GRUPO LA RIOJA ALTA, S.A.
OTOÑO 2026

GRUPO
La Rioja Alta, S.A.













3 EDITORIAL
4 10 SORBOS CON… LUIS DE LA FUENTE
6 TU MUNDO ES EL BARRIO
8 MICHELIN REPARTE ESTRELLAS… Y UVAS
10 CINCUENTA AÑOS, COPA A COPA
12 CATEDRALES DEL VINO
14 UNA HISTORIA QUE CONTINÚA: CLUB DE COSECHEROS
15 LA VENDIMIA MÁS TEMPRANA
16 MICROCUENTO DE NAVIDAD: LA ÚLTIMA NOTIFICACIÓN
18 5 FORMAS SORPRENDENTES DE ENVOLVER UNA BOTELLA
20 17 NAVIDADES GASTRONÓMICAS
22 MANUAL DE SUPERVIVENCIA NAVIDEÑA
24 BARÓMETRO DEL VINO ESPAÑOL
26 ENTREVISTA: REYES LÓPEZ DIRECTORA ADJUNTA GOURMETS
28 NOTICIAS BREVES
30 CONCURSO, NUESTRAS BODEGAS Y VINOS

VOCABULARIO ENOLÓGICO

¿Qué es esforrocino?

Respuesta en página 30

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

FSC

EDITORIAL

¿Y si no volvemos a beber como antes?

No lo ocultamos. Nos preocupa. La caída del consumo de vino se ha convertido, junto al cambio climático, en el gran desafío de nuestro sector. Y lo hace, además, en un momento paradójico: probablemente nunca se hayan elaborado vinos de tanta calidad, precisión y conocimiento, mientras el consumo per cápita se aproxima en muchos países a mínimos históricos. En España, por ejemplo, el consumo nacional ha caído hasta 8,96 millones de hectolitros en el interanual a julio de 2026, un 8 % menos que un año antes y, por primera vez desde la pandemia, por debajo de los nueve millones.

No parece existir una única explicación. Cambios culturales y generacionales, nuevos hábitos de vida, preocupación por la salud, incertidumbre económica... son algunas de las razones que ayudan a entender una transformación que, en buena medida, escapa al control de quienes elaboramos vino. Y quizá ahí resida la verdadera dificultad: no podemos combatir aquello que no depende de nosotros. Sí podemos, sin embargo, preguntarnos qué debemos hacer para seguir siendo relevantes. Comprender mejor a quienes nos sucederán. Recuperar ocasiones de disfrute. Comunicar mejor. Y reivindicar, sin complejos, todo aquello que hace del vino una experiencia mucho más profunda que la de una simple bebida alcohólica.

Nosotros hemos decidido seguir haciendo aquello en lo que creemos. Invertir en nuestros viñedos, en conocimiento, en calidad, en imagen y en una red comercial cada vez más sólida. No como respuesta coyuntural a una crisis que nadie sabe cuánto durará, sino como continuación de una manera de entender nuestro oficio y su cultura. Afortunadamente, estamos comprobando que quienes reducen su consumo en determinados mercados también buscan, en muchas ocasiones, una mayor calidad. El segmento *premium* resiste mejor. Pero sería ingenuo confundir esta realidad con una solución global.

No sabemos si volveremos a degustar vino como antes. Quizá no. Lo que sí sabemos es que no queremos elaborar como antes ni comunicar como antes ni conformarnos con esperar a que los tiempos cambien. Porque el futuro del vino no dependerá únicamente de cuánto se beba, sino de cuánto seamos capaces de emocionar, de sorprender y de aportar a quienes decidan abrir una de nuestras botellas. Y ahí, precisamente ahí, es donde todavía tenemos mucho que decir.



10 Sorbos con...

Luis *de la Fuente*

Si hay alguien querido, admirado y respetado hoy en nuestro país, ese es, sin duda, Luis de la Fuente. Su reciente renovación como seleccionador nacional hasta 2032 reconoce el extraordinario camino recorrido desde que asumiera el cargo en diciembre de 2022, con una Eurocopa, una Nations League y, más recientemente, un Mundial en su palmarés. Un éxito que ha construido desde la serenidad, el trabajo y una manera muy cercana de entender el liderazgo.

Nacido en Haro (1961), De la Fuente ha dedicado toda una vida al fútbol. Como jugador pasó por el Sevilla, el Athletic Club y el Deportivo Alavés, además de vestir la camiseta de las categorías inferiores de España. Después llegó su etapa en los banquillos, especialmente ligada a las selecciones de formación, donde conquistó el Europeo sub-19 de 2015 y el sub-21 de 2019. Un recorrido paciente, de muchos años, que terminó llevándole hasta la absoluta.

Quizá ahí reside también parte de su atractivo: en la naturalidad de quien nunca ha necesitado alejarse de sus raíces para alcanzar la cima. Luis de la Fuente ha hecho de la confianza, el esfuerzo y el sentido de equipo algunas de sus señas de identidad. Y hoy, convertido internacionalmente en uno de los nombres más reconocidos del fútbol español, continúa representando con orgullo a la tierra riojana que le vio nacer. Un hombre que ha llegado muy lejos sin olvidar nunca de dónde viene.

1
UN LIBRO QUE NUNCA OLVIDARÁ
Las trilogías de Trajano y Julio César.

2
UNA PELÍCULA (O SERIE) QUE LE HA MARCADO
Rocky Balboa.

3
UN RESTAURANTE PARA INVITAR A UN GRAN AMIGO
Nublo en Haro.

4
UN PLATO QUE TOMARÍA (CASI) TODOS LOS DÍAS
Huevos fritos con patatas.

5
UNA PLAYA PARA DESCONECTAR
En Zahara de los Atunes, Cádiz.

6
UNA CIUDAD QUE LE HA IMPACTADO
Sevilla me enamoró hace mucho tiempo.

7
UNA BEBIDA PARA HACER QUE UN ENCUENTRO SEA INOLVIDABLE
Vino de Rioja. Mi vino favorito de La Rioja Alta, S.A. es Viña Arana.

8
UN HOTEL PARA DESAPARECER DEL MUNDO
Palacio de Los Ángeles en Haro.

9
UNA CANCIÓN PARA EMOCIONARSE
Quijote de Julio Iglesias.

10
UNA PERSONA, REAL O DE FICCIÓN, CON LA QUE BRINDARÍA
Rafa Nadal.

Tu **MUNDO** *es el* ***barrio***

Hay viajes que comienzan mucho antes de subir a un tren. Algunos arrancan con una historia, con un paisaje, con el aroma de una copa de vino o con la curiosidad por descubrir qué se esconde detrás de una puerta. Así quiso presentarse en Madrid el Barrio de la Estación de Haro: como un destino que tiene en el vino su punto de partida, pero que invita a continuar el trayecto mucho más allá.





Bajo el nuevo concepto «Tu mundo es el Barrio», las seis bodegas centenarias que compartimos este enclave —CVNE, Gómez Cruzado, La Rioja Alta, S.A., Bodegas Bilbaínas, Muga y Bodegas Roda— trasladamos a la capital una manera renovada de contar todo aquello que hace único a este lugar. Y lo hicimos precisamente a través de un viaje. El Espacio Monbull Conde Duque, con su arquitectura industrial de hierro, piedra y ladrillo, nos permitió recrear, de alguna manera, la personalidad del propio Barrio y conducir a los invitados por seis estaciones, seis miradas y seis razones para descubrirlo.

