



GRUPO LA RIOJA ALTA, S.A.
JULIO-OCTUBRE 2025

GRUPO

La Rioja Alta, S.A.



4



9



18



20



26

3 EDITORIAL

4 10 SORBOS CON... HELENA RESANO

6 LA TERCERA BODEGA MÁS ADMIRADA DEL MUNDO

8 NUESTROS EMBAJADORES: ROCACHO MADRID

9 ENTREVISTA: JULIAN PERRY, CEO DE WINE-SEARCHER

12 QVEVRI, EL VINO QUE NACE BAJO TIERRA

14 EL ARTE DEL DULZOR

16 LOS BUENOS VINOS EN LA HISTORIA

18 GRAN(DIOSAS) RESERVAS

20 III EDICIÓN DE BARRIO DE LA ESTACIÓN INTERNATIONAL WINE ENCOUNTERS

22 EL DESAFÍO DE LA ALTITUD

24 OPINIÓN: MARA SANCHEZ

25 REGANDO ESPERANZA

26 LA MALUSKA, OUTFIT #WINELOVER

28 NOTICIAS BREVES

30 CONCURSO, NUESTRAS BODEGAS Y VINOS

EDITA
La Rioja Alta, S.A.
Dpto. de Comunicación
prensa@riojalta.com
Av. de Vizcaya, 8. 26200 Haro (La Rioja)

DISEÑO Y MAQUETACIÓN: mastres.com
FOTO DE PORTADA: Finca Troviscoso en
Cambados (Pontevedra, propiedad de Lagar
de Fornelos)



El valor como criterio

En un contexto internacional marcado por la incertidumbre, reafirmamos que es el valor el criterio que debe guiar el futuro del vino español y, de manera muy especial, de Rioja. Valor entendido como sinónimo de calidad, identidad, origen, sostenibilidad y reputación.

El mundo del vino atraviesa desafíos profundos. El consumo mundial descien- de, empujado por nuevas pautas sociales y generacionales. Se extienden pro- puestas de vinos sin alcohol que abren debates sobre qué entendemos por vino y por cultura vitivinícola. En paralelo, se ciernen amenazas arancelarias, como las ya sufridas en el pasado, que tensan la competitividad internacional. Y, por encima de todo, el cambio climático altera nuestros calendarios, desafía la viticultura y nos exige redoblar nuestro compromiso medioambiental.

Frente a este panorama, es más ne- cesario que nunca defender una visión filosófica y empresarial que apueste por el valor. Porque el prestigio no se im- provisita: se construye. Con tiempo, con rigor y con una estrategia clara. Solo así lograremos sostener un modelo que

garantice rentabilidad a viticultores, es- tabilidad al tejido bodeguero y confianza a los mercados.

Por eso, celebramos y asumimos con convicción la reforma del sistema de representación en el Consejo Regulador de la D.O.Ca. Rioja impulsada por la Asociación de Bodegas por la Calidad a la que pertenecemos y que da un paso hacia una gobernanza más coherente con el peso real de todos aquellos que trabajamos día a día por dignificar esta región. Se trata de fortalecer el presente para asegurar el futuro. De proteger un patrimonio que no puede diluirse en la banalización del precio ni en decisiones que ignoren el trabajo bien hecho.

Nuestro compromiso con Rioja es firme. Seguiremos creyendo en un mo- delo que apuesta por la excelencia, que protege su autenticidad, que invierte en calidad, que reconoce los enriquecedo- res elementos diferenciales existentes y que construye marca. Porque solo des- de el valor —el verdadero, el sostenido, el que reconocen nuestros clientes en cada copa— seremos capaces de supe- rar los desafíos y consolidar nuestro lugar en el mundo.

_10 Sorbos



10 Sorbos con...

HELENA *Resano*

Su sueño, ser pianista, se truncó a los 16 años por culpa de una inoportuna lesión de muñeca provocada por incesantes horas de estudio interpretando partituras. Este duro inconveniente supuso que Helena Resano (Pamplona, 1974) apostara por el periodismo, un mundo que también le seducía muy de cerca al residir justo encima de los estudios de la Cadena SER en la capital navarra.

Allí es donde, Licenciada en Comunicación Audiovisual, dio sus primeros pasos entre micrófonos para continuar aprendiendo la profesión en Pamplona Televisión, Radio Nacional de España y Teletrece hasta que, en 1999, se incorporó al Canal 24 horas de TVE. Fue a finales de 2003 cuando saltó al Telediario, sustituyendo a Letizia Ortiz tras el anuncio de su compromiso real con Felipe VI. Como presentadora de todas las ediciones del informativo, realiza grandes coberturas como la del huracán Mitch en Nicaragua y Honduras o como la muerte del Papa Juan Pablo II.

En 2006 anuncia su fichaje por LaSexta Noticias, donde actualmente dirige y presenta el Informativo de las 14 h y donde también ha estado al frente del espacio 'La actualidad en 2D' y el programa de entrevistas 'Sexto Sentido' junto a Mamen Mendizábal y Cristina Villanueva. Todo ello, compaginado con un Máster en Alta Dirección de Empresa y, por supuesto, con su inseparable piano. El que le permite desconectar y continuar interpretando aquel sueño de niña.

- | | | | |
|---|---|----|--|
| 1 | UN LIBRO QUE NUNCA OLVIDARÁ
<i>Historia de un piano</i> de Ramón Gener. | 6 | UNA CIUDAD QUE LE HA IMPACTADO
Shangai. |
| 2 | UNA PELÍCULA (O SERIE) QUE LE HA MARCADO
La serie <i>Silo</i> . | 7 | UNA BEBIDA PARA HACER QUE UN ENCUENTRO SEA INOLVIDABLE
Txakolí. Mi vino favorito de La Rioja Alta, S.A. es Viña Ardanza. |
| 3 | UN RESTAURANTE PARA INVITAR A UN GRAN AMIGO
Bascoat, con Rodrigo y Nagore a los mandos. Cocina que recordar en el paladar durante mucho tiempo. | 8 | UN HOTEL PARA DESAPARECER DEL MUNDO
Hotel Aire en Bardenas Reales. |
| 4 | UN PLATO QUE TOMARÍA (CASI) TODOS LOS DÍAS
Bereberchos. Siempre tengo una lata en la nevera, lista para abrir. Me vuelven loca. | 9 | UNA CANCIÓN PARA EMOCIONARSE
<i>Die with a Smile</i> , de Bruno Mars y Lady Gaga. |
| 5 | UNA PLAYA PARA DESCONECTAR
Cualquiera del Cantábrico. Asturias me apasiona. | 10 | UNA PERSONA, REAL O DE FICCIÓN, CON LA QUE BRINDARÍA
Andrea Avanzo, un compositor italiano que compone piezas de piano deliciosas. Me ha hecho disfrutar mucho en los últimos años con sus partituras. |

LA TERCERA BODEGA MÁS ADMIRADA DEL MUNDO

La edición 2025 de “The World’s Most Admired Wine Brands” de *Drinks International* nos ha reconocido como la bodega española más admirada y la segunda europea.

La lista 2025 de las marcas de vino más admiradas del mundo nos ha deparado una extraordinaria noticia al lograr la tercera posición mundial en esta esperada nómina que, desde hace quince años, edita ininterrumpidamente la revista británica *Drinks International* y que incluye el ranking de las 50 firmas vitivinícolas con mayor prestigio mundial.

Un brillante puesto, que mejora el cuarto que ya obtuvimos en el año 2022, y que hace que seamos también la firma española mejor situada y la segunda europea. Un Top 10 de grandes referencias mundiales en el que se sitúan nombres de indudable reconocimiento como *Domaine de la Romanée-Conti*, *Antinori*, *Vega Sicilia*, *Penfolds*, *Gaja*, *Catena*, *Sassicaia*...

Para elaborar esta exclusiva nómina anual, *Drinks International* ha entrevistado a cientos de especialistas —Master of Wine, escritores de vino, sumilleres, compradores, propietarios de restaurantes, educadores, etc.— que debían seleccionar las cinco bodegas de todo el mundo que más admiraban, teniendo en cuenta factores relevante como la calidad de sus vinos, su consistencia, la fuerza de su marca o su relación calidad-precio.

Un resultado del que estamos muy orgullosos y que es fruto del excepcional trabajo de todo nuestro equipo, así como de la apuesta por la máxima calidad en todos nuestros vinos, desarrollando marcas internacionales, tanto clásicas como contemporáneas, con una sobresaliente personalidad. Así es como hemos alcanzado este magnífico posicionamiento mundial que avala el excelente momento de nuestras marcas en el mercado, determinado por la buena imagen de la casa, la alta calidad y consistencia entre añadas y nuestra excelente red de distribución, tanto en nacional como en el exterior, que representa actualmente el 62% de las ventas.



