de los mercados con mayor potencial y destaca que "hay que aprovechar su entusiasmo para aumentar el conocimiento y la imagen de los vinos españoles", a la vez que luchar por atraer y fidelizar a nuevos aficionados. Realmente, hace falta: un 34% de aficionados no pudieron nombrar ni una sola región española en la encuesta; un 34% atinó con una o dos y sólo el 3% nombró más de ocho.

### Los maduros mercados europeos

¿Qué tal nos va con nuestros vecinos europeos? Suiza y Holanda son los países en los que mejor están posicionados los vinos españoles, aunque con un toque de atención en el caso del primero de que la edad media de quienes nos consumen es algo elevada.

Alemania, donde hay una presencia importante en el mercado, refleja un caso interesante al asociar los vinos a un conocimiento bastante bueno del país gracias al turismo. Esto debería verse como una oportunidad para que, combinada con un precio adecuado, los aficionados germanos se "enganchen" al vino español.

Reino Unido es probablemente el mercado europeo más duro y competitivo (con guerra permanente de ofertas en los supermercados). Con una cuota de mercado del 9,8% somos quintos por detrás de Australia, Estados Unidos, Francia e Italia y con Sudáfrica pisándonos los talones (el país africano ha crecido un espectacular 22% en el último año mientras que nosotros caímos casi un 3%). La recomendación de Wine

Intelligence es combatir el desconocimiento y la ausencia de recomendaciones mejorando la imagen de calidad del vino español.

### Chile, el gran competidor

Probablemente, la mayoría pensamos más en la amenaza australiana pese a que se haya desinflado algo últimamente y en Italia como nuestro gran competidor europeo. Sin embargo, el estudio dejó entrever que en muchos lugares la percepción de Chile y España era muy similar tanto en cuanto a calidad como en cuanto a situaciones de consumo, pero con precios inferiores en el caso del país andino.

Curiosamente, una de las mayores sorpresas de los datos aportados por Nielsen fue descubrir que el precio medio de los vinos españoles se situaba entre los más altos de los distintos mercados.

En Reino Unido los vinos españoles se perciben como de calidad inferior (y por este orden) a los de Francia, Australia, Italia y Chile. En Alemania y Estados Unidos, en cambio, sólo sitúan por encima a los suyos propios y a los franceses e italianos, mientras que belgas y suizos sólo anteponen a estos dos últimos. Pero en todos estos países es Chile quien nos pisa los talones.

### ¿Nos movemos en un terreno incierto?

En ocasiones desde estas páginas hemos hablado de España como el Nuevo Mundo del Viejo Mundo porque nos parecía una buena forma de explicar esa amalgama de tradición en las zonas históricas y de juventud en regiones que explotan o se acercan seriamente al embotellado a finales del siglo pasado. En cierto modo, este paisaje forma parte de la percepción de algunos consumidores extranjeros.

En Estados Unidos, por ejemplo, los vinos españoles se asocian a la tradición y a ocasiones de consumo de cierta solemnidad, aunque como decíamos antes el desconocimiento general es bastante grande. En Europa, sin embargo, aunque se valora la tradición y la relación calidad-precio de nuestras etiquetas, España no es un nombre que se busque para las ocasiones formales. Y esto último, Wine Intelligence lo interpreta como una debilidad. En este sentido, Francia e Italia están mejor posicionados

**El estudio indica que Estados Unidos es uno de los mercados con mayor potencial y destaca que "hay que aprovechar su entusiasmo para aumentar el conocimiento y la imagen de los vinos españoles"**

entre los países del Viejo Mundo para este tipo de circunstancias, mientras que Australia y Chile compiten duramente con España en las situaciones informales.

**Rioja, la gran marca española**

El desconocimiento de una gran mayoría de nuestras regiones vinícolas se hizo patente en el estudio. De hecho, se mencionan antes zonas vinícolas asociadas al turismo como Valencia o Alicante que otras que podrían parecer más prestigiosas por su trayectoria y la calidad de sus vinos.

Rioja junto a Jerez (realmente más “Sherry” que Jerez) es de lejos la región vinícola más conocida fuera de España (Cava ocuparía la tercera posición). Conseguir un estatus similar para otras denominaciones o zonas sería seguramente muy deseable, aunque para Richard Halstead, máximo responsable y fundador de Wine Intelligence, esto implica un duro trabajo de base: “La región es tan marca como una marca individual, pero si entendemos que una región puede funcionar como tal debemos darle un contenido distintivo, ya que un consumidor no usará la región como argumento de compra si no tiene un contenido claro”.

**Los rosados, la gran oportunidad de futuro**

Como telón de fondo general, se percibe una tendencia muy clara en todos los mercados: el vino rosado es la categoría que más crece en la mayoría de mercados (hasta un 13,5% en Reino Unido) según los datos aportados

por Nielsen y eso en un año especialmente complicado como 2008. Más aún, podría incluso decirse que mientras la tendencia de los tintos decae o como mucho se mantiene, se impone una vuelta de lo que Rafel del Rey, director general del OeMv, denominó los “vinos frescos”, un saco en el que también caben blancos y espumosos.