El recorrido comenzaba, inevitablemente, con el vino. Seis bodegas, seis referencias y una primera aproximación a ese patrimonio que llevamos más de un siglo construyendo. Después llegaban la gastronomía, el paisaje de viñedos, la historia y una invitación a detenerse, disfrutar y desconectar.



El último destino era quizá el más difícil de explicar: ese espacio donde, sencillamente, lo extraordinario ocurre. Allí, seis vinos con historias especialmente significativas recordaban que detrás de cada botella hay mucho más que una elaboración: hay personas, lugares, tiempo y memoria.



Madrid fue, así, una nueva estación en un viaje que comenzó hace muchas décadas en Haro y que hoy mira decididamente hacia el mundo. Porque queremos que quienes todavía no conocen el Barrio encuentren una razón para visitarlo y que quienes ya lo han descubierto encuentren otras muchas para regresar. Queremos hablar de vino, sí, pero también de todo lo que ocurre a su alrededor. De una gastronomía que merece ser saboreada, de un paisaje que merece ser recorrido, de una historia que merece ser contada y de una hospitalidad que invita a quedarse.

Quizá por eso «Tu mundo es el Barrio» sea mucho más que un lema. Es una invitación a emprender un viaje. A llegar atraído por una copa y terminar descubriendo todo un mundo. Porque nuestro Barrio no es solamente un lugar al que viajar. Es un lugar en el que queremos que sucedan cosas que merezca la pena recordar.


TU MUNDO ES
EL BARRIO



Michelin reparte *estrellas... y uvas*

Durante un siglo, una estrella Michelin ha sido una de las distinciones más reconocibles de la gastronomía mundial. Ahora Michelin amplía su particular mapa de la excelencia y dirige la mirada hacia el origen: el viñedo. Las estrellas ya no son suficientes. Michelin empieza también a repartir uvas.

La decisión supone la creación de la *Grappe Michelin*, una nueva distinción destinada a reconocer a los mejores productores de vino. El estreno tuvo lugar en Borgoña, con 94 bodegas seleccionadas, y posteriormente llegó a Burdeos, incorporando otros 83 *châteaux*. El objetivo declarado es identificar a productores capaces de expresar de manera excepcional la personalidad de su territorio y mantener elevados niveles de calidad a lo largo del tiempo.

La analogía con las estrellas no es casual, aunque el sistema presenta sus propias reglas. Las uvas distinguen al productor, no a una botella concreta. Tres uvas reconocen a elaboradores excepcionales y consistentes, capaces de mantener una calidad sobresaliente con independencia de la añada; dos distinguen a productores de calidad extraordinaria dentro de su región y una reconoce a aquellos que elaboran vinos de carácter especialmente destacado. Junto a ellas aparece también una selección de productores recomendados.

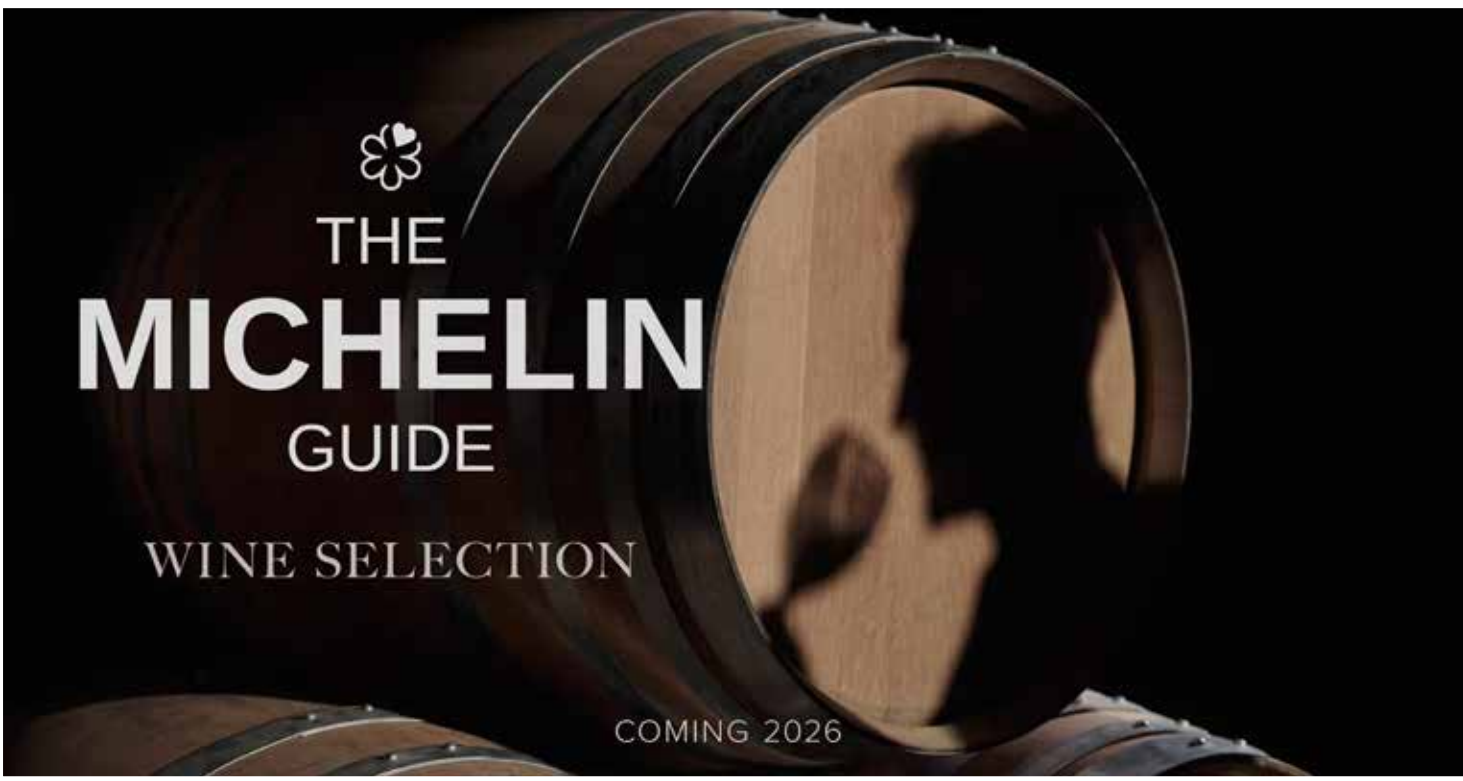
Más interesante resulta quizá la metodología. Michelin ha establecido cinco criterios de evaluación: calidad de la agronomía, dominio técnico, identidad,

equilibrio y consistencia. Una mirada que trasciende la copa para detenerse también en la viña, en la elaboración, en la capacidad de expresar un lugar y, especialmente, en la regularidad. No se trata únicamente de encontrar un vino excepcional, sino de reconocer a quien es capaz de elaborarlo año tras año.

Y aquí encontramos una de las principales novedades. En un universo cada vez más acostumbrado a las puntuaciones de una determinada cosecha, Michelin pone el foco en la trayectoria. Su máxima distinción busca identificar productores cuyos vinos mantengan su excelencia independientemente de las circunstancias de una añada. Del vino excepcional al productor excepcional.