MOST ADMIRED WINE BRANDS 2025



DRINKS INTERNATIONAL 39

THE LIST

NO.	COMPANY, COUNTRY	MOVERS
1	CATENA, ARGENTINA MOST ADMIRED WINE BRAND IN SOUTH AMERICA	↑1
2	GAJA, ITALY MOST ADMIRED WINE	↑8
3	LA RIOJA ALTA, SPAIN	↑8
4	ANTINORI, ITALY	NON-MOVER
5	FAMILIA TORRES, SPAIN	↓4
6	PENFOLDS, AUSTRALIA MOST ADMIRED WINE BRAND IN AUSTRALASIA	↓3
7	SASSICAIA, ITALY	RE-ENTRY
8	DOMAINE DE LA ROMANÉE- CONTI, FRANCE	↓1
9	VEGA SICILIA, SPAIN	↓3
10	CONCHA Y TORO, CHILE	↑4
11	RIDGE, US MOST ADMIRED WINE BRAND IN NORTH AMERICA	↑15
12	M CHAPOUTIER, FRANCE	↑15
13	CHÂTEAU HAUT-BRION, FRANCE	↑4
14	CHÂTEAU MARGAUX, FRANCE	↓6
15	FAUSTINO, SPAIN	↑4
16	SYMINGTON, PORTUGAL HIGHEST CLIMBER	↑22
17	CVNE, SPAIN	↓8
18	MARQUÉS DE CÁCERES, SPAIN	RE-ENTRY
19	GÉRARD BERTRAND, FRANCE	↑18
20	GUIGAL, FRANCE	↑3
21	HENSCHKE, AUSTRALIA	↑1
22	CHÂTEAU PETRUS, FRANCE	NON-MOVER
23	CHÂTEAU D'YQUEM, FRANCE	↓18
24	KANONKOP, SOUTH AFRICA MOST ADMIRED WINE BRAND IN AFRICA & MIDDLE EAST	↓12

NO.	COMPANY, COUNTRY	MOVERS
25	YELLOW TAIL, AUSTRALIA	RE-ENTRY
26	MONTES, CHILE	↓8
27	MARQUÉS DE RISCAL, SPAIN	↓6
28	CHÂTEAU LATOUR, FRANCE	↑14
29	ERRAZURIZ, CHILE	↑3
30	Craggy Range, NEW ZEALAND	↑6
31	FELTON ROAD, NEW ZEALAND	RE-ENTRY
32	RAMÓN BILBAO, SPAIN	↑2
33	CHEVAL BLANC, FRANCE	RE-ENTRY
34	FRESCOBALDI, ITALY	↑11
35	ESPORÃO, PORTUGAL	RE-ENTRY
36	PLANETA, ITALY	↓6
37	SCHLOSS JOHANNISBERG, GERMANY	↑7
38	YALUMBA, AUSTRALIA	↑9
39	BODEGAS PROTOS, SPAIN	↑11
40	TYRRELL'S, AUSTRALIA HIGHEST NEW ENTRY	NEW ENTRY
41	19 CRIMES, AUSTRALIA	RE-ENTRY
42	CHÂTEAU MOUTON ROTHSCHILD, FRANCE	↓7
43	CHÂTEAU LAFITE, FRANCE	↑6
44	SCREAMING EAGLE, US	NEW ENTRY
45	CONO SUR, CHILE	↓20
46	TIGNANELLO, ITALY	NON-MOVER
47	BRUCE JACK, SOUTH AFRICA	RE-ENTRY
48	CLOUDY BAY, NEW ZEALAND	↓32
49	ROYAL TOKAJI, HUNGARY	↓21
50	ORNELLAIA, ITALY	↓19

ROCACHO MADRID

PRIMER EMBAJADOR OFICIAL DE LA RIOJA ALTA, S.A. EN ESPAÑA



José Ortíz, de Rocacho, junto a Gloria Carrero y Sonia Gutiérrez, de nuestro equipo comercial en Madrid.

En La Rioja Alta, S.A. creemos en las relaciones auténticas, honestas y duraderas. A lo largo de nuestra historia, hemos encontrado en algunos restaurantes algo más que clientes o colaboradores: verdaderos compañeros de viaje que comparten con nosotros valores esenciales como la pasión por la calidad, el respeto por la tradición gastronómica y el compromiso con la excelencia.

Uno de esos aliados imprescindibles es Rocacho, un restaurante con dos establecimientos ubicados en el corazón de Madrid que se ha consolidado como un referente gastronómico de la capital gracias a su cocina de producto, su cuidada selección de carnes nacionales a la brasa –especialmente su afamado chuletón de El Capricho– y una carta en la que el vino ocupa un lugar privilegiado.

Desde su apertura, ha demostrado un firme compromiso por ofrecer a sus comensales experiencias honestas, en un ambiente acogedor y elegante, donde cada detalle cuenta. Su equipo, liderado por un sólido grupo de profesionales de

sala y cocina, ha hecho de la pasión, el servicio impecable y el conocimiento del vino una de sus señas de identidad.

Por todo ello, nos llena de orgullo anunciar el nombramiento de Rocacho Madrid como el primer Embajador Oficial de La Rioja Alta, S.A. en España. Una figura que nace con el objetivo de reconocer y visibilizar a aquellos restaurantes que, como Rocacho, han hecho de nuestros vinos una parte importante de su propuesta, acompañándonos desde hace años con entusiasmo, fidelidad y profesionalidad.

Este reconocimiento refuerza un vínculo que va mucho más allá de lo comercial. Es una forma de agradecer y celebrar una relación construida con respeto mutuo, admiración compartida y el deseo de seguir creciendo juntos, brindando grandes momentos a los amantes del vino y la gastronomía.

ROCACHO MADRID

Padre Damian, 38 (914 219 770)
Marqués de Salamanca, 9 (919 148 444)
rocacho.com

Perry
CEO DE WINE-SEARCHER

Julian

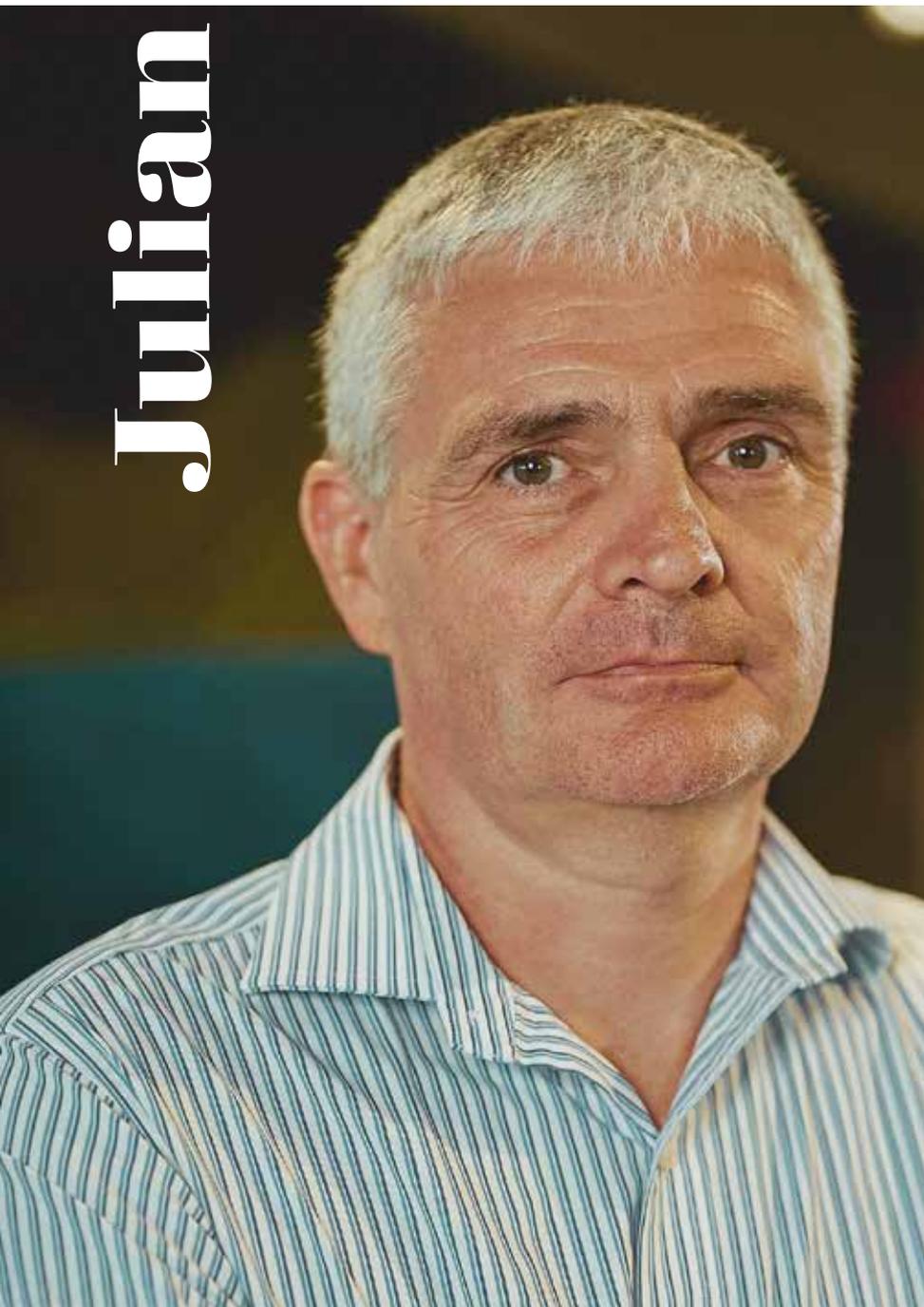
Hablamos con el máximo ejecutivo del mayor motor de búsqueda de vinos del mundo, *Wine-Searcher*, plataforma consultada por millones de usuarios en más de 120 países. Analizamos el momento actual del mercado internacional, el papel del vino español y los retos que la digitalización impone a la industria vinícola global.