El Observatorio Español del Mercado del Vino (OeMv) se fundó en marzo de 2008 como resultado de uno de los puntos planteado en el documento “Estrategia Vino 2010” del MARM (Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino). Con entidad de fundación, está regido por un patronato con amplia representación del sector y sus esfuerzos se enfocan a la obtención de información y más allá de ello, a su análisis y divulgación.

El estudio encargado a Wine Intelligence, el primero de gran entidad llevado a cabo sobre la percepción que tienen los consumidores extranjeros sobre el vino español, se realizó a partir de encuestas *on-line* a los 6.646 consumidores regulares de vino suministrado por el servicio de Wine Intelligence Vinitrac en lo que se considera una muestra representativa de cada país y de una población total de 146 millones de consumidores de vino. La recogida de información tuvo lugar entre el 20 de marzo y el 8 de abril de este año. El estudio presentado por Nielsen, por otro lado, se realizó en base a los paneles de detallistas de esta compañía en Estados Unidos, Gran Bretaña, Alemania, Bélgica, Suiza, Países Bajos y México.



**ALGUNAS CLAVES DE NUESTROS PRINCIPALES MERCADOS**

País	Consumo l. per cápita	Vino importado	% Consumidores regulares*	% Tinto-Blanco Rosado	% Muy interesados en el vino	% Disfruta con nuevos vinos
Alemania	34	51%	47%	57%-32%-11%	53%	40%
Bélgica	31	94%	52%	49%-37%-14%	51%	44%
Estados Unidos	11	28%	34%	49%-38%-13%	58%	54%
Holanda	28	100%	48%	48%-36%-16%	36%	35%
Reino Unido	26	98%	57%	45%-39%-16%	37%	44%
Suiza	46	64%	47%	60%-24%-15%	53%	53%

Fuente: Wine Intelligence

\* Se considera que un “consumidor regular” es aquel que tiene la edad mínima permitida para ello, que bebe vino blanco, rosado o tinto por lo menos una vez al mes y que compra tanto en el canal de alimentación como en el de hostelería

## Chivite: Sinfonía en blanco

Nunca se habían catado de una sentada todas las añadas del Chivite Colección 125 Blanco desde la cosecha inaugural de 1993. Fue un privilegio para el equipo de TodoVino poder verificar la evolución de esta etiqueta en el tiempo y una satisfacción descubrir su capacidad para envejecer con brillantez.



Un blanco opulento, con volumen, fruta cítrica y acidez que se mantiene en el tiempo

No son habituales las verticales de vinos blancos en España, pero después de haber tenido la oportunidad de pasar revista en los últimos tiempos a Pazo de Señorans Selección de Añada y Belondrade y Lurton, ejemplos emblemáticos en el trabajo a largo plazo con *albariño* y *verdejo* respectivamente, nos parecía imperdonable no dedicar una retrospectiva a una de las marcas que más alto ha puesto el listón de calidad en este capítulo. Desde su aparición en el mercado a mediados de la década de los noventa, el Chivite Colección 125 Fermentado en Barrica está considerado como uno de los mejores blancos del país y es una presencia habitual en La Cata de los Lacres que cada año reúne lo más destacado de cada nueva edición de *La Guía TodoVino*.

Fernando Chivite (en la foto), ideólogo y creador del vino, además de actual presidente de Bodegas Julián Chivite, aceptó el reto encantado y sin titubear. La cata se celebró en el restaurante Zalacaín con nuestro compañero de cata Custodio L. Zamarrá velando por las perfectas condiciones de servicio de las 14 añadas elaboradas sin interrupciones desde 1993 a 2006.

Al ver la gran cantidad de botellas sobre la mesa resultaba más fácil recordar que antes de la explosión de las variedades autóctonas y exceptuando los ejemplos clásicos de *viura* riojanos, la *chardonnay* fue la uva comúnmente adoptada en España (en todas aquellas regiones en las que la legislación lo permitía) para intentar elaborar blancos de primera fila en un país asociado a los tintos y en el que aún hoy muchos consumidores siguen sin hacer el ejercicio de darle una oportunidad a todo aquello que no viste de negro o rojo la copa.

### Chardonnay + terruño + tiempo

Qué duda cabe de que el Colección 125 es un vino para aficionados aventajados, conocedores de las alturas que pueden alcanzar los vinos blancos, que disfrutaran con el desarrollo aromático en copa y tienen, además, la paciencia necesaria para esperar el descorche de algunas botellas.

La primera conclusión obvia de la cata fue constatar la nobleza de la variedad. La *chardonnay* es una de las reinas blancas del viñedo mundial y, probablemente, la que más sobresale en la crianza en madera.

¿Pero qué tiene de especial la *chardonnay* de la familia Chivite?

El grueso del vino procede de la viña Las Canteras (ver foto en página siguiente) situada en Aberín, dentro de la gran finca de Señorío de Arinzano que ha recibido recientemente el estatus de denominación de origen de pago. Es esta zona, situada a unos 480 metros de altitud, el suelo es poco profundo y de naturaleza arcillo-calcárea sobre una base de arenisca que, según explica Fernando Chivite, hace “un efecto esponja que evita el estrés hídrico, incluso en cosechas tan calurosas como 2003”. Las cepas se extienden por una ladera con exposición oeste y se cuidan al máximo.