El estreno en Borgoña y Burdeos tampoco parece casual. Dos territorios donde vino, paisaje, patrimonio y cultura mantienen una relación especialmente estrecha y donde conviven tradición, transmisión familiar, innovación y nuevas generaciones. Dos primeros escenarios para poner a prueba un sistema que Michelin plantea con vocación internacional. La gran incógnita será ahora su llegada a otros territorios. ¿Cómo interpretará Michelin la diversidad de Rioja, Ribera del Duero, Priorat, Jerez, Rías Baixas o cualquiera de las grandes regiones vitivinícolas españolas? ¿Podrán cinco criterios universales recoger toda esa riqueza?

Habrá que esperar para comprobarlo. Pero la entrada de Michelin en el mundo del vino ya representa algo significativo: una de las marcas de referencia mundial de la gastronomía está poniendo el foco, por primera vez, en quienes hacen posible que el vino llegue a la mesa. Después de un siglo repartiendo estrellas, Michelin parece haber comprendido que algunas de las mejores historias gastronómicas comienzan mucho antes del restaurante. Empiezan entre las cepas.



Cincuenta años, *copa a copa*

El pasado 7 y 8 de octubre celebramos en Madrid una edición muy especial de «Los 90+ de La Rioja Alta, S.A.» con motivo del 50 aniversario del Club de Cosecheros. Por primera vez, trasladamos la cita a la Real Fábrica de Tapices, un escenario extraordinario para compartir una selección de grandes vinos de nuestras cuatro bodegas y brindar junto a socios, clientes privados, profesionales de la hostelería, sumilleres, prensa especializada y amigos de la casa.

Hay celebraciones que adquieren un significado especial cuando reúnen historia, grandes amigos y grandes vinos. Así hemos vivido esta nueva edición de «Los 90+ de La Rioja Alta, S.A.», que este año se incorporó a las celebraciones de los cincuenta años del Club de Cosecheros.

Queríamos que una ocasión tan señalada tuviera también un carácter diferente. Por eso, nuestro tradicional salón de cata viajó por primera vez hasta la Real Fábrica de Tapices, un espacio único que nos permitió vestir de manera especial estas dos jornadas y crear un ambiente a la altura de lo que estábamos celebrando.

La selección de vinos tuvo, naturalmente, un protagonismo esencial. Reunimos referencias de nuestras cuatro bodegas, algunas de ellas entre las más reconocidas y mejor valoradas por la crítica nacional e internacional, junto a tres ediciones del Club de Cosecheros, incluidas las nuevas de Aster (2023) y Torre de Oña (2021). Diferentes territorios, variedades, añadas y formas de interpretar el viñedo que, juntas, ofrecieron una magnífica perspectiva de la riqueza de nuestra casa y de una forma de entender el vino basada siempre en la exigencia y la búsqueda de la excelencia.



Pero si hay algo que hace verdaderamente especiales estas jornadas es la posibilidad de compartirlas con las personas que dan sentido a nuestro trabajo. Socios que han acompañado al Club durante décadas, clientes privados, profesionales de la hostelería, sumilleres, periodistas especializados y amigos de la casa se acercaron para disfrutar, conversar, descubrir nuevas referencias y volver a encontrarse con algunas que ya forman parte de sus recuerdos.

Cincuenta años caben en una cifra, pero no en una sola celebración. Están en cada cosecha, en cada botella guardada con paciencia, en cada brindis y en todas las personas que han hecho posible que el Club de Cosecheros llegue hasta aquí. Durante estas dos jornadas quisimos celebrar precisamente eso: una historia que continúa escribiéndose, siempre alrededor de un buen vino y de quienes saben apreciarlo.









CATEDRALES *del vino*

Hay botellas que se beben. Otras esperan. Durante años, décadas e incluso siglos, hasta convertirse en silenciosos testigos de un tiempo que ya no existe. En distintos rincones del mundo, el vino ha encontrado refugio en galerías subterráneas, bodegas centenarias, restaurantes históricos, hoteles legendarios o modernas cavas concebidas para custodiar auténticos tesoros.

Porque una gran colección es mucho más que una suma de botellas. Es una forma de conservar el tiempo. Cada añada habla de un paisaje, una cosecha, una época y de quienes hicieron posible que llegara hasta allí. Cuando las cifras alcanzan los miles, o incluso los cientos de miles, la cava deja de ser un simple lugar de almacenamiento para convertirse en una verdadera biblioteca de la memoria.



LA MEMORIA DE RIOJA

En Elciego, Marqués de Riscal conserva en su llamada «Catedral» botellas de todas las añadas desde 1862, dentro de un conjunto bodeguero fundado en 1858. Más de siglo y medio de historia reunido en un archivo vivo que permite viajar por el pasado a través del vino.

UNA CIUDAD BAJO TIERRA

En Moldavia, Mileştii y Mici guarda más de dos millones de botellas en una red de galerías subterráneas excavadas en piedra caliza. Sus dimensiones son extraordinarias: las galerías se extienden durante decenas de kilómetros, tienen incluso nombres de calles y pueden recorrerse en automóvil. En 2005, *Guinness World Records* la reconoció como la mayor colección del mundo por número de botellas.





MEDIO MILLÓN DE HISTORIAS

En Tampa, Bern's Steak House ha convertido el vino en parte esencial de su identidad. Su colección ronda las 500.000 botellas, con especial presencia de Francia y California y auténticas rarezas como un Château Gruaud Larose de 1845. Más de 150 referencias pueden disfrutarse por copas.

UN TESORO EN MONTECARLO

Bajo el Hôtel de Paris se esconde otra de las grandes cavas históricas. Construida en 1874, ocupa más de 1.500 m^2 y custodia alrededor de 300.000 botellas. Entre sus paredes llegaron a celebrar el príncipe Rainiero y Grace Kelly su vigésimo aniversario de boda. El vino, una vez más, como testigo privilegiado de la historia.





UNA PASIÓN SIN FRONTERAS

En The Graycliff, en Nassau, unas 250.000 botellas procedentes de más de 5.000 bodegas de 20 países forman una colección extraordinaria. Entre sus piezas más singulares se encuentran un Château Lafite de 1865 y un Rüdesheimer Apostelwein de 1727. En Nueva Jersey, Restaurant Latour reúne más de 100.000 botellas y 6.000 referencias distribuidas en nueve salas. Dos maneras diferentes de convertir una cava en un auténtico viaje por el mundo.

DE WYOMING A ITALIA

También sorprende encontrar grandes colecciones lejos de los tradicionales centros vitivinícolas. Brush Creek Ranch, un enorme rancho de Wyoming, reúne unas 30.000 botellas y aspira a alcanzar las 100.000, con especial protagonismo de los grandes burdeos. Y en Sant'Agata sui Due Golfi, un pequeño municipio italiano, Don Alfonso 1890 custodia unas 25.000 botellas y más de 1.300 referencias, con especial presencia de Campania, Piamonte, Toscana y Brunello di Montalcino.







VOLVER A EMPEZAR

Quizá la historia más emocionante sea la de Antoine's, en Nueva Orleans. El histórico restaurante, fundado en 1840, perdió su colección durante el huracán Katrina. Con el tiempo consiguió reconstruirla y hoy conserva unas 6.800 botellas en una larga galería. Una cifra modesta frente a los grandes gigantes de esta lista, pero enorme en significado.