WINE-SEARCHER FUE FUNDADA EN 1999 Y HA EVOLUCIONADO SIGNIFICATIVAMENTE DESDE ENTONCES. ¿CUÁL CONSIDERA QUE HA SIDO EL CAMBIO MÁS IMPORTANTE EN ESTOS 26 AÑOS?

Se me vienen a la mente dos cambios realmente significativos. En 2010 comenzamos la gigantesca tarea de construir una base de datos completa de todos los vinos y hacer coincidir las ofertas que recopilamos con esa base de datos para proporcionar a nuestros usuarios los mejores resultados. Un cambio más reciente, en 2023, fue nuestra adquisición por parte de *Flaviar Inc.*, enfocándonos juntos en convertirnos en el líder global del comercio electrónico de vinos y bebidas espirituosas.

¿QUÉ FACTORES CREE QUE HAN IMPULSADO ESTE CRECIMIENTO Y CÓMO PLANEA SEGUIR AMPLIANDO LA PLATAFORMA?

Siempre estamos ampliando la plataforma. En mis 7 años como *CEO*, hemos más que duplicado el número de comerciantes y ofertas listadas, además de añadir nuevos datos, información y herramientas. El último año lanzamos nuestro *marketplace* de comercio electrónico, permitiendo a usuarios de EE. UU. y Reino Unido (y pronto Europa) comprar directamente en *Wine-Searcher*, con entrega desde nuestras tiendas asociadas.



CON UNA BASE DE DATOS DE 19 MILLONES DE REFERENCIAS, ¿CÓMO HA SIDO EL PROCESO DE EXPANSIÓN DE ESTA BASE Y QUÉ NUEVAS FUNCIONES TIENEN PREVISTO INCORPORAR?

Mantener y ampliar la base de datos es un proceso constante en el que trabajan nuestros equipos de expertos en vino y técnicos con modelos de IA. Durante mucho tiempo hemos sido más una enciclopedia que otra cosa, pero ahora estamos incorporando más herramientas y personalización para implicar y ayudar al usuario.

WINE-SEARCHER ENFRENTA EL RETO DE INCLUIR PEQUEÑOS VIÑEDOS Y VINOS LOCALES. ¿QUÉ ESTRATEGIAS SIGUEN PARA DAR VISIBILIDAD GLOBAL A ESTOS VINOS?

Reflejamos lo que está disponible más que impulsarlo activamente. Recogemos datos locales e internacionales, pero es cierto que algunos productores pequeños son demasiado nicho para ser visibles. Sin embargo, tenemos terabytes de datos anónimos sobre búsquedas globales que pueden ayudar a detectar demanda y abrir nuevos mercados.

“LA DEMANDA DE VINO ESPAÑOL HA SIDO CONSTANTE EN LA ÚLTIMA DÉCADA”

HA DICHO QUE WINE-SEARCHER ES EL “GOOGLE DEL VINO”? ¿CÓMO SE SIENTE AL COMPARAR SU PLATAFORMA CON LOS GIGANTES TECNOLÓGICOS?

Ciertamente hay paralelismos, y seguimos de cerca sus actividades buscando maneras de mejorar. Dentro del mundo del vino *online* somos un gigante, pero en comparación con las grandes tecnológicas apenas aparecemos. Nos vemos como el Google de nuestro nicho, y más recientemente, con nuestro *marketplace*, como el Amazon.

¿QUÉ TENDENCIAS ACTUALES DE CONSUMO IMPACTAN MÁS LAS 240 MILLONES DE BÚSQUEDAS ANUALES EN WINE-SEARCHER?

Existen muchas tendencias menores impulsadas por celebridades, *influencers* y factores geopolíticos, aunque las grandes tendencias cambian más lentamente. En los últimos diez años, los *coupages* al estilo Burdeos y el Cabernet Sauvignon han perdido protagonismo frente al aumento del Pinot Noir y Chardonnay. Francia sigue dominando en las búsquedas (más del 50%), incluso más que hace una década.

¿CÓMO GESTIONA WINE-SEARCHER LAS CONSTANTES FLUCTUACIONES DE PRECIO Y DISPONIBILIDAD PARA GARANTIZAR LAS MEJORES OFERTAS?

Nuestros sistemas recopilan, procesan y suben las ofertas tan a menudo como es posible. Las herramientas que usamos deben evolucionar para seguir el ritmo del número creciente de tiendas y satisfacer las exigencias de los usuarios por información actualizada. De nuevo, como Google, rastreamos constantemente para ofrecer la información más reciente.

LA AUTENTICIDAD DEL VINO ES UNA PREOCUPACIÓN CRECIENTE. ¿QUÉ HACE WINE-SEARCHER PARA GARANTIZAR LA TRAZABILIDAD Y EVITAR FRAUDES?

Tenemos varios procesos de detección de fraude, principalmente centrados en comerciantes falsos más que en productos. Algunos de nuestros empleados han recibido formación especializada sobre fraudes en el vino y cómo detectarlos. Además, investigadores usan nuestros datos para rastrear fraudes, como por ejemplo una añada de vino que nunca existió.

¿CÓMO VE EL FUTURO DE WINE-SEARCHER EN LOS PRÓXIMOS 20 AÑOS Y QUÉ PAPEL JUGARÁ LA IA?

Usamos IA desde hace más de una década y los avances recientes están beneficiando a nuestros equipos y servicios. Lo más potente será aplicarla a nuestros propios datos internos para obtener nuevos conocimientos. Estas mejoras no son inmediatas: los proyectos pueden tardar meses o años en dar frutos.

¿CÓMO EQUILIBRAN LA TRANSPARENCIA Y ACCESIBILIDAD CON LA PROTECCIÓN DE LA INFORMACIÓN DE SUS SOCIOS COMERCIALES?

Agregamos datos de muchas fuentes públicas en una base de datos consultable. No exponemos información no publicada, como hace Google. Nuestra plataforma ayuda



tanto a tiendas como a productores a encontrar clientes, y a los consumidores a encontrar productos de forma eficiente.

¿QUÉ DIFICULTADES ENFRENTAN AL MANTENER ESTA PLATAFORMA TAN EXTENSA Y ACTUALIZADA?

Muchas. Al principio la tecnología y los datos eran muy básicos. Con el tiempo, hemos podido ofrecer datos más precisos sobre muchos atributos: fechas de vendimia, tipo de cierre, notas de cata, millones de puntuaciones y reseñas. Ahora tenemos una base de datos con gran amplitud y profundidad, clave para cubrir la demanda, incluyendo pequeños productores y tiendas.

EL VINO ESPAÑOL HA GANADO PRESTIGIO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS. ¿CÓMO VE SU PAPEL EN EL MERCADO GLOBAL?

La demanda ha sido constante en la última década. Las búsquedas de Rioja han crecido más que las de Burdeos o California, al igual que Galicia. En cambio, Andalucía ha caído. Hay unas cuatro veces más búsquedas de tintos españoles que de blancos, aunque estos últimos van al alza.

EE. UU. HA AMENAZADO CON IMPONER ARANCELES INCLUSO DEL 200% A LAS BEBIDAS ALCOHÓLICAS EUROPEAS.

¿QUÉ IMPACTO TENDRÍA ESTO?

Nadie en el sector desea una guerra comercial. Aunque esos aranceles del 200% aún no se han materializado (y parece improbable que lo hagan, tras la retirada del bourbon de la lista de represalias de la UE), las condiciones comerciales seguirán siendo volátiles. Ambos mercados sufrirían: EE.UU. es el mayor consumidor de vino del mundo e importa gran cantidad de Europa. Cualquier arancel perjudicaría a los productores europeos y también al consumidor estadounidense, que asumiría el coste. Por suerte, el riesgo ha disminuido y todos, desde productores a consumidores, esperamos una solución sensata. Además, si el vino se encarece o escasea, ahí es donde *Wine-Searcher* brilla: ¡somos la mejor forma de encontrar tu vino favorito al mejor precio!



QVEVRI

EL VINO QUE NACE BAJO TIERRA

En el corazón de Georgia, cuna ancestral del vino, sobrevive una técnica milenaria que ha desafiado al tiempo y a las modas: la vinificación en *qvevri*. Este método tradicional, inscrito por la UNESCO en su lista de Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad en 2013, representa uno de los ejemplos más puros del vínculo entre naturaleza, cultura y vino.



Un *qvevri* es una gran ánfora de barro cocido, de forma ovalada y sin asas, que se entierra parcialmente o por completo en el suelo de las bodegas. Esta posición subterránea permite mantener una temperatura constante y natural durante todo el proceso de elaboración

y crianza del vino. Aunque pueda parecer primitivo, el resultado es sorprendentemente complejo, estable y longevo.