Para Fernando Chivite quizás la clave está en que de forma natural la viña da grado suficiente a mediados de septiembre (“en España la *chardonnay* se suele vendimiarse en agosto”, nos dice) y también la acidez necesaria para hacer una maloláctica (transformación del más agresivo ácido málico en amable ácido láctico). Como resultado de todo ello y limitando los rendimientos (entre 3.000 y 3.500 kilos por hectárea), se obtiene un perfil aromático bastante clásico de la variedad. “Los que saben de Borgoña me ponen más en Montrachet que en Meursault”, comenta el enólogo navarro, satisfecho por haber obtenido en su Colección 125 pautas aromáticas y gustativas propias de zonas de referencia en el universo de los grandes blancos de *chardonnay*.

Pero Chivite también nos confesó que éste seguirá siendo el *top* blanco de la familia, sin ningún Señorío de Arinzano de pago que pueda superarlo de momento porque hasta la fecha “no sabemos hacerlo mejor”.

De hecho, aunque hubo un par de añadas algo más flojas, lo más sorprendente fue el altísimo nivel de los vinos. Con ausencia de oxidaciones (paradójicamente en un momento en que se cuestiona la capacidad de guarda de los blancos de Borgoña y corren ríos de tinta al respecto), con evoluciones clásicas de la variedad (tostados, membrillo y fruta desecada en la mayoría de los casos, aunque en algún momento se habló también de aromas de tintos por las notas a caza, champiñón y tierra húmeda de algunas añadas) y la combinación en la mayoría de los casos de volumen y acidez en boca.

Los Colección 125 son en general blancos opulentos, untuosos y con volumen, de sabores intensos, pero con presencia de fruta cítrica y acidez que se mantiene en el tiempo, probablemente la clave de su buena forma a diez o más años vista.

### Filosofía y añadas

Fernando Chivite insistió en que no se rectifica la acidez y que la herramienta que utiliza para mantener este complicado juego de equilibrios en función de las características de la añada es realizar más o menos maloláctica.

Hasta 1998, las uvas se trasladaban en cajas y en camión refrigerado a la bodega de la familia en Cintruénigo. A partir de esta añada, la elaboración pasó a realizarse íntegramente en la bodega de Arinzano diseñada por Rafael Moneo.

En la actualidad la viña tiene 20 años, lo que realza el mérito de los Colección de la década de los 90, entre los que sobresalió especialmente un 93 con mucha fuerza cítrica y elaborado con infantiles cepas de apenas 4 años, y el completísimo 99, modelo de equilibrio, complejidad y variedad de registros.

El vino fermenta en barrica de roble francés y prolonga su crianza durante unos 10 meses. Pero frente a la idea mental que teníamos la mayoría de los catadores de una presencia bastante destacable de la madera, pudimos comprobar cómo en las añadas más recientes su papel se iba haciendo cada vez más sutil, mientras que en las antiguas predominaba la clásica evolución tostada de la *chardonnay* y las notas características de la reducción en botella.

Por otro lado, la complejidad y elegancia de 2005 y 2006, más allá de las características de la añada, parecen anunciar la mayoría de edad del viñedo y un notable afinamiento de su interpretación en bodega. Pero además la peculiaridad del terruño marca notablemente el vino. Si no, no se entiende cómo de la tórrida cosecha 2003 salió uno de los vinos más delicados y sutiles de la cata que quizás no hace honor al volumen esperado en boca, pero en el que no hay la menor señal de calor o alta madurez.





**Fernando Chivite insistió en que no se rectifica la acidez y que realiza más o menos maloláctica en función de las características de la añada**

Otras cosechas muy destacables fueron 2000 (comparable en estilo e intensidad al 99), 2001 (un favorito de casi todos los cataadores por su intensidad, notas especiadas y alma de tinto) y 2004 en el que hubo coincidencia sobre una cosa: sería la añada para dar a conocer el vino a un aficionado poco formado por su nitidez, perfecto equilibrio y buena expresividad.

Los Chivite 125 Blancos salen con un año de botella al mercado, aunque Fernando Chivite cada vez está más tentado de saltarse los rigores comerciales y esperar dos para que el vino muestre una mayor plenitud. No obstante, la cosecha en curso 2006 es una excelente oportunidad para conocer mejor el vino y experimentar (quien tenga bodega en condiciones) con las posibilidades del envejecimiento en botella. La producción, que se sitúa en torno a las 30.000 botellas, hace de este vino de precio alto (pero no escandaloso) un producto relativamente disponible.

#### Notas de cata

Todos los vinos son perfectamente bebibles y se beben con agrado. Entendemos que no es probable que un aficionado guarde añadas antiguas de este blanco, pero para quienes lo quieran hacer a partir de ahora les podemos recomendar un periodo de consumo óptimo de hasta 7-10 años después de la fecha de cosecha en función de las características de la añada.

Todos los vinos tienen una graduación de 13% vol. salvo 2000 (14% vol.), 1993 y 1996 (13% vol.) y 1994 (12,5% vol.)