UNA HISTORIA QUE CONTINÚA

Cincuenta años dan para mucho. Para muchas cosechas, innumerables encuentros y, sobre todo, para construir un vínculo que ha hecho del Club de Cosecheros una de las iniciativas más especiales de nuestra historia. En 2026 hemos celebrado ese medio siglo junto a nuestros socios y lo hacemos ahora mirando hacia el futuro, con una nueva edición Reserva (2022) que vuelve a poner el vino en el centro de nuestra relación.

Mientras muchos de ustedes comienzan a descorchar y disfrutar el Club de Cosecheros 2021, presentamos ya la siguiente cosecha: Reserva 2022. Dos añadas que se encuentran en un momento diferente, pero que comparten algo esencial: la voluntad de mantener viva una tradición que nació hace cinco décadas y que continúa evolucionando.

La añada 2022 estuvo marcada por una climatología especialmente cálida y seca y por una vendimia temprana, pero también por un excelente estado sanitario del viñedo. El seguimiento de cada parcela permitió recoger la uva en su momento óptimo y preservar el equilibrio entre frescura, concentración y madurez. Un trabajo que comienza en Alto del Rey, en Labastida, y Mayorita, El Palo y Las Monjas, en Rodezno, y continúa en bodega con una cuidada elaboración, 24 meses de crianza en nuestro propio roble americano y cuatro trasiegos artesanales.

El resultado es un Reserva de gran personalidad, elegante, equilibrado y con una notable capacidad de evolución. Pero, por encima de sus características, hay algo que lo convierte en verdaderamente especial: es la nueva página de una historia que ustedes también han escrito durante estos cincuenta años. Cerramos un aniversario, sí. Pero no cerramos una historia. La próxima botella ya está aquí, esperando su momento.

La vendimia *más temprana*



La vendimia 2026 ha marcado un nuevo récord de precocidad en nuestras cuatro bodegas. Ha sido una campaña exigente y con una respuesta extraordinaria de nuestros viñedos a pesar de las temperaturas excepcionalmente altas y la sequía en Rioja, Ribera del Duero y Rías Baixas.

Esta cosecha 2026 ha sido la más temprana de nuestra historia tanto en Rioja como en Ribera del Duero, como consecuencia de las elevadas temperaturas registradas durante todo el ciclo vegetativo. Este adelanto exigió un seguimiento especialmente preciso de cada parcela y una planificación muy ajustada de los trabajos. El tiempo seco y soleado permitió, al mismo tiempo, desarrollar la recogida con tranquilidad y realizar una auténtica vendimia a la carta, adaptada a las necesidades de nuestros enólogos y al momento óptimo de cada viñedo.

En La Rioja Alta, S.A. y Torre de Oña, la campaña avanzó con una selección muy precisa de los momentos de recogida. También en Áster, en Ribera del Duero, el adelanto de la campaña fue una de sus principales características. En ambos territorios, la uva destacó por su excelente estado sanitario y su atractivo aspecto, cualidades que permiten anticipar vinos de gran calidad. Roberto Frías, nuestro Director de Viticultura, destaca además el enorme esfuerzo realizado por los vendimiadores, especialmente durante las jornadas de mayor calor, a quienes hemos procurado cuidar al máximo durante todo el proceso.

En Lagar de Fornelos, en Rías Baixas, también batimos nuestro récord de inicio de vendimia. El 19 de agosto comenzó la recogida en O Rosal y el 20 de agosto en el Val do Salnés, las fechas más tempranas de nuestra historia. Tras unos primeros días con una uva de extraordinaria sanidad, las lluvias obligaron a detener la vendimia entre el 23 y el 30 de agosto, una pausa que permitió avanzar con tranquilidad en bodega. La posterior reanudación hizo posible esperar el momento óptimo de cada parcela y obtener dos perfiles de vino diferentes y complementarios: unos más verticales, cítricos, frescos y tensos, y otros con mayor volumen, expresión frutal y amplitud en boca.

Esta diversidad ofrece interesantes posibilidades durante el ensamblaje y permitirá buscar el equilibrio entre frescura, tensión, fruta y volumen que define el estilo de nuestros vinos. Cuatro bodegas, cuatro territorios y una misma campaña marcada por el adelanto de la cosecha, la adaptación y, sobre todo, por la extraordinaria calidad sanitaria de la uva.

Ahora comienza una nueva etapa en bodega. El tiempo irá revelando, poco a poco, todo el potencial de una añada que ya ocupa un lugar especial en nuestra historia.



Parte del equipo de vendimia de Lagar de Fornelos (O Rosal).

MICROCUENTO DE NAVIDAD

La última *notificación*





Aquella Navidad cenaría solo.
No me daba pena; me había acostumbrado a llamar «normalidad» a muchas cosas.
A las ocho de la tarde, mientras buscaba algo que ver en la televisión, sonó el timbre.
Era un repartidor. Traía una caja de madera.

—¿Usted es Daniel?
—Sí.

Dentro había una botella de Viña Ardanza y una tarjeta.
No reconocí la letra.
«Para esta noche. No la abras hasta las doce».

Miré el teléfono. Ningún mensaje. Ningún nombre.
Solo una notificación de una aplicación que llevaba años sin utilizar: «Recuerdo pendiente».

Pensé que sería uno de esos avisos automáticos que aparecen cuando menos falta hacen.
Lo ignoré.
A las doce, descorché la botella.
El corcho salió con un pequeño suspiro, como si también hubiera estado esperando.
Entonces llegó otra notificación.
Abrí el teléfono.
Era un vídeo.
Aparecí yo, veinte años más joven, sentado en aquella misma cocina.
A mi lado estaba mi padre.
No recordaba haberlo grabado.









En el vídeo, él miraba a cámara y decía:

—Si estás viendo esto, probablemente ya no esté aquí.
Me quedé quieto.

—No sé cuándo encontrarás este vídeo —continuó—, pero espero que sea Navidad.
Sonrió.

—Y espero, sobre todo, que hayas aprendido algo que yo tardé demasiado en entender.
Hizo una pausa.

—Que hay personas a las que no se pierde cuando se van. Se las pierde cuando dejamos de hablar de ellas.
El vídeo terminó.

Durante unos segundos solo escuché el frigorífico.
Entonces comprendí quién había enviado la botella.
Mi padre.
No había dejado preparada aquella Navidad.
Había dejado preparado el algoritmo.
Y, por primera vez en muchos años, levanté la copa hacia una silla vacía.

—Feliz Navidad, papá.

El teléfono vibró una última vez.
«Recuerdo eliminado correctamente».
Y esa fue la primera Navidad en la que no necesité recuperar ningún recuerdo.





5 *Formas* SORPRENDENTES *de* ENVOLVER *una* BOTELLA

Una gran botella merece algo más que un papel bonito. Este año proponemos cinco formas de convertir su presentación en parte de la experiencia: envoltorios que se reutilizan, cuentan historias, esconden sorpresas o se convierten, por sí mismos, en otro regalo.



EL PAÑUELO QUE TAMBIÉN ES UN OBSEQUIO

¿Por qué conformarnos con un envoltorio que desaparece después de abrir el regalo? El *furoshiki*, la tradicional técnica japonesa de envolver objetos con un pañuelo, propone justo lo contrario. Elegimos un tejido especial, buscamos un estampado que nos recuerde a quien lo recibirá y envolvemos la botella jugando con sus formas y texturas. Un pañuelo de seda, lino o algodón puede transformar por completo su presentación. Después del brindis, seguirá teniendo vida propia: para llevar libros, guardar pequeños objetos, vestir una mesa o volver a envolver otra botella. Dos regalos en uno y, sobre todo, una forma de celebrar sin generar un envoltorio destinado a desaparecer.