El proceso comienza con la vendimia manual. Las uvas con sus partes sólidas (hollejos, semillas e incluso raspón, dependiendo del estilo del productor), se introducen en el *qvevri*. Allí, sin intervención química ni levaduras añadidas, tiene lugar la fermentación espontánea, que puede durar varias semanas. La mezcla se remueve regularmente con una herramienta tradicional llamada *kopa-*

ni, permitiendo una maceración profunda y uniforme.

Una vez concluida la fermentación, se sella el *qvevri* y comienza un periodo de crianza en contacto con las lías y los elementos sólidos del vino. Gracias a la porosidad natural de la arcilla, el vino respira lentamente, de forma parecida a lo que ocurre con una bodega, pero sin aportar aromas ajenos. Tras varios meses, incluso años, el vino se trasiega y se embotella sin clarificación ni filtración.

El resultado son vinos intensos, con texturas marcadas y perfiles muy personales. En el caso de los blancos, a menudo presentan un color ámbar (de ahí el término *orange wines*), taninos perceptibles y una acidez firme. Los tintos, por su parte, son robustos, terrosos y de gran estructura.

Hoy, más allá de Georgia, bodegas de todo el mundo exploran esta técnica ancestral como una forma de reconectar con lo esencial: dejar que la uva, la tierra y el tiempo hagan su trabajo. Un método antiguo que, curiosamente, habla con voz muy actual.



El arte **DEL DULZOR**

Los vinos dulces han conquistado paladares durante siglos, desde los míticos Tokaji húngaros hasta los maravillosos generosos del Sur de nuestro país. Pero, ¿cómo se logra ese equilibrio entre dulzura y frescura que los hace tan irresistibles? Conocemos los tres principales métodos de elaboración existentes en el mundo.

1 **INTERRUMPIENDO LA FERMENTACIÓN: CAPTURAR LA DULZURA**

Uno de los sistemas más utilizados para obtener un vino dulce es detener la fermentación antes de que todas las azúcares naturales del mosto se transformen en alcohol. Esto se logra, generalmente, mediante la adición de alcohol vínico (fortificación) o enfriando el mosto para frenar la actividad de las levaduras.

Este método es clave en vinos como el Oporto y el Moscatel de Setúbal, donde la adición de alcohol no solo preserva la dulzura, sino que también aporta estructura y longevidad. En cambio, en vinos como algunos Riesling alemanes o ciertos vinos de cosecha tardía, se recurre al enfriamiento para detener la fermentación, manteniendo una menor graduación alcohólica y una frescura natural.



2 AÑADIR UN COMPONENTE DULCE: UN REFUERZO DE SABOR

Otra manera de crear vinos dulces es incorporando azúcar o mosto concentrado al vino seco. Este método se utiliza, por ejemplo, en la elaboración de algunos espumosos semidulces mediante el *dosage*, en el que se añade licor de expedición (una mezcla de azúcar y vino) después de la segunda fermentación en botella.

Asimismo, en los vinos generosos andaluces como el Cream o el Medium, se mezclan diferentes tipos de vinos, como el seco Oloroso con un toque de Pedro Ximénez, para obtener un equilibrio entre dulzura y estructura.

3 CONCENTRANDO LOS AZÚCARES EN LA UVA: EL REGALO DE LA NATURALEZA

El tercer gran método de elaboración de vinos dulces se basa en conseguir una mayor concentración de azúcar en la propia uva. Para ello, existen varias técnicas:

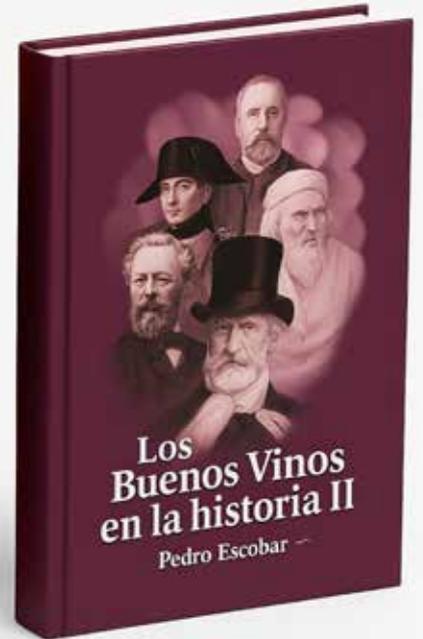
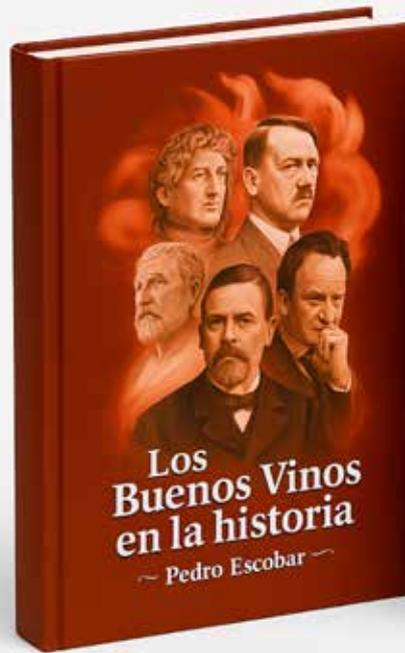
Vendimia tardía: Las uvas se dejan en la vid más tiempo del habitual, ganando dulzura gracias a la deshidratación y al aumento de azúcares. Así nacen los famosos *Sauternes* franceses o los *Eiswein* alemanes.

Pasificación: Las uvas se secan al sol o en espacios ventilados, perdiendo agua y concentrando sus azúcares, como ocurre en los *Amarone* italianos o los Pedro Ximénez andaluces.

Podredumbre noble: Ciertas uvas, como la Sémillon o la Furmint, son afectadas por el hongo *Botrytis cinerea*, que perfora la piel de la uva y favorece la evaporación del agua, logrando vinos dulces de enorme complejidad, como el legendario *Tokaji Aszú* o el *Château d'Yquem*.



LOS BUENOS VINOS EN LA HISTORIA



COMPRAR LIBRO



COMPRAR LIBRO

Cada copa guarda una historia y el escritor mexicano Pedro Escobar ha decidido contarlas en dos libros galardonados en los Gourmand Awards. En *Los Buenos Vinos en la historia* traza un recorrido por las vidas y copas de personajes —de Jesucristo a Hemingway, de Cervantes a Trump— que marcaron época. Así descorchamos el pasado y descubrimos cómo el vino ha sido un reflejo de civilizaciones, decisiones políticas, pasiones literarias y revoluciones espirituales.

SUS LIBROS SON UN RECORRIDO FASCINANTE POR LA HISTORIA A TRAVÉS DEL VINO. ¿QUÉ MOMENTO HISTÓRICO LE RESULTÓ MÁS REVELADOR

O INESPERADO EN SU INVESTIGACIÓN?

Tengo especial predilección por la época del Virreinato de la Nueva España y las labores de las misiones Jesuitas y Franciscanas en la conquista del Nuevo Mundo. Los viñedos tuvieron un papel fundamental en las haciendas administradas por los misioneros. Se requería muchísimo vino para atender las necesidades de las numerosas iglesias y familias de criollos y peninsulares recién llegados. En aquel tiempo, el vino era esencial como alimento, como recurso eucarístico y hasta como antiséptico para curar las heridas en las batallas contra las numerosas guerrillas indígenas. Los cargamentos provenientes de Europa muy pronto fueron insuficientes, por lo que la labor de los misioneros dio origen a una prodigiosa industria vinícola.

DE TODAS LAS CIVILIZACIONES QUE EXPLORÓ, ¿CUÁL DIRÍA QUE TUVO LA RELACIÓN MÁS ÍNTIMA CON EL VINO?

Sin duda, la civilización helénica y, más tarde, la romana. Hoy, el vino sigue teniendo un simbolismo muy importante en el mundo católico, basta con visitar una iglesia del XVII para toparse con referencias al mundo romano, como los rayos del sol invicto o alusiones al proceso de la vida, muerte y resurrección de la vida. La civilización romana puso las bases de la forma en que disfrutamos nuestros vinos y mucho empeño en mejorar la producción del vitrum, variedad de vidrio rudimentario y verdoso que transformaron en un material transparente y estable con el que elaboraron jarras, vasos, ánforas y copas. Algunas piezas restauradas, hoy en museos como el Capitolino de Roma o los Museos Vaticanos, nos muestran las maravillosas similitudes entre una mesa romana en la que se disfrutaba un soberbio vino falerno y nuestras mesas, en las que celebramos una ocasión especial descorchando un vino de guarda.

¿QUÉ PERSONAJE HISTÓRICO CREE QUE FUE UN VERDADERO VISIONARIO EN CUANTO AL VINO, ALGUIEN QUE ENTENDIÓ SU VALOR MÁS ALLÁ DEL PLACER DE BEBERLO?