#### • Chivite Colección 125 1993

Dorado intenso matiz verdoso. Frutos secos (nueces), pan tostado, orejones, fruta escarchada, praliné. Evolución clásica de *chardonnay* hacia notas cítricas, tostados y fruta desecada. Boca intenso, gran acidez, untuoso, final mineral con notas de piel de limón y fruta escarchada.

#### • Chivite Colección 125 1994

Dorado intenso matiz cobrizo. Fruta maduras, frutos secos (avellana, nueces), hierbas, piel de melocotón, membrillo, dátiles. Evoluciona a chocolate, orejón y nota más licorosa. Untuoso e intenso en boca, tostado.

Final con notas amieladas, tostadas y ligero amargor. Más carnosidad y volumen que 93.

#### • Chivite Colección 125 1995

Dorado intenso, más capa que el anterior. Nariz más evolucionada y madura, pero compleja: champiñón, trufa, empareumáticos, tostados, orejones, tierra húmeda. Muy vivo e intenso, con volumen, glicérico, limón confitado. Corpulento, tostado.

#### • Chivite Colección 125 1996

Dorado matiz cobrizo. Setas, chocolate blanco, cacao, hierbas aromáticas (tomillo), dátil, membrillo. Sugerente nariz. Boca con mucho volumen y glicérico, aldehídos, algo más de calidez que los demás, aunque con acidez suficiente. Final a confitura de limón.

#### • Chivite Colección 125 1997

Dorado muy intenso. Aromas a setas secas, recuerdos de hidrocarburo, piel de limón, tostados, frutos secos (avellana), membrillo. Muy potente e intenso en boca, untuoso, ligeros aldehídos, tostados. Confitura de limón en final.

#### • Chivite Colección 125 1998

Dorado. Aroma con marcadas notas lácticas, lo que le hace algo menos expresivo en nariz, tostados. Boca con menos estructura, acidez viva; se queda un tanto empequeñecido frente a la opulencia de la añada anterior pero mantiene el nivel.

#### • Chivite Colección 125 1999

Dorado matiz verdoso. Fino, sutil, piel de limón, elegantes tostados, hierbas aromáticas (menta, hierbabuena), orejón. Evoluciona a finos tostados (praliné), florales y hierbas en infusión. Boca amplio, con excelente acidez, nota cítrica (confitura de limón). Es complejo, tiene variedad de registros.

#### • Chivite Colección 125 2000

Dorado muy intenso. Notas de mantequilla, pan tostado, ligero fondo de champiñón. Evoluciona a notas de hierbas en infusión (hinojo) y praliné. Boca untuoso, potente, expresivo, gran acidez, excelente viveza de cítrico, corteza de limón. Comparable al 99.

#### • Chivite Colección 125 2001

Dorado verdoso. Nota de caza, tostados, especiados (nuez moscada). Evoluciona a hierbas

en infusión, notas lácticas. Boca potente, muy intenso, confitura de limón, nota cítrica, largo final con recuerdos de caza y tostados.

• **Chivite Colección 125 2002**

Dorado intenso. Fruta blanca madura, tostado (avellana), ligera evolución, heno, cacahuete, algo menos expresivo que el resto. Boca más evolucionado, confitura de limón, cierta sabrosidad, carácter varietal, persistencia media.

• **Chivite Colección 125 2003**

Dorado matiz verdoso. Nariz sutil, muchas notas de hierbas (hinojo, manzanilla, boj), mantequilla. Una boca diferente a las demás, con untuosidad, pero muy sutil, menos estructurado de lo que cabría esperar de esta añada cálida. Agradable nota amargosa, largo final especiado (pimienta blanca, nuez moscada).

• **Chivite Colección 125 2004**

Amarillo verdoso. Pan de especias, mantequilla, anisados, cítricos (pomelo), hierbas aromáticas. Boca muy fresco, untuoso, elegante, confitura de limón, con menos volumen que otros, pero muy varietal en boca.

• **Chivite Colección 125 2005**

Amarillo verdoso. Intenso en nariz, hierbas aromáticas, flor blanca, piel de limón, carácter cítrico. Gran relieve de fruta, Boca con volumen, intenso, cítrico, gran acidez, enorme largura con carácter varietal, piel de limón en final.

• **Chivite Colección 125 2006**

Amarillo verdoso. Muy intenso, con aromas expresivos a macedonia de frutas, nota exótica (jengibre, cardamomo), tostados (pipa girasol). Boca con gran amplitud, tostados, consistente, gran frescura, gran acidez. Interminable final con gran carácter varietal.



**RIEDEL**  
THE WINE GLASS COMPANY

GRAPE @ RIEDEL

www.euroseleccio.com - www.winecopa.com **euroselecció** a.l.u. www.riedel.com - T 938 904 353

## Tintos y rosados 2008

Es tiempo de apurar los vinos de mejor relación calidad-precio de esta cosecha antes de que, hacia finales de año, empiece a llegar a las estanterías la añada 2009. Los últimos coletazos del verano siguen invitando a vinos frescos, fragantes, frutales e inmediatos. Les recomendamos dos rosados navarros que nos han gustado especialmente y tintos de distintas procedencias y variedades, algunos de ellos realzados por un inteligente aporte de barrica.