LA BOTELLA QUE SE HA PUESTO EL JERSEY

Hay regalos que transmiten calor incluso antes de abrirlos. Esta Navidad podemos conseguirlo reutilizando una vieja prenda de punto. Una manga de jersey se convierte, con una mínima intervención, en un original abrigo para nuestra botella. Solo tenemos que introducirla en ella y rematar el cuello con una cinta, un cordón o un sencillo lazo. Cuanto más personalidad tenga el tejido, mejor: lana gruesa, estampados invernales, cuadros o motivos de inspiración nórdica. Una propuesta divertida, cálida y diferente que recupera una prenda que ya no utilizamos y convierte la botella en un pequeño objeto decorativo.

LA BOTELLA QUE VIENE DEL BOSQUE

La Navidad también puede envolverse con elementos que encontramos en la naturaleza. Ramas, pequeñas piñas, hojas secas, cortezas, frutos o hierbas aromáticas pueden acompañar una botella envuelta en papel sencillo, lino o incluso parcialmente al descubierto. La clave está en huir del exceso y construir una composición elegante, casi como un pequeño paisaje invernal. Podemos escoger elementos que evoquen el lugar donde nació el vino o simplemente aquellos que nos recuerden a la estación. El resultado será cálido, natural y muy visual. Y, frente a los envoltorios de usar y tirar, una propuesta que apuesta por materiales sencillos y por la belleza de lo esencial.





EL REGALO QUE SE DESCUBRE POR CAPAS

A veces, lo mejor de un regalo no es descubrirlo inmediatamente. Podemos convertir la botella en el final de una pequeña historia envolviéndola en varias capas, cada una con un significado. En la primera, una frase que invite a continuar; en la siguiente, una fotografía, un recuerdo o una pequeña historia compartida; finalmente, la botella. También podemos esconder entre los papeles una receta, una propuesta de maridaje o unas palabras escritas a mano. Así, abrir el regalo deja de ser un gesto instantáneo para convertirse en una experiencia.

Porque cuando detrás de una botella hay algo que contar, el mejor envoltorio quizá sea precisamente el que consigue despertar la curiosidad.



UNA BOTELLA CON PASAPORTE PROPIO

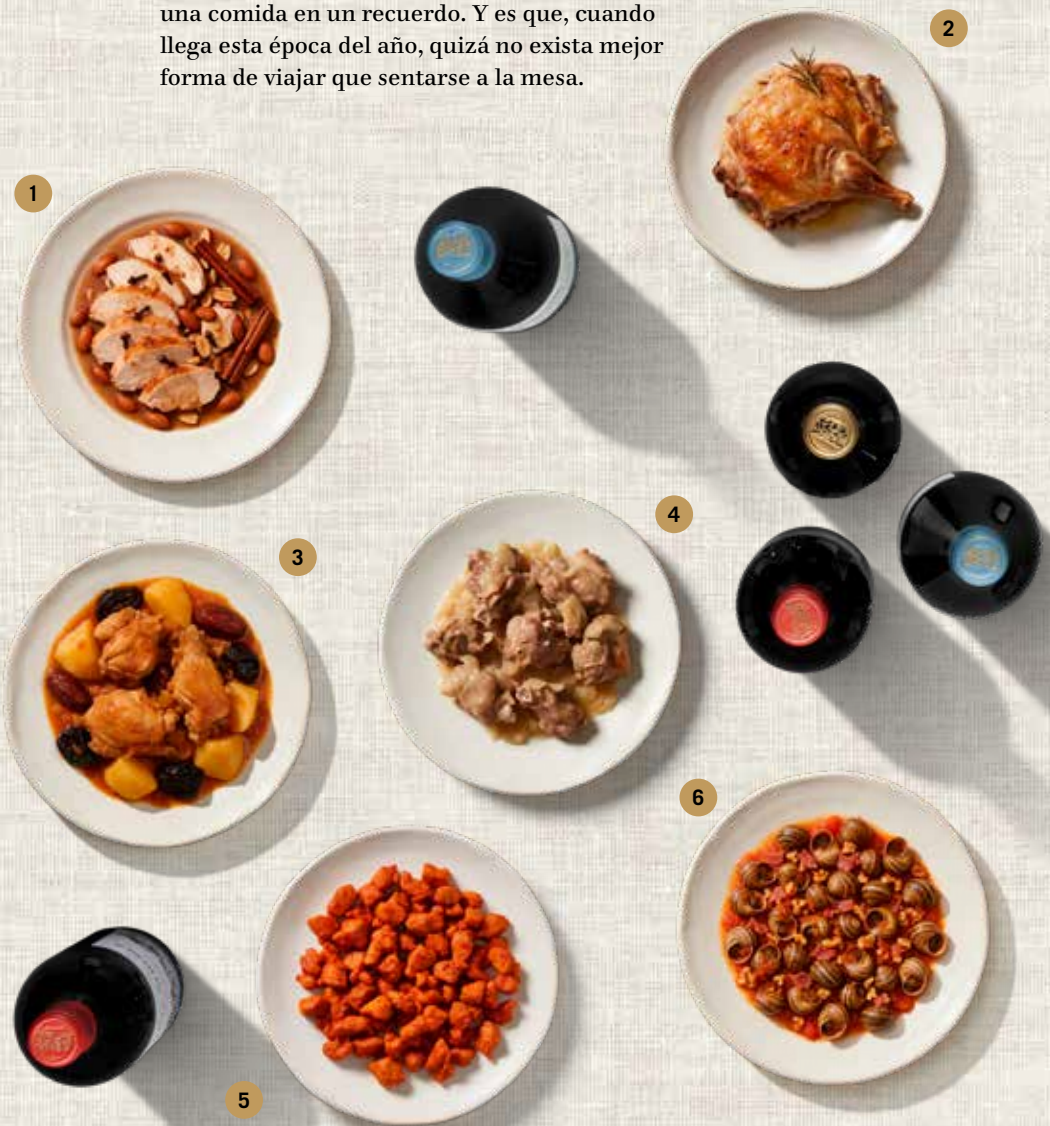
Hay regalos que invitan a viajar incluso antes de descorcharlos. Podemos envolver nuestra botella en un mapa antiguo de una ciudad, un país o, por qué no, del territorio donde nació el vino. Después, convertir el conjunto en un pequeño pasaporte: añadir una etiqueta con el nombre del destinatario, un destino imaginario, una fecha y hasta un sello. El viaje puede comenzar en Rioja y terminar en cualquier lugar del mundo alrededor de una mesa. El resultado tiene además algo de irrepetible: ningún mapa será exactamente igual y cada botella contará una historia diferente. Una manera sencilla de recordar que regalar vino es, muchas veces, regalar también un viaje.

17 NAVIDADES *gastronómicas*

La Navidad también se reconoce por sus aromas. Por ese plato que solo llega a la mesa cuando el calendario marca diciembre, por una receta que ha pasado de abuelos a nietos y que, año tras año, vuelve a reunir a la familia alrededor del mantel. Porque pocas cosas hablan tanto de un lugar como aquello que sus gentes eligen compartir en los días de fiesta.