Manuel Quintano marcó un antes y un después en la historia del vino español tras la implementación en Rioja de las técnicas de vinificación que trajo de Francia en el XVIII. Respecto a los personajes del libro, yo destacaría la visión del bodeguero norteamericano Robert Mondavi, porque entendió el enorme potencial de los valles vinícolas californianos. Conocer su historia no solo es importante por su búsqueda de la excelencia para elaborar vinos de calidades muy cercanas a la de los vinos europeos, o por su innovación al abrir sus bodegas y viñedos a los visitantes con los primeros *tasting rooms* en California. Sobre todo, yo destaco su sensibilidad para ver el futuro del capital humano. Mondavi pudo entender que los trabajadores jornaleros de origen mexicano en los viñedos de California, algún día tendrían sus propias bodegas y harían vino de calidad, como la bodega de Amelia Ceja.

EN LOS LIBROS MENCIONA VINOS ICÓNICOS DE DISTINTAS ÉPOCAS. ¿ALGUNO LE SORPRENDIÓ POR SU VIGENCIA O INFLUENCIA EN EL VINO ACTUAL?

Los aportes del barón Philippe de Rothschild a partir de 1924 tuvieron un gran impacto en la forma de hacer y comercializar vino en gran parte de Europa. La leyenda “Embotellado en la Propiedad” que comenzó a incluir en sus corchos, garantizando que todo el proceso se llevaba a cabo en la bodega, marcó un parteaguas en términos de calidad. También me resulta sumamente interesante su influencia en la industria al incluir una obra de arte en la etiqueta de cada botella de Chateau Mouton Rothschild. El barón elevó el concepto del vino a una condición de arte.

¿QUÉ PAPEL HA JUGADO EL VINO EN LA POLÍTICA O EN DECISIONES ESTRATÉGICAS A LO LARGO DE LA HISTORIA?

Destacaría la figura de Sebastiao José de Carvalho e Mello, Marqués de Pombal, por su visión para convertir al vino de Porto en un producto de calidad garantizada y de gran potencial de exportación gracias a las excelentes rutas marítimas que conectaban a los puertos lusos con importantes ciudades de Inglaterra. Si alguna vez el vino fue el motor de desarrollo de un país, ese fue el Portugal del XVIII gracias a las políticas de nacionalización, control y protección establecidas por el Marqués. Las ganancias del vino de Porto llegaron a ser tan grandes que, gracias a ellas, Lisboa pudo reconstruirse tras el espantoso sismo de 1755. Así de importante ha sido el vino para un país.

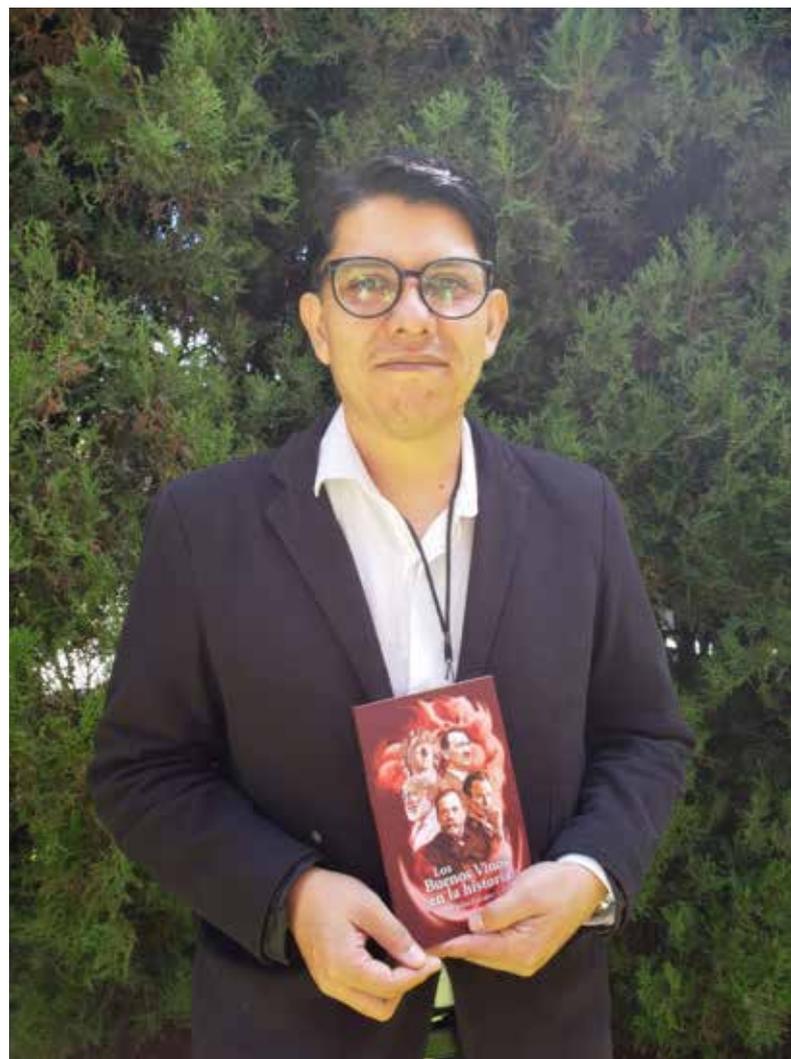
¿EN QUÉ MEDIDA EL VINO HA SIDO UN INSTRUMENTO DE PRESTIGIO O PODER A LO LARGO DE LOS SIGLOS?

El vino es una de las invenciones más gratas y nobles del intelecto humano. La mayoría de las grandes civilizaciones han producido y disfrutado de alguna variedad de esta bebida que fue consumida por nobles y reyes, lacayos y sirvientes en

muy distintas calidades. Pero el vino no discrimina, reparte su gozo (y a veces también sus quebrantos) entre pobres y ricos. Desde luego, la calidad exige un grado de sensibilidad distinto, similar a quien logra apreciar en su completa dimensión un movimiento de música clásica gracias a la educación de su gusto musical. Pienso que el prestigio de quien sabe apreciar un buen vino es únicamente un gusto adquirido y no un rasgo de superioridad.

SI PUDIERA CATAR UN VINO DE CUALQUIER ÉPOCA HISTÓRICA, ¿CUÁL SERÍA Y POR QUÉ?

El Chateau Pontet-Canet, que era el favorito del gran escritor francés Julio Verne. Ya entrados en gastos, elegiría una botella de 1855, año en el que la bodega fue admitida dentro de la categoría Grand Cru Classe. O quizá algún vino de la región de Nuits Saint-Georges que inmortalizó Verne en su novela *Alrededor de la Luna*, pues es el que descorcha el protagonista Miguel Ardán a bordo del cohete espacial mientras viaja por el espacio. En algún punto de la novela, el autor menciona que su protagonista llevaba en su equipaje algunos esquejes de vides de la región que buscaba aclimatar en la superficie lunar. Aunque sabemos que la fantasía de crear vinos lunares es imposible, la NASA bautizó a uno de los cráteres lunares con el nombre de Julio Verne en homenaje al escritor.



Gran(*diosas*) RESERVAS

En muy pocas ocasiones podemos celebrar que, prácticamente a la vez, nuestros tres Gran Reserva estrenen una nueva cosecha en el mercado. Son tres magníficas añadas –2011 para Gran Reserva 890, 2016 para Gran Reserva 904 y 2017 para Viña Arana Gran Reserva– para gozo pleno de los amantes de estos emblemáticos vinos de nuestra casa y que estarán disponibles a lo largo de 2025.



GRAN RESERVA 890

COSECHA 2011

GRAN RESERVA 904

COSECHA 2016

VIÑA ARANA GRAN RESERVA

COSECHA 2017

LA OPINIÓN DE NUESTRO ENÓLOGO, JULIO SÁENZ

“A la complejidad, finura y tipicidad de esta marca unimos la elegancia y amabilidad de una gran cosecha en Rioja. Un extraordinario vino al que le auguro un muy largo recorrido”

“Probablemente uno de los Gran Reserva 904 más frescos, sofisticados y elegantes de nuestra historia. La clave, la extraordinaria maduración de nuestro Tempranillo y Graciano. Todo en su sitio, en el momento más adecuado”

“Con el elegante y moderno clasicismo de los ‘vinos de Haro’. Una cosecha que va a desarrollar en botella la finura y tipicidad de los grandes vinos de Rioja”.

ASÍ FUE CADA COSECHA

En un año muy seco, las reservas hídricas permitieron un equilibrado desarrollo. El final del ciclo se caracterizó por días soleados y noches frescas, salto térmico que benefició a la maduración. Oficialmente, Excelente.

Magnífica añada, en calidad y en cantidad. Las lluvias moderadas y bien distribuidas durante el ciclo mitigaron los efectos de la sequía y el calor estival. Excelente maduración de la uva. Para nosotros una cosecha MUY BUENA (+), con una valoración interna de 95 puntos.

La cosecha de la histórica helada primaveral que no afectó a la calidad de los viñedos seleccionados aunque sí a la producción, más limitada. Verano seco y cálido y con beneficiosas lluvias en septiembre. Para nosotros, añada Excelente (96 puntos), con vinos de magnífica estructura y potencial de guarda.

VIÑEDOS SELECCIONADOS

Tempranillo (95%) y Mazuelo (2%) de viejos viñedos propios en Briñas, Labastida y Villalba y Graciano (3%) de nuestra finca Montecillo en Fuenmayor.

Tempranillo (90%) de una selección de fincas propias en Villalba, Briñas y Rodezno y Graciano (10%) de nuestra finca Montecillo en Fuenmayor.