4,00 €   

100% Syrah  
14% vol.

### Allozo Shyraz de Finca La Rama

Tinto, D.O. La Mancha

Bodegas Centro Españolas

Novedad dentro de la ya amplia gama de vinos de esta bodega (con errata incluida en el nombre de la variedad en la que parecen querer conjugar la grafía australiana de *shiraz* con la francesa *syrah*). Se le perdona porque el contenido de la botella ofrece una excelente relación calidad-precio. Un vino sin complicaciones, para disfrutar y que reconfirma lo bien que funciona esta

uva de origen francés en suelo manchego y en especial en el pago escogido para expresarse en esta etiqueta. 25.000 botellas que merecen la pena. Picota amoratado. Aromas de fruta sazónada, mermelada, especias (pimienta, canela) y balsámico. Con volumen, aromático, frutal, muy balsámico, buen equilibrio, con sensación vegetal fresca muy agradable.

6,00 € 

40% Monastrell, 40% Tempranillo,  
20% Cabernet Sauvignon  
14% vol.


### Carchelo 2008

Tinto, D.O. Jumilla

Bodegas Carchelo

Esta bodega pionera en la zona tiene una especial habilidad para bordar los tintos jóvenes o con un paso breve por madera. Y su Carchelo más básico no defrauda, consiguiendo una boca especialmente golosa, amable y con más volumen del que suele ser habitual, quizás por esa inclusión de la

*cabernet* en el ensamblaje. Un tinto muy recomendable. Picota amoratado. Aromas primarios, nota floral (violeta), fruta roja y silvestre (bayas); vegetal fresco, regaliz. Equilibrado, fresco, sabroso, con golosidad, sensación torrefactada en el paso, cierto volumen y final goloso.

9,50 € 

100% Garnacha  
6 meses en barrica de roble francés  
14% vol.

### El Chaparral de Vega Sindoa 2008

Tinto, D.O. Navarra

Nekeas

Probablemente, sea la garnacha más conocida de Navarra y de las de más larga trayectoria en el mercado, también en el ámbito internacional. Destacamos esta añada por el fiel perfil que ofrece de la variedad en su versión más primaria y frutal. Hay ligereza, la nota de violeta que habitualmente se asocia a

esta uva y su característica sabrosidad en boca. Es, además, un vino de detalle; sólo 30.000 botellas. Picota violáceo de media capa. Limpio, aromas de fruta roja, florales, caramelo rojo. Sabroso, aromático, ligero, fresco, paso amable, muy floral y final de media intensidad.

4,50 € 

100% Garnacha  
13% vol.

### Gran Feudo 2008

Tinto, D.O. Navarra

Nekeas

La bodega no facilita habitualmente el número de botellas que elabora de este vino, pero su disponibilidad es notablemente amplia, lo que aumenta el mérito de su regularidad. Pese a que en los últimos tiempos ha lanzado otros rosados de altas miras (el Gran Feudo sobre lías y sobre todo el Colección 125 de alto precio y muy limitada producción), su

básico sigue siendo un valor seguro. Lo que más nos gusta: su equilibrio, moderación y respeto a una fruta roja sencilla pero vivaz. Rosa frambuesa. Fruta roja (fresa, frambuesa, arándano) y vegetal fresco. Seco, fresco, muy sabroso, frutal, equilibrado, goloso y final con aromas de fruta roja ácida (frambuesa).

Los vinos para comprar, beber y guardar

## Martín Berdugo 2008

Tinto, D.O. Ribera del Duero

Bodega y Viñedos Martín Berdugo

5,50 €

Pese a su gran fama de tintos, la Ribera no es una zona que borde los vinos jóvenes, sobre todo porque a veces resulta difícil domar su potencia natural. Este Martín Berdugo en cambio ha sabido contenerse y buscar un estilo más amable y

ligero que se agradece en la copa. Hay 90.000 botellas disponibles en el mercado. Cereza de buena capa. Aroma floral (rosa), vegetal y ligeras notas de fruta roja. Fresco, alegre, muy frutal, amable y con fácil y agradable paso de boca.

100% Tempranillo  
13,5% vol.

## NDQ 2008

D.O. Jumilla

Viñedos del Quorum

7,00 €



Bajo el unánime nombre de Viñedos del Quorum se oculta un nuevo proyecto murciano que cuenta con la dirección enológica de Agustí Torelló Sibill, un hombre del cava que parece tener un interés creciente por lo vinos tranquilos y que de hecho asesora a otra bodega en Pla de Bages. Una *monastrell* envuelta en notas

torrefactas y con ese inconfundible carácter de bosque mediterráneo. Hay 50.000 oportunidades de probarlo. Picota intenso. Frutos maduros, balsámicos, vegetal fresco, grano de café, tostados. Sabroso, muy frutal, bien constituido, amplio, paso balsámico, fresco y final de buena persistencia.

100% Monastrell  
4 meses en barrica  
14% vol.