En España, cada territorio ha construido su propia manera de celebrar. El mar, la montaña, la huerta, la ganadería o la despensa de cada región han dejado su huella en las mesas navideñas, creando un patrimonio gastronómico tan diverso como emocionante.

De norte a sur, del Mediterráneo al Atlántico, viajamos por 17 comunidades autónomas a través de 17 sugerencias que saben a Navidad. Recetas con nombres, ingredientes y preparaciones diferentes, pero un mismo propósito: convertir una comida en un recuerdo. Y es que, cuando llega esta época del año, quizá no exista mejor forma de viajar que sentarse a la mesa.



1 – ANDALUCÍA

Pavo a la alpujarreña

Una preparación navideña con raíces andaluzas, especialmente vinculada a La Alpujarra, con almendras, especias y vino.

2 – ARAGÓN

Ternasco de Aragón asado

El gran protagonista de la Navidad aragonesa: cordero joven asado, ligado a una tradición ganadera profundamente arraigada.

3 – ASTURIAS

Cabrito a la sidra

Mucho más singular para un mapa navideño que recurrir a la habitual fabada. El cabrito aparece entre las preparaciones tradicionales de Navidad asturiana.

4 – ISLAS BALEARES

Escaldums de Nadal

Pavo guisado con patatas, dátiles, ciruelas, tomate y, según versiones, sobrasada. Una auténtica Navidad mallorquina.

5 – CANARIAS

Carne fiesta

Cerdo adobado con ajo, pimentón, comino, orégano y vino blanco, tradicional de celebraciones y fiestas canarias.

6 – CANTABRIA

Caracoles a la montañesa

Uno de los platos más específicamente asociados a la Nochebuena cántabra: caracoles guisados con tomate, jamón y nueces.



7 – CASTILLA-LA MANCHA

Atascaburras

Bacalao, patata, ajo, huevo y aceite. Una receta humilde y contundente, especialmente característica de Albacete y zonas de Castilla-La Mancha.

8 – CASTILLA Y LEÓN

Lechazo asado

El gran asado castellano. Una elección perfecta para representar la solemnidad de las grandes comidas navideñas.

9 – CATALUÑA

Escudella i carn d'olla con galets

Probablemente uno de los platos que mejor simbolizan la Navidad catalana. Caldo, carnes, verduras y los característicos *galets*.

10 – COMUNIDAD DE MADRID

Sopa de almendras

Almendra molida, leche y canela, servida caliente. Cierra la Nochebuena madrileña antes de los turrones, con origen conventual.

11 – COMUNIDAD VALENCIANA

Putxero de Nadal amb pilotes

El puchero navideño valenciano, con carnes, verduras y sus características pelotas. Es una de las preparaciones más genuinamente festivas de la Comunidad.

12 – EXTREMADURA

Pavo trufado

Una preparación asociada tradicionalmente a las mesas navideñas extremeñas, especialmente interesante por su carácter festivo y su relación con la tradición cinegética y ganadera.

13 – GALICIA

Bacalao con coliflor y ajada

Una de las combinaciones más emblemáticas de la Navidad gallega. El marisco también tiene enorme protagonismo, pero este plato aporta mayor personalidad editorial.

14 – LA RIOJA

Cardo con almendras

Una de las grandes preparaciones navideñas riojanas. Sencilla en apariencia, elegante en la mesa y profundamente ligada a la tradición.

15 – REGIÓN DE MURCIA

Caldo con pelotas

Un guiso navideño de pavo con albóndigas, muy característico de la gastronomía murciana y con una personalidad propia.

16 – NAVARRA

Pimientos del piquillo rellenos de bacalao

El piquillo, emblema de la huerta navarra, relleno de bacalao y acompañado de una salsa suave. Un plato festivo y elegante.

17 – PAÍS VASCO

Besugo al horno

Una tradición marinera muy vinculada a las grandes celebraciones navideñas vascas. El txangurro y el bacalao también son protagonistas habituales.

Manual de SUPERVIVENCIA *navideña*

Consejos para disfrutar de las fiestas, la mesa y el vino sin perder la brújula



La Navidad tiene sus propias reglas: se come a deshoras, se multiplican las reuniones, se cocina para diez aunque seamos ocho y aparecen botellas que llevaban meses —o años— esperando una ocasión especial.

Por eso hemos preparado una pequeña guía de supervivencia. No garantiza que nadie discuta sobre dónde pasar Nochevieja ni que sobren turrones el 7 de enero. Pero sí puede ayudarle a disfrutar más y sufrir menos.

1 NO LLEGUE CON HAMBRE

Llegar en ayunas rara vez funciona. Un pequeño tentempié permite sentarse a la mesa con apetito, pero sin ansiedad. Y el vino se disfruta mucho mejor cuando la comida y la conversación ya han comenzado.

2 ELIJA BIEN LA BOTELLA

No siempre hace falta el vino más caro ni el más potente, sino el que consiga que la comida resulte todavía mejor. Para cada momento existe una referencia capaz de acompañarlo.

3 ABRA ESA BOTELLA QUE LLEVA DEMASIADO TIEMPO ESPERANDO

Una gran añada, un gran reserva, aquella botella especial... El momento perfecto no aparece en el calendario: **lo hacemos nosotros**. Una Navidad compartida puede ser una ocasión extraordinaria.

4 NO CONVIERTA LA MESA EN UN EXAMEN

No hace falta reconocer variedades, acertar añadas ni identificar todas las notas aromáticas. El vino no es una competición. También se entiende de vino cuando simplemente se sabe disfrutar de él.



5 SIRVA MENOS Y DISFRUTE MÁS

Una cantidad moderada permite apreciar mejor el vino y descubrir diferentes referencias durante la comida. Y, sobre todo, deja espacio para lo verdaderamente importante: la conversación.

6 EL MARIDAJE MÁS DIFÍCIL: LA FAMILIA

Aquí no existe manual infalible. Siéntelos juntos, sirva la comida y procure que haya vino suficiente para acompañar las conversaciones más largas. Regla de oro: nunca intente resolver una discusión familiar después de la segunda botella.

7 GUARDE SITIO PARA EL QUESO

Cuando parece que la comida ha terminado, todavía puede quedar uno de sus mejores capítulos. Curados, azules, de cabra o de oveja, acompañados de una buena copa, convierten el final de la comida en una segunda celebración.

8 EL TURRÓN TAMBIÉN MERECE SU MOMENTO

Almendras, miel, chocolate, frutas confitadas... Los dulces navideños tienen personalidad suficiente para reclamar su propia sobremesa. Porque la Navidad no termina con el último plato: continúa alrededor de la mesa.

9 NO TENGA MIEDO DE DESCORCHAR UNA BOTELLA «DEMASIADO BUENA»

Los vinos nacieron para ser disfrutados. Guardarlos indefinidamente esperando una ocasión extraordinaria puede hacer que esa ocasión nunca llegue. La mejor botella es, muchas veces, la que se abre en el momento adecuado.

10 LA SEGUNDA BOTELLA PUEDE CONTAR OTRA HISTORIA

No se trata de beber más, sino de entender la comida como una sucesión de momentos. Un vino para recibir, otro para acompañar el plato principal y quizá una referencia especial para prolongar la sobremesa. Cada botella puede aportar algo diferente.