Tempranillo (95%) de las fincas Las Cuevas, El Palo y Las Monjas en Rodezno y Graciano (5%) de la finca Montecillo en Fuenmayor.

TIEMPO DE CRIANZA

6 años en barricas de roble americano de 4 años de edad media. Diez trasiegas artesanales.

4 años en barricas de roble americano de 4 años de edad media. Ocho trasiegas artesanales.

3 años en barricas de roble americano de 4,5 años de edad media. Seis trasiegas artesanales.

¿QUÉ DISFRUTAMOS EN LA COPA?

Gran intensidad y complejidad aromática. Notas de pasas y ciruelas negras confitadas se funden con suaves aromas provenientes de su crianza. En un inolvidable paso por la boca disfrutamos de la elegancia y potencia de sus taninos, su equilibrio y amable frescura. Retregusto amplio, de gran intensidad, con un largo y elegante final.

Alta intensidad y amplitud de registros aromáticos con un frutal y balsámico *bouquet*. Fino, equilibrado y elegante paso en boca. Sobresale su frescura y suavidad gracias a unos elegantes y amables taninos. Refinado final, largo, complejo y amable retregusto.

Alta intensidad aromática, frutos rojos, frambuesa, mora y arándanos rojos, que se entremezclan con notas balsámicas y especiadas. Equilibrado, con una agradable acidez que ensalza una elegante frescura, tan característica de Viña Arana y unos taninos suaves y delicados que alargan su paso en boca.

PUNTUACIONES

98 James Suckling

97 Tim Atkin MW

96 Parker



97 James Suckling

96 Tim Atkin MW

96 Parker



Calificaciones pendientes de recibir

III EDICIÓN DE BARRIO DE LA ESTACIÓN INTERNATIONAL WINE ENCOUNTERS

El BRINDIS entre **HARO y BORGOÑA**



El pasado 20 de mayo Haro volvió a convertirse en epicentro mundial del vino gracias a la tercera edición del Barrio de la Estación International Wine Encounters (BEIWE), un evento que continúa afianzando el carácter internacional y colaborativo de las seis bodegas que conformamos nuestra asociación. Borgoña fue la gran región vinícola invitada para disfrute de los 600 profesionales asistentes.



Por tercera ocasión, C.V.N.E., Gómez Cruzado, Bodegas Bilbaínas, Muga, RODA y La Rioja Alta, S.A. unimos fuerzas una vez más para recibir a más de 600 profesionales —periodistas, sumilleres, distribuidores y líderes de opinión— en una jornada inolvidable que celebró el hermanamiento con una de las regiones vitivinícolas más prestigiosas del mundo: Borgoña.

Junto a grandes casas como Maison Albert-Bichot, Olivier Leflaive, Ropiteau Frères, Joseph Drouhin, Louis Jadot o Domaine Laroche & Maison Champy, los asistentes pudieron disfrutar de un gran salón de catas que mostró la riqueza de nuestros territorios y las similitudes que nos unen: viñedos históricos, compromiso con la sostenibilidad, identidad de origen y una firme apuesta por la elaboración artesanal.

En nuestro caso, esta tercera edición de BEIWE nos brindó la ocasión perfecta para compartir algunas de nuestras referencias más emblemáticas y dar a

conocer en primicia las nuevas añadas de nuestros tres Grandes Reservas: Gran Reserva 890, Gran Reserva 904 y Viña Arana Gran Reserva. Guiados por nuestro enólogo, Julio Sáenz, los asistentes exploraron en una doble cata exclusiva para 80 personas la complejidad, elegancia y longevidad de nuestros vinos, que siguen fieles al estilo clásico y refinado que nos define desde hace más de 130 años.

Eventos como BEIWE refuerzan no solo la imagen del Barrio de la Estación como enclave enológico y enoturístico único en el mundo, sino también nuestro compromiso con la excelencia y con una forma de entender el vino que combina historia, autenticidad y proyección global. Es el trabajo de la mano de seis grandes casas bodegueras que seguimos convencidos de que solo desde la cooperación, la calidad y el respeto al origen se construye el futuro del gran vino de Rioja.



EL **DESAFÍO** *de la* **ALTITUD**

LA VITICULTURA EN ALTITUD ES UN DESAFÍO APASIONANTE. A MEDIDA QUE LA ALTITUD AUMENTA, LAS CONDICIONES SE VUELVEN MÁS EXTREMAS: TEMPERATURAS MÁS FRÍAS, MAYOR RADIACIÓN SOLAR Y SUELOS POBRES QUE PONEN A PRUEBA LA RESISTENCIA DE LA VIÑA. SIN EMBARGO, ESTA PLANTA MILENARIA HA DEMOSTRADO UNA ASOMBROSA CAPACIDAD DE ADAPTACIÓN, ENCONTRANDO EN ESTOS ENTORNOS HOSTILES UNA OPORTUNIDAD PARA EXPRESAR SU CARÁCTER CON UNA INTENSIDAD ÚNICA. DESDE LOS ANDES HASTA EL HIMALAYA, EXISTEN VIÑEDOS QUE DESAFÍAN LOS LÍMITES DE LO POSIBLE. ASCENDEMOS A LOS CINCO VIÑEDOS MÁS ALTOS DEL MUNDO, AUTÉNTICOS EJEMPLOS DE LA EXTRAORDINARIA RESILIENCIA DE LA VID.

A wide-angle photograph of a lush green vineyard with rows of grapevines stretching towards a range of mountains under a blue sky with scattered clouds.

3.563 m

A photograph of a vineyard with golden-yellow leaves, situated in a valley with brown, rocky hills in the background under a clear blue sky.

3.111 m

A photograph of a vineyard with tall, thin cacti in the foreground, overlooking a small town with white buildings and a church spire.

2.850 m

A photograph of a vineyard with a large, bright blue glacier or snowfield in the background, overlooking a valley.

2.750 m



1º CAI NA XIANG, TÍBET

Ubicado en la región de Lhasa, este viñedo es el más alto del planeta. En este enclave, las vides deben enfrentarse a temperaturas extremas y suelos pobres, produciendo uvas con una concentración excepcional. La viticultura en el Tíbet es un fenómeno relativamente reciente, pero con un potencial sorprendente.



2º BODEGA COLOMÉ, ARGENTINA

En la provincia de Salta, Argentina, Bodega Colomé cultiva viñedos en Cafayate y en otras zonas de los Valles Calchaquies a más de 3.000 metros de altitud. Sus vinos son célebres por su frescura y profundidad aromática, características potenciadas por la gran amplitud térmica de la zona.



3º TOROPALCA, BOLIVIA

Bolivia es una de las grandes sorpresas en la viticultura de altura. En la región de Toropalca, los viñedos prosperan en un clima seco y con una radiación solar intensa, produciendo vinos de gran expresión y acidez vibrante.



4º JOMSOM, NEPAL

En el corazón del macizo del Annapurna, este viñedo nepalí desafía las condiciones climáticas extremas de la región. A pesar de la nieve y los vientos intensos, las vides logran sobrevivir y dar vida a vinos únicos con un marcado carácter mineral.



5º TUNGURAHUA, ECUADOR

Situado en las laderas del volcán Tungurahua, este viñedo ecuatoriano aprovecha la fertilidad de los suelos volcánicos para producir uvas con una intensidad aromática excepcional. Su ubicación lo convierte en uno de los viñedos más singulares del mundo.

2.700 m

EL VINO contra todos

MARA SÁNCHEZ
PERIODISTA DE VINO Y GASTRONOMÍA
@MaraSanchez2013

Desconozco cuál podría ser la fórmula para evitar la evidente caída del consumo de vino que vivimos en nuestro país, y es que son varios los factores que están influyendo en esta realidad. Lo más reciente los supuestos aranceles que prevén aplicar en Estados Unidos

a nuestros productos, si bien creo que, a día de hoy, no es el mayor problema para el vino español; tampoco son tantas las bodegas que tienen a ese país entre sus principales mercados. Además, a lo mejor pecho de confianza pero dudo que la sangre llegue al río...

En este momento es más importante la apuesta por las bebidas bajas en alcohol, cero alcohol incluido. Una tendencia que no para de incorporar practicantes sin complejos (importante apuntarlo porque hoy tomar determinados alcoholes ha dejado de ser *cool*) y con ello la aparición de productos cero alcohol que ya

compiten con el vino al uso. Al mismo tiempo no dejan de estrenarse locales especializados con un nivel de oferta no visto hasta hace unos pocos años y estupendos profesionales al otro lado de la barra o del escaparate. Por tanto se consume mejor pero menos y con menor fidelidad. Otro elemento a tener en cuenta, y es que el aficionado del nivel que sea muestra mayor curiosidad, quiere conocer, y la competencia del vino español no es con el de al lado sino con el mundo a través de un simple *click*.

En cualquier caso la demanda ni de cerca roza los niveles de producción actuales, situación que en algunos territorios, como el riojano, está generando opiniones encontradas entre los que abogan por limitar e incluso impedir más plantaciones con los que se oponen. La cuestión es, ¿qué hacer con tanto vino? ¿dónde se vende y cómo? Creo que son preguntas muy pertinentes a las que habrá que dar respuestas en breve si el consumo continúa en caída libre. Porque además son muchas las bodegas que están realizando importantes inversiones de diversa índole para enfrentar los efectos del cambio climático, otro elemento a tener en cuenta e incompatible con precios a la baja porque los números no salen. En definitiva, variados condicionantes dentro de la misma coctelera.