## Pagos del Moncayo 2008

Tinto, D.O. Campo de Borja

Pagos del Moncayo

5,50 €



Elaborado por el procedimiento de la maceración carbónica, propio de los tintos más juveniles y madrugadores del mercado, esta garnacha destaca sin embargo por una mayor estructura de la que se suele esperar en estos casos. Hay una expresión de agradable licoridad pero sin excesos y una nota mineral que añade complejidad.

Por su carácter racial gustará a los más ávidos de probar cosas nuevas. Producción limitada de 30.000 botellas. Guinda granate. Limpio y de buena intensidad en nariz, aromas de fruta en sazón y licor, toque mineral. Vegetal fresco. Goloso, sabroso, envolvente, buen equilibrio, cálido, tanino maduro y final mineral.

65% Garnacha, 35% Syrah  
13,5% vol.

## Paso a Paso 2008

Tinto, D.O. La Mancha

Bodegas Volver

6,30 €



Segunda añada de esta marca englobada en el grupo Oro Wines en el que se trabaja con una orientación bastante clara hacia el mercado norteamericano. Cuidada elaboración y buena relación calidad precio. Cabe destacar la acertada combinación de fruta y madera y el equilibrio que consigue entre la madurez propia

de una región soleada como es Mancha y la frescura de sus notas balsámicas Se han elaborado. 60.000 botellas. Picota amoratado. Fruta roja madura, nota vegetal fresca y lácteos. Primario. Cuerpo medio, sabroso, frutoso, envolvente y goloso. Ligera nota cálida, toque láctico y balsámico.

100% Tempranillo  
6 meses en barrica  
13,5% vol.

## Príncipe de Viana Garnacha 2008

Rosado, D.O. Navarra

Bodegas Príncipe de Viana

5,00 €



Navarra sigue siendo un lugar para aprovisionarse de buenos rosados, especialmente gracias a las excelentes condiciones de la *garnacha* con su fragancia y sabrosidad características. Cuando se trabaja bien, como ocurre en esta añada del Príncipe de Viana, ese carácter dulce y amable en boca sigue siendo imbatible.

Que la moda de vinificar en rosado nuevas variedades no les haga olvidar las virtudes de nuestra uva autóctona. 300.000 botellas disponibles. Rosa frambuesa. Fruta roja, caramelo, notas de hierbas. Sabroso, frutal, fresco, seco, ligero, equilibrado y grato paso de boca.

100% Garnacha  
13% vol.

## Seguimos “pensando en blanco”

Lo que sigue es una selección de algunas de las marcas que más nos han gustado entre las catas que hemos realizado últimamente. Como verán hemos conseguido reunir blancos fragantes y frescos para los últimos coletazos del verano junto a etiquetas más complejas fruto de la fermentación en barrica o la crianza en depósito. Al final, hay un buen ramillete de variedades y zonas donde elegir, algunas exóticas y sorprendentes. Septiembre aún es tiempo de “pensar en blanco”.

### Abadal Picapoll 2008

Blanco, D.O. Pla de Bages

Abadal

9,50 €



100% Picapoll  
13% vol.

Una variedad que seguro que muy pocos han probado y que además de servir para engrosar la lista personal de los aficionados, ofrece un interesante perfil frutal y muy buenos equilibrios que han moderado el carácter “picante” y especiado que se supone que le da nombre. En España es específica de Pla de Bages aunque en

Francia se encuentra en cierta cantidad en el Languedoc y el Ródano. Una curiosidad de 26.500 botellas. Pajizo verdoso. Franco en nariz, fruta fresca blanca, nota exótica, hierbas aromáticas, ligero ahumado y anisado. Amable, sabroso, fino, seco, con ligero amargor agradable (frutos secos) y final con ligeros cítricos.

### Albariño de Fefiñanes 2008

Blanco, D.O. Rías Baixas

Bodegas del Palacio de Fefiñanes

11,00 €



100% Albariño  
12,5% vol.

Uno de los albariños que más nos ha gustado de esta añada y al que probablemente ha beneficiado su embotellado tardío. Tiene la complejidad suficiente como para seguir creciendo en la botella, de modo que seguirá siendo una buena opción para consumir el próximo año por estas mismas fechas, que es realmente

cuando empiezan a tomarlo en la bodega. 100.000 botellas disponibles. Alimonado verdoso. Fino e intenso, varietal, fruta blanca, hierbas aromáticas, hinojo, manantial, mentolados. Con cuerpo, sabroso, graso, fluido, fresco, muy aromático, varietal, con delicadeza y final elegante con toque salino.

### Avgvstvs Xarel.lo Fermentado en Barrica 2007

Blanco, D.O. Penedès

Cellers Avgvstvs Forum

15,00 €



100% Xarel.lo  
4 meses en roble francés Nevers  
13,2% vol.

Primera novedad blanca en muchos años de esta firma tras su consagrado chardonnay y con anecdótica producción de 1.480 botellas. Un xarel.lo de los que ayudan a decantar la balanza hacia las excelentes posibilidades de esta variedad en Cataluña más allá de su participación en el cava. La casa aporta su experiencia en el trabajo de blancos con madera para conseguir un vino muy equilibrado y de

vibrante acidez gracias a que no realiza maloláctica. Será muy interesante ver su evolución en botella durante los próximos meses. Amarillo alimonado matiz dorado. Aromas tostados, ahumados y cítricos. Noble madera. Sabroso, con volumen, sensación cítrica, viva acidez que aporta frescura, paso graso y final frutal arropado por gratas maderas; notas tostadas.