11 APRENDA A DECIR «NO, GRACIAS»

No es necesario probarlo todo, aceptar cada copa ni llegar al último brindis de todas las reuniones. Menos cantidad, más atención. La moderación también es una forma de disfrutar.

12 Y, SOBRE TODO, NO TENGA PRISA

Esta es quizá la única regla imprescindible. La comida puede esperar unos minutos. La botella puede permanecer abierta. El café puede enfriarse. Pero hay conversaciones que solo ocurren una vez al año.

Barómetro del vino español

NUEVE SUMILLERES, TRES PREGUNTAS Y UNA MIRADA AL PRESENTE Y AL FUTURO DEL VINO.

El descenso del consumo, los cambios en los hábitos de las nuevas generaciones y una manera diferente de acercarse al vino plantean interrogantes que afectan a todo el sector. Para tomar el pulso, nadie mejor que nueve reconocidos sumilleres españoles que han tomado parte en nuestro VI Curso de Enoviticultura y Cata, profesionales que viven cada día la relación entre el vino y quienes lo eligen.



PREGUNTAS

1. El consumo mundial de vino lleva varios años descendiendo. ¿Percibe esta situación desde su labor diaria?
2. ¿Qué busca hoy el consumidor cuando elige un vino y qué ha cambiado en los últimos años?
3. Ante este nuevo escenario, ¿qué debería hacer el vino español para seguir siendo relevante para las próximas generaciones?



Giacomo Laureatti
Restaurante Blossom
—Málaga

1. Aunque la tendencia del mercado pueda ir hacia esa dirección, en nuestro entorno el cliente suele ser apasionado y consumidor de vino de todo tipo de gama. Puede ser que la menor cantidad de consumo del vino sea algo más enfocado en el consumo diario de las personas.
2. En Málaga capital, entorno en que trabajo y que es gran destino turístico de los últimos 5 años, los clientes suelen querer conocer las varias facetas del vino español. Puede ser que esto se dé también por su actual relación calidad-precio muy competitiva en un mercado de vino de alta gama inflado.
3. Seguir buscando la mejor manera de representar sus territorios, su tradición vitivinícola y todas esas personas que marcan el carácter del vino español. Que siga escribiendo su trayectoria personal en un escenario mundial que tiende a homologar los estilos de vino.



José Miguel Ruiz
Restaurante Kuoko
—Madrid

1. Creo que hoy se bebe menos vino, pero de una manera más consciente: se buscan mejores botellas, nuevas referencias y experiencias que antes a lo mejor no se pensaban tanto. En sala lo percibo especialmente en el interés del cliente por dejarse asesorar y salir de su zona de confort.
2. Creo que el cliente busca cada vez menos intensidad y más identidad, vinos frescos, elegantes y que expresen un lugar, una variedad o una forma de pensar. El vino se ha convertido también en una forma de viajar y de conocer y nuestro trabajo es ayudar al cliente a entender ese mundo y acompañarlo para que disfrute sin que se sienta desbordado con tanta información.
3. España no necesita buscar fuera lo que ya tiene dentro: contamos con una diversidad increíble de territorios, variedades, climas y tradiciones vitivinícolas. El reto está en darle a todo eso valor, comunicarlo mejor y conseguir que las nuevas generaciones descubran que la diversidad también es una de nuestras mayores riquezas.



Marcos Eire
Restaurante Miguel González
—Ourense

1. He notado el descenso de consumo en hostelería, quizás debido a la falta de oferta de locales donde el servicio sea correcto y a favor de otras bebidas. La hostelería ve más rentabilidad en la cerveza o el vermut. A nivel profesional, en alta gastronomía, he notado un cambio en la tendencia, cayendo la venta de tintos a favor de blancos, además del aumento del consumo de bebidas sin alcohol: vinos, kombuchas y cócteles.
2. Hay tres tipos de clientes a nivel de alta gastronomía: el que viaja y pide vinos locales (Galicia vende cada día más vino en sus locales en detrimento de otras zonas clásicas), el que sigue fiel a hábitos clásicos de consumo, cada día menos, y, por último, el que tiene conocimiento del vino pero que ve una escalada en los precios y se queja sobre esto, con lo que desciende su consumo.
3. Galicia está en un momento dulce con más gente formada. Cada día es más importante tener un sumiller capaz de fomentar el consumo en el local. Esto va unido a que en Galicia se están haciendo los mejores vinos de su historia, lo que fomenta el consumo de vinos locales, aunque el descenso en la capacidad adquisitiva esté mermando esta situación.

1. Percibo un cambio en la relación con el vino. Su presencia pierde peso y el consumo es más ocasional y selectivo. Eso nos obliga a escuchar mejor: entender cuándo apetece, qué frena su elección y cómo encaja en la vida de las personas. No interpretarlo como un problema de volumen, sino como una señal de que necesitamos conectar mejor con el consumidor.
2. Busca disfrutar y sentirse seguro. La calidad y el precio siguen siendo fundamentales, pero también cuentan el origen, la autenticidad y que el vino sea fácil de entender. Nadie debería sentir que necesita conocimientos técnicos. El vino tiene que explicar mejor su valor, no basta con apoyarse en la tradición o en una denominación: hay que transmitir qué ofrece esa botella, quién está detrás y en qué momento puede disfrutarse, sin convertirlo en un examen.
3. Tenemos una enorme riqueza de territorios, variedades y elaboraciones. El reto es acercarla a las nuevas generaciones de adultos con un lenguaje comprensible y experiencias que despierten curiosidad. Eso pasa por cuidar el servicio por copas, facilitar que se prueben vinos distintos, ofrecer formatos adecuados a diferentes ocasiones y crear propuestas de enoturismo y gastronomía accesibles. También por comunicar el origen y las prácticas de elaboración con hechos concretos. No es renunciar a nuestra identidad, sino compartirla mejor y escuchar sin prejuicios.



Joan Coll
Restaurante Portixol
—Jávea

1. Ha habido un descenso generalizado. Las nuevas generaciones, porque cada vez optan por no consumir alcohol, las mayores porque en muchos casos no han sabido renovarse y las actuales, porque no han tenido suficientes referentes que les enseñen y acerquen al mundo del vino. Aun así creo que, poco a poco y gracias también a nuestra labor, esto está cambiando. Estamos consiguiendo acercar el vino a nuevas generaciones y hacer que lo descubran desde una perspectiva diferente.
2. Hoy los consumidores buscan dos cosas: vinos que ya conocen y con los que se sienten seguros, o vinos baratos y fáciles de beber. Este paradigma ha ido mejorando gracias al marketing, los documentales, las noticias y otros medios de divulgación que están acercando el vino a un público cada vez más amplio.
3. Debemos seguir la línea que está llevando hoy en día. Respecto a los últimos 20 años, estamos haciendo las cosas muy bien y que España se está posicionando en el lugar que le corresponde. Las bodegas están haciendo un trabajo espectacular, tanto en la creación y evolución de sus vinos como en la incorporación de las nuevas generaciones a sus proyectos: enólogos, marketing, comunicación, etc. Al final, ellos son el futuro y serán quienes continúen haciendo evolucionar el vino español.