Y para no escurrir el bulto tenemos que reconocer, cada uno desde la parcela que le toca, que no somos capaces de dar con la tecla que haga atractivo el vino para el nuevo consumidor, que lo enganche. Porque son muchos los que curiosean desde la misma distancia que lo hacen con cualquier otra bebida y es en ese campo de juego el vino siempre sale perdiendo pues se sigue percibiendo como algo más 'difícil de entender', tanto por su lenguaje como por sus muchos reglamentos. Muchos frentes los del vino, y muchos los implicados.





Nuestro Comité de Asignación de Viña Ardanza Solidario

Regando ESPERANZA

Cinco proyectos agrícolas en Burkina Faso, Cabo Verde, Mozambique, Mali y R.D. Congo serán el destino de una aportación récord superior a los 220.000€ que este año dedicaremos a nuestro programa de cooperación Viña Ardanza Solidario y a la que han optado una treintena de ONG.

PAÍS: MALI

ONG: MOVIMIENTO POR LA PAZ, EL DESARME Y LA LIBERTAD

Contribuirá a la independencia económica y al derecho a una vida digna de las mujeres y familias rurales vulnerables mediante el fortalecimiento de las capacidades de transformación y comercialización de productos agrícolas y hortícolas. El proyecto repercutirá a 60 mujeres cooperativistas directamente e, indirectamente, a 1.500 personas y los beneficios se reinvertirán en la actividad cooperativa contribuyendo a garantizar la sostenibilidad y en el aumento de los ingresos de las mujeres miembro.



empresas lideradas por mujeres y asegurando al menos 100 hectáreas de tierra para uso agrícola cooperativo. Esta iniciativa estima que afectará positivamente, de forma directa, a 500 personas e, indirectamente, a 2.500.

PAÍS: MOZAMBIQUE

ONG: FUNDACIÓN MOZAMBIQUE SUR

Buscará la mejora de la producción y comercialización de la moringa en comunidades rurales del Sur del país, incrementando la productividad agrícola, formando a 20 mujeres en técnicas sostenibles, instalando puntos de producción de abono ecológico y consolidando un equipo comercial para que las productoras puedan acceder a mercados locales e internacionales. Será un centenar de mozambiqueños quienes, de una u otra forma, se beneficiarán del proyecto.



PAÍS: CABO VERDE

ONG: FUNDACIÓN RELIGIOSOS PARA LA SALUD

Abordará la primera fase de la creación de una red de emprendimientos agroalimentarios de mujeres para la producción y comercialización de *snacks* derivados del maíz y el anacardo para la cooperativa de mujeres del municipio de São Filipe, en la Isla de Fogo. Una propuesta que beneficiará directamente a 175 personas (80% mujeres) e, indirectamente, a casi 900 caboverdianos.



PAÍS: BURKINA FASO

ONG: FUNDACIÓN OXFAM INTERMON

Apojará a la empresa agrícola APPA (*Agence de Promotion des Produits Agricoles*) con nuevos equipos y asistencia técnica promoviendo la producción local de cereales, generando empleo y fortaleciendo la inclusión económica de grupos desfavorecidos. Los objetivos son aumentar la producción de semillas certificadas y cereales para consumo, mejorar la seguridad alimentaria, la creación de empleo y el fomento de prácticas agrícolas sostenibles y la gestión eficiente de los recursos naturales. Una iniciativa de la que se beneficiarán directamente cerca de 2.000 personas e, indirectamente, casi 11.500.



PAÍS: R.D. CONGO

ONG: FUNDACIÓN SUMMA HUMANITATE

Se llevará a cabo la segunda fase de un proyecto de creación de un sistema minero sostenible mediante el desarrollo de capacitaciones, talleres, el establecimiento de al menos 50 pequeñas



LA MALUSKA, *Outfit #winelover*



En un sector donde la etiqueta —literal y figuradamente— suele imponer cierta solemnidad, La Maluska ha llegado para sacudir el armario del mundo del vino con una propuesta que combina diseño, sostenibilidad y mucho humor. Esta joven marca de ropa y complementos nace para los que viven el vino con pasión... y con estilo.

La historia de La Maluska arranca en pleno confinamiento, cuando una frase compartida en redes —“Este año solo mejora con vino”— se convierte en viral. Esa chispa inicial sirvió para encender la mecha creativa de su fundadora, una profesional del sector vitivinícola con más de una década de experiencia, que, fiel a su carácter reservado, prefiere mantenerse en un segundo plano y dejar que su marca hable por ella. Y lo hace con claridad, ironía y una voz propia que conecta con una nueva generación de amantes del vino.

La Maluska no es una tienda de camisetas: es una comunidad con identidad y

mensaje. Sus diseños juegan con referencias que solo los *winelovers* más auténticos captan a la primera. Frases como “Soy yo la que elige el vino”, “Wine Jefa” o “Cata y calla” no son simples eslóganes, sino declaraciones de principios. La marca encuentra el equilibrio entre la jerga callejera y el lenguaje técnico del vino, dando lugar a un universo estético original, moderno y tremendamente instagrameable.

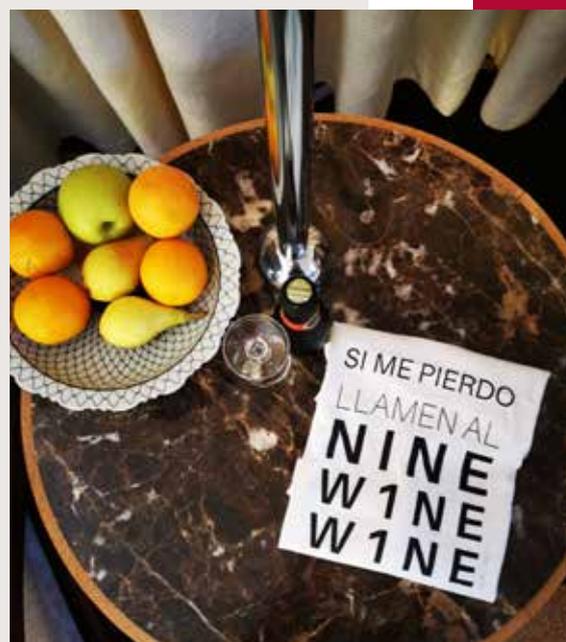
Su catálogo, que va desde camisetas y sudaderas hasta *tote bags* y accesorios, está pensado para el día a día. Piezas cómodas, versátiles y con un toque provocador, que se cuelan tanto en ferias del vino como en mercados artesanales, eventos gastronómicos o, simplemente, en la calle. Porque el mensaje de La Maluska no se queda en la copa: se lleva puesto.

Más allá del mensaje, la marca apuesta por una producción responsable. Todas sus prendas se elaboran con materiales sostenibles como algodón orgánico o cáñamo, y se entregan en embalajes reciclados, sin plásticos. Una coherencia que refuerza su credibilidad y conecta con una comunidad cada vez más exigente, no solo con lo que consume, sino con cómo lo consume.

Instagram es su principal escaparate. Ahí lanzan ideas, prueban frases, presentan colecciones cápsula y conectan con una comunidad activa y participativa. De este intercambio constante han surgido colaboraciones tan interesantes como la que realizaron con la ilustradora Sonia Markova, dando forma a un diseño que une arte, vino y actitud.

En muy poco tiempo, La Maluska se ha convertido en una marca de culto entre quienes entienden el vino como una experiencia que va más allá de la cata. Clientes de todas las edades —algunos incluso sin ser consumidores habituales de vino— se sienten atraídos por el estilo directo, fresco y con personalidad de una firma que no se toma demasiado en serio... salvo cuando se trata de vino.

Con los ojos puestos en futuras alianzas con bodegas, tiendas especializadas y eventos gastronómicos, La Maluska sigue creciendo sin perder su esencia: ser la marca de los *winelovers* que disfrutan del vino sin solemnidad, con elegancia, sentido del humor y mucha autenticidad.





GUILLERMO DE ARANZABAL BITTNER, NUEVO DIRECTOR GENERAL DEL GRUPO LA RIOJA ALTA, S.A.

El Consejo de Administración de La Rioja Alta, S.A. ha designado a Guillermo de Aranzabal Bittner como nuevo Director General de la compañía, sucediendo a Ángel Barrasa Sobrón, quien, tras dos décadas de brillante labor al frente de la bodega, se jubila. Guillermo de Aranzabal Bittner, de 30 años de edad, representa la sexta generación de la familia al frente de la bodega y aporta una sólida formación académica y contrastada trayectoria profesional. Es Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por Deusto *Business School* y MBA por la University of Miami. Antes de incorporarse a la bodega, inició su carrera profesional en la filial en Polonia de una multinacional española. En 2020 se integró en La Rioja Alta, S.A. como Adjunto a la Dirección General y, desde entonces, ha sido *Export Manager* para Asia y América Latina, responsable de Marketing y ha participado en el diseño de la estrategia global y comercial del grupo. Con este nombramiento, reafirmamos nuestra apuesta por un modelo de gestión profesionalizado y familiar que combine el respeto al legado histórico de la bodega con una visión innovadora y muy orientada a los importantes cambios tecnológicos y sociológicos que se prevén. Ángel Barrasa se despide como Consejero Delegado tras veinte años de transformación de la compañía en todos los aspectos, aunque continuará estrechamente vinculado al grupo como miembro del Consejo de Administración, de la Comisión Ejecutiva y asesor del Presidente y el nuevo Director General, asegurando la continuidad de su valiosa aportación estratégica.