Los vinos para comprar, beber y guardar

## Coma Blanca 2007

Blanco, D.O.Q. Priorat

Viticultors Mas d'en Gil

32,00 € 

Un blanco distinto para quien esté dispuesto a aceptar bocas cálidas y opulentas en este género. Expresión mediterránea un tanto extrema pero con carácter y que muestra la cara más desconocida del Priorat. Como todo en esta región, es caro y escaso. Ideal para consumidores avanzados y con un paladar ávido de nuevas sensaciones. Muy adecuado

para tomar en otoño, casi en circunstancias similares a las de un tinto. Sólo 3.538 botellas. Amarillo dorado. Complejo y fino en nariz, aromas de fruta carnosa, nota ahumada y tostada, coco, balsámicos, heno. Seco, sabroso, con volumen y cremosidad, equilibrado y final tostado, ahumado, con recuerdos de gratas maderas y frutos secos.

50% Macabeo, 50% Garnacha  
6 meses en roble nuevo francés  
15% vol.

## Fillaboa Selección Finca Monte Alto 2007

Blanco, D.O. Rías Baixas

Bodegas Fillaboa

16,95 € 

Uno de los albariños que más nos gustan entre los de elaboración especial. Con mayor crianza en depósito aunque no excesiva combina la complejidad que aporta el tiempo con la buena calidad que da habitualmente el paraje Monte Alto con cuyas uvas se elabora. Pese a su escasa producción (15.000 botellas), ofrece una excelente relación calidad-precio y permite

experimentar con garantías el desarrollo en botella durante un periodo de dos-cuatro años tras su salida al mercado. Dorado vivo e intenso. Cierta complejidad, fruta desecada (orejones), ahumados, hierba seca, tostados. Con volumen y amplitud, sabroso, gran equilibrio, fluido, fresco, elegante nota salina, carnoso y expresivo. Final largo y persistente.

100% Albariño  
12,5% vol.

## Finca de Arantei 2008

Blanco, D.O. Rías Baixas

Bodegas La Val

8,00 €  

Excelente relación calidad-precio para este albariño elaborado sobre sus lías con objeto de buscar una mayor complejidad y longevidad y que procede del pago que le da nombre. Las 80.000 botellas que se han elaborado en esta añada aseguran una cierta disponibilidad. Refleja además

la línea ascendente de esta bodega en los últimos años. Amarillo verdoso. Franco en nariz, buena intensidad, fruta madura, hierbas aromáticas, almíbar. Aromático, seco, sabroso, frutal, untuoso, nota salina, varietal, paso glicérico y final intenso.

100% Albariño  
12,5% vol.

## Gramona Xarel.lo Font Jui 2007

Blanco, D.O. Penedès

Gramona

12,00 €  

Procede del viñedo de cuatro hectáreas del mismo nombre que se caracteriza por sus bajos rendimientos (3.500 kilos hectáreas aproximadamente), suelos pobres arcillo-calcáreos y cepas de más de 40 años plantadas irregularmente en vaso. Nos ha gustado especialmente en esta añada por la sutil presencia de la madera y la buena expresión de esta uva que la casa cono-

ce muy bien y que constituye la base principal de sus famosos cavas. Dorado alimonado. Fino y de cierta complejidad, aromas tostados, fruta de hueso, ahumados, almibarados y hierbas secas. Sabroso, con cuerpo, muy equilibrado, con buena expresión frutal, varietal, fresco, aromático y final persistente con nota cítrica y de fruta de hueso.

100% Xarel.lo  
4 meses en barrica  
12% vol.

11,00 € 

100% Albariño  
12,5% vol.

## Granbazán Etiqueta Ámbar 2008

Blanco, D.O. Rías Bixas

Granbazán

Un clásico de la denominación que es la etiqueta más recomendable y regular de esta bodega situada en el valle del Salnés. La imagen es inconfundible y marcadamente clásica: estilizada botella rhin de color ámbar (de ahí el nombre) de cuando los alabriños se

vestían "a la centroeuropea". Amarillo pajizo matiz dorado. Aromas de fruta blanca, nota herbácea, ligero cítrico (pomelo). Limpio e intenso. Sabroso, fresco, ligero, afrutado, aromático, bien equilibrado y final cítrico con toque salino.

19,00 € 

100% Chardonnay  
6 meses en roble francés  
13,5% vol.

## Jean León Vinya Gigi Chardonnay 2007

Blanco, D.O. Penedès

Bodegas Jean León

Un chardonnay impecablemente elaborado, muy fiel a la variedad y con buenas dosis de complejidad. Excelente refugio para descansar de las variedades autóctonas y reencontrarse con sabores más clásicos. Muy adecuado para dar el salto al otoño. Amarillo verdoso. Complejo

en nariz, ahumados, mantequilla, anisados, piel de fruta de hueso, ligeros cítricos, finos tostados. Untuoso a la vez que fresco, seco, sabroso, con volumen, muy varietal, frutal, con recuerdos de mantequilla, ahumados y salinos. Con longitud y persistencia. Tostados agradables.