Sergio Bernal
Restaurante Lobito de Mar
—Madrid

1. Sin duda se nota un descenso del consumo de vino diario, cada vez son más los clientes que preguntan por la carta de vinos por copas y no botellas, así como bebidas no alcohólicas.
2. Por lo que más se interesan son por vinos con una historia detrás, que transmitan el origen y el buen hacer de todas las personas que hay detrás de cada gota. En cuanto a perfil, están los adeptos de lo clásico, pero también ha surgido un nuevo movimiento y que busca en general vinos más ligeros y frescos, fáciles de beber, con bajo cuerpo, alcohol y tanino.
3. Creo que en general España lo está haciendo bien. Cada vez son más los productores que se están adaptando a las nuevas generaciones. Pero también hay que mantener los grandes vinos y los grandes clásicos que han conseguido hacer del vino español un referente.



Lucía Marcilla
Restaurante Arzak
—San Sebastián

1. Sí, se nota que el consumo es más moderado y que el cliente busca beber menos, pero con mayor interés por la calidad. En nuestro entorno, las DD. OO. Bierzo y León también perciben esta tendencia y la necesidad de adaptarse.
2. Hoy el consumidor busca vinos de calidad, con personalidad, buena relación calidad-precio y que le permitan conocer el territorio del que proceden. También valora más la sostenibilidad, la autenticidad y formatos o propuestas más sencillas y cercanas.
3. El vino español debe acercarse a las nuevas generaciones con un lenguaje más actual, sin perder la tradición y la identidad de cada zona. Hay que poner en valor nuestras variedades, el territorio y la cultura del vino puede ser una buena forma de conectar con nuevos consumidores.



Jesús Prieto
Restaurante Serrano
—Astorga

1. No percibimos un menor consumo, lo que sí notamos es que las personas que quieren beber buscan algo más especial.
2. El cliente que va a restaurantes «gastronómicos» busca una experiencia, probar cosas nuevas ya sea en bebida o en la comida y el servicio.
3. Creo que tiene que añadir alicientes al producto, vinos de viñedos específicos, ediciones especiales en añadas importantes y, sobre todo, tratar de no engañar al consumidor.



Robert Tetas
Restaurante Sobretablas
—Sevilla

1. Sí, especialmente con el auge de productos sin alcohol y el fuerte marketing de otros alcoholes focalizados en los consumidores más jóvenes.
2. El consumidor busca más productos locales y nuevas bodegas o *cuvées* que les aporten una nueva experiencia. El cambio se debe a la rapidez de la información y a la accesibilidad a vinos de cualquier parte del mundo.
3. Ser embajadores de nuestra cultura y tradición e ir de la mano con la gastronomía de alto nivel española.



Javier Lorite
Hotel Four Seasons
—Madrid

Reyes López

DIRECTORA ADJUNTA *CLUB DE GOURMETS*

50 años después de aquel primer número de *Club de Gourmets*, el Grupo ha pasado de ser una revista pionera a integrar publicaciones, una guía de vinos, un club y uno de los grandes encuentros profesionales del sector. ¿Cuál cree que ha sido la clave para crecer sin perder la identidad con la que nació el proyecto?
La clave ha sido evolucionar sin perder nuestra esencia. Durante estos 50 años hemos consolidado Grupo Gourmets como una marca de referencia, construida sobre la credibilidad, el conocimiento, la excelencia y la independencia. Hemos impulsado el Universo Gourmet, poniendo en valor una cultura que integra producto, gastronomía, lugares, viajes y personas, siempre desde la singularidad, la calidad y la pasión.

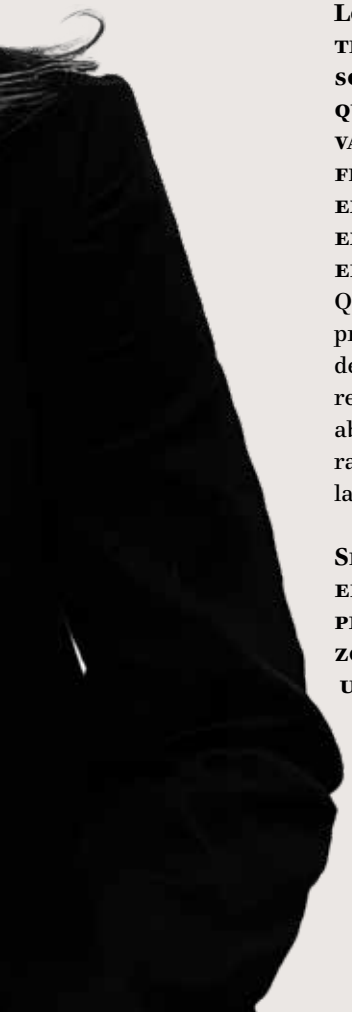
El vino ha estado presente desde prácticamente el origen de Gourmets y en 1983 nació la Guía Vinos Gourmets. ¿Qué ha cambiado más en estos años: el vino español, la forma de comunicarlo o la manera en que el consumidor se acerca a él?
En mi opinión, han cambiado las tres cosas. El vino español ha avanzado de forma extraordinaria en calidad, diversidad y reconocimiento. La comunicación es hoy más directa y cercana, y el consumidor está más informado y es más exigente. El reto es conectar con las nuevas generaciones y despertar su interés por la cultura del vino.

La Guía ha construido buena parte de su prestigio alrededor de la cata a ciegas y de la independencia de su Comité de Cata. ¿Por qué considera que este sistema sigue siendo especialmente importante en un momento en el que las marcas, las puntuaciones y la enorme cantidad de información disponible pueden condicionar tanto la percepción de un vino?
La cata a ciegas garantiza una valoración objetiva del vino, sin condicionantes de marca, zona, precio o reputación. En un mundo global con tanta información e influencia externa, preservar la independencia y el rigor del Comité de Cata de la *Guía Vinos Gourmets* resulta esencial para mantener la credibilidad y la confianza que la diferencia.



Foto Carlos Luján.

“EL RETO ES CONECTAR CON LAS NUEVAS GENERACIONES Y DESPERTAR SU INTERÉS POR LA CULTURA DEL VINO”



En 2025 la Guía dio un paso histórico al incorporar por primera vez la máxima puntuación de 100 puntos y crear la Liga del 100. En 2026, diez vinos han vuelto a alcanzar esa distinción. ¿Qué significa para Gourmets conceder ese reconocimiento y qué debe tener un vino para llegar a ese nivel de excelencia?
Conceder 100 puntos supone reconocer un nivel excepcional de calidad y refleja la evolución del vino español. Para alcanzar esta puntuación, un vino debe destacar por su equilibrio, complejidad, personalidad y capacidad de emocionar. Es la máxima expresión de excelencia para nuestro Comité de Cata y una distinción especialmente exigente, porque además se otorga por unanimidad.

Los Premios de la Guía Vinos Gourmets tienen además una particularidad: son los propios lectores y usuarios quienes eligen a los ganadores. ¿Qué valor aporta esa dimensión popular frente a los reconocimientos decididos exclusivamente por un comité de expertos? ¿Ha cambiado con los años el criterio de los consumidores?
Que sean los propios lectores quienes elijan a los premiados aporta una visión complementaria a la de los expertos y refleja de forma directa las preferencias del consumidor más informado, curioso y abierto a descubrir nuevos vinos, regiones y elaboraciones, lo que demuestra también la evolución de la cultura del vino en España.

Si repasamos los premios de las últimas ediciones, aparecen grandes nombres, pero también bodegas, elaboradores y zonas que quizá hace unos años tenían una presencia mucho menor. ¿Está viendo Gourmets un cambio