VISITA DE TODA LA PLANTILLA A ÁSTER

El pasado 23 de abril vivimos una jornada muy especial en nuestra bodega de Ribera del Duero. Las más de 100 personas que actualmente componemos el equipo de trabajo en nuestras cuatro bodegas viajamos hasta tierras burgalesas para inaugurar y conocer de primera mano la nueva Casa Áster tras la obra de reforma integral desarrolladas el pasado año. Un precioso día de convivencia en el que disfrutamos también del viñedo de Anguix (Burgos) y, por supuesto, de los vinos de Áster, perfectamente acompañados de la rica gastronomía castellana. No faltó el brindis por la gran labor desarrollada por todo el equipo durante todos estos años, esencial sin duda para el actual posicionamiento y reconocimiento internacional de nuestros vinos y bodegas.



GRAN MASTER CLASS CON SOMMELIER EDIT EN MADRID

El céntrico hotel Four Seasons de Madrid fue el escenario el pasado 26 de mayo de una gran cata Master Class 'Historia, presente y futuro de La Rioja Alta, S.A.' que organizamos junto a Sommelier Edit, asociación que reúne a muchos de los mejores sumilleres de nuestro país. Sesenta de ellos asistieron a una cita exclusiva en la que, de la mano de nuestro Presidente Guillermo de Aranzabal, los enólogos Julio Sáenz, Olga Verde y Miguel Muela, así como del Director de Viticultura Roberto Frías, disfrutaron de una cata en dos bloques. Uno inicial con las tres grandes novedades Lindeiros 2021, El Camino 2021 y Finca El Otero 2021 y un segundo bloque con una vertical histórica de nuestros tres Gran Reserva que tuvo como colofón su próxima nueva añada: Gran Reserva 890 del 2011, Gran Reserva 904 del 2016 y Viña Arana Gran Reserva del 2017.



NUEVA COSECHA 2024 DE LAGAR DE CERVERA Y PAZO DE SEOANE

Ya podemos disfrutar de la nueva cosecha 2024 de nuestros blancos gallegos Lagar de Cervera y Pazo de Seoane. Una magnífica añada en nuestros viñedos, de un sobresaliente perfil atlántico, marcada por la frescura, la intensidad y la expresión salina y que nos ha permitido alcanzar en ambos vinos, nuevamente, una identidad varietal profundamente ligada a las Rías Baixas. Para Lagar de Cervera 2024 hemos realizado una selección de uva albariño procedente de nuestras parcelas en las subzonas de O Rosal y de O Salnés (Pontevedra) y para Pazo de Seoane 2024 hemos usado exclusivamente uvas de O Rosal, Albariño (81%) complementada con variedades autóctonas: Loureiro (12%), Treixadura (5%) y Caiño Blanco (2%).



EL CAMINO 2021, 'PREMIO A CREAR' DE PACKAGING

El primer vino procedente de nuestros Viñedos Artesanales, El Camino 2021, sigue acumulando reconocimientos tanto por su calidad como por su sorprendente imagen, con un pedazo de sarmiento procedente de su finca de origen adherido a la etiqueta y que la convierte en única. Es el caso del Premio A Crear de la Comunicación Publicitaria de La Rioja 2025 en la categoría de Mejor *Packaging* de Vino. Un galardón que se suma al ya obtenido por El Camino 2021 en los Premios VID 2024 en esta misma categoría.



EL AGUARDIENTE DE HIERBAS LAGAR DE CERVERA, ORO EN LOS PREMIOS BACCHUS

El Aguardiente de Hierbas de Lagar de Cervera ha sido galardonado recientemente con el Bacchus de Oro en la edición 2025 de estos prestigiosos premios organizados por la Unión Española de Catadores. Por su parte, el Orujo Blanco ha sido distinguido con la medalla de Plata, consolidando así la excelencia de nuestros destilados elaborados por nuestra bodega gallega en O Rosal. Un reconocimiento al saber hacer tradicional y a la calidad artesanal de estos singulares productos que elaboramos con nuestras uvas y que destilamos en los alambiques artesanales de Lagar de Fornelos.

LAGAR DE FORNELOS

Reservas: 986 625 875
lagar@riojalta.com



La Rioja Alta, S.A.

Reservas: 941 310 346
info@riojalta.com



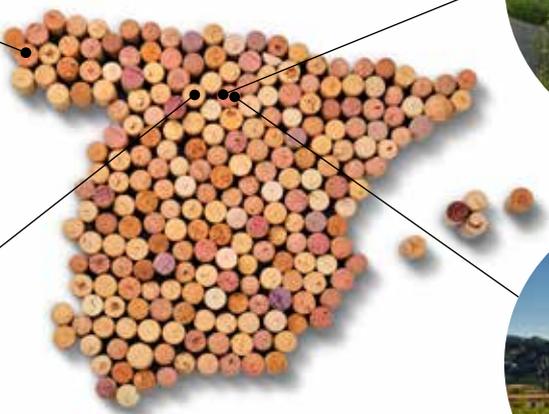
áster

Reservas: 947 522 700
aster@riojalta.com



TORRE DE OÑA

Reservas: 945 621 154
info@torredeona.com



PARTICIPE EN NUESTRO CONCURSO

Responda a la nueva pregunta enviando un e-mail a club@riojalta.com
y entrará en el sorteo de un estupendo obsequio con productos de nuestra tienda.

CONCURSO DEL NÚMERO ANTERIOR

¿CUÁL ES EL ÚNICO VINO ESPAÑOL INCLUIDO EN EL TOP 10 MUNDIAL DE WINE SPECTATOR POR SU RELACIÓN CALIDAD-PRECIO?

Respuesta: Viña Alberdi.

Ganador: A. M^a, V. B., Socio 50 L de Leioa (Vizcaya).

Nueva pregunta: *¿Qué puesto hemos ocupado en la lista de 'Bodegas más Admiradas del Mundo 2025' de Drinks International?*

¿QUÉ ES LA RIMA?

Forma en que se disponen las botellas de cava para realizar la crianza (segunda fermentación y crianza). En la rima las botellas se colocan de forma horizontal y capiculada.

GRUPO

La Rioja Alta, S.A.

La Rioja Alta, S.A. 90+ club



Gran Reserva 890 > 2010



100 100 99 98 97 95
 PEÑÍN SOBREMESA SEVILLI
 GUÍA ABC VIVIR EL VINO LA VANGUARDIA
 J. SUCKLING
 DECANTER PROENSA
 PARKER WINE SPECTATOR

Gran Reserva 904 > 2015



99 98 98 97 96 95
 PROENSA SEMANA VITIVINÍCOLA
 J. SUCKLING
 PEÑÍN GUÍA ABC
 TIM ATKIN PARKER

Viña Arana Gran Reserva > 2016



97 96 96 95 95 94
 VIVIR EL VINO
 PEÑÍN GUÍA ABC
 DECANTER PROENSA
 J. SUCKLING TIM ATKIN

Viña Ardanza > 2019



94
 PARKER

Viña Alberdi > 2020



93 93 92 92 92
 J. SUCKLING GOURMETS PARKER
 PEÑÍN TIM ATKIN

Áster Finca El Otero > 2019



99 97 96 95 94 93
 PROENSA SEMANA VITIVINÍCOLA
 TIM ATKIN
 GUÍA ABC
 PEÑÍN
 J. SUCKLING WINE SPECTATOR

Áster El Espino > 2021



96 95 95 93 93
 GOURMETS
 J. SUCKLING PROENSA
 PEÑÍN GUÍA ABC

Áster > 2021



93 92 92 92
 J. SUCKLING
 PEÑÍN PROENSA GOURMETS

El Camino > 2021



100 100 96
 PROENSA VIVIR EL VINO PARKER

Finca Martelo > 2019



98 98 96 95 94+ 94
 PROENSA SOBREMESA VIVIR EL VINO
 GUÍA ABC PARKER PEÑÍN
 SEMANA VITIVINÍCOLA

Finca San Martín > 2021



92 91 91
 PARKER J. SUCKLING TIM ATKIN

Lindeiros > 2021



99 96 95 94 94 93
 PROENSA GOURMETS
 J. SUCKLING
 TIM ATKIN SEMANA VITIVINÍCOLA
 PEÑÍN

Lagar de Cervera > 2023



98 94 93 91 91
 PROENSA GOURMETS
 J. SUCKLING
 PEÑÍN GUÍA ABC

Pazo de Seoane > 2023



96 94 93 91
 PROENSA GOURMETS
 J. SUCKLING
 PEÑÍN

Cosechas disponibles mayo 2025