14,20 €   

100% Verdejo  
6 meses en roble francés (80%)  
y americano (20%)  
13% vol.

## José Pariente Fermentado en Barrica 2007

Blanco, D.O. Rueda

Bodegas José Pariente

Una de las marcas de referencia de Rueda, también cuando la madera entra en juego. Le vendrá bien un par de meses más de botella para integrar su excelente barrica. Un blanco con cuerpo y volumen que seguramente irá a más. Amarillo dorado intenso. Complejo,

fino e intenso, aromático. Sutil madera, notas tostadas, hierbas aromáticas y fruta madura. Amplio, sabroso, carnoso, seco, excelente combinación fruta-madera, aromático y final con recuerdos de fruta carnosa y notas ahumadas y tostadas.

12,50 €  

100% Pansa Blanca  
13% vol.

## Marqués de Alella Pansa Blanca 2008

Blanco, D.O. Alella

Parxet

En realidad la *pansa blanca* es la forma en que se conoce en la pequeña D.O. de Alella a la *xarel·lo* tan habitual en toda Cataluña. Aunque existe una versión tradicional en la bodega, este año nos ha gustado más la expresión mediterránea de este blanco que no ve la madera y que

apenas se le ha sometido a una corta maceración pelicular. Botella aparente y de empaque para quien piense también en la imagen. Amarillo alimonado. Hierbas, pera, lavanda, nota medicinal. Limpio. Cierta untuosidad, seco, frutal, aromático y final con de hierbas mediterráneas.

8,45 € 

90% Viura, 10% Malvasía  
3 meses en roble francés.  
13,5% vol.

## Muga Fermentado en Barrica 2008

Blanco, D.O.Ca. Rioja

Bodegas Muga

Como reconoce el propio Jorge Muga, responsable enológico de la casa, 2008 fue un año muy difícil en tintos, pero excelente para blancos. Su fermentado en barrica se beneficia así de una

buena viveza y definido carácter frutal. Amarillo pajizo verdoso. Notas ahumadas y tostadas, fruta carnosa, manzana y toques anisados. Untuoso, seco, buena acidez, gratas maderas.

Los vinos para comprar, beber y guardar

## Palacio de Bornos Verdejo Vendimia Seleccionada 2004

Blanco, D.O. Rueda

Bodegas Palacio de Bornos

14,00 € 

Uno de los blancos pioneros en el trabajo con barrica en Rueda. La filosofía de la casa, además sigue siendo la de sacar el vino al mercado con un tiempo relativamente importante de crianza y botella. El resultado en esta añada es sorprendentemente fresco, juvenil y equilibrado. Un blanco elegante que se desa-

rolla con gracia en la copa. Amarillo alimonado vivo. Complejo en nariz, frutos secos, membrillo, flor seca, ahumados y notas tostadas. Sabroso, con volumen, muy buena acidez, graso, paso cremoso, aromático, envolvente y con agradable final tostado y a fruta madura.

100% Verdejo  
14 meses en barrica  
13,5% vol.

## Pazo Barrantes 2008

Blanco, D.O. Rías Baixas

Bodegas Pazo de Barrantes

13,50 €

Una de las "instituciones" en la zona, con la marca siempre puntillosa y estricta de su bodega madre Marqués de Murrieta. Quizás algo menos expresivo que en cosechas anteriores, pero con definido carácter varietal y una buena interpretación de esta añada con la que se con-

sigue un sereno equilibrio. Amarillo pajizo verdoso. Fruta blanca, hierbas aromáticas, heno. Limpio y de media intensidad. Equilibrado, muy seco, frutal, sabroso, con ligero volumen, vivo, paso untuoso y final varietal de media intensidad.

100% Albariño  
13% vol.

## Sanamaro 2007

Blanco, D.O. Rías Baixas

Pazo San Mauro

21,95 € 

Un pequeño porcentaje de *loureiro* rompe el señorío de la *albariño* como suele ser habitual en la subzona de Condado do Tea donde se ubica la bodega. Este es su vino de perfil más alto, cuyas uvas proceden de las mejores terrazas abancaladas que descienden hacia el Miño. Se realiza *bâtonnage* y trabajo sobre

lías para ganar en complejidad y volumen. Amarillo dorado. Complejo, noble y fina reducción, fruta bien madura, hierbas secas y frutos secos. Con volumen, seco, expresivo, sabroso, notas cítricas, graso y amplio paso de boca. Final de boca con agradable sensación salina y noble reducción.

95% Albariño, 5% Loureiro  
13% vol.

Acceda a [www.todovino.com/muyconfidencial](http://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](http://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



**“el Club de  
Vinos...  
con Valor  
Añadido ”**

Solicite información o su adhesión,  
sin cuotas ni compromiso de compra en

902 500 056

[www.canalcocinavinos.com](http://www.canalcocinavinos.com)  
[canalcocina@todovino.com](mailto:canalcocina@todovino.com)

CLUB DE VINOS  
CANAL COCINA

Ofrecido por [todovino.com](http://todovino.com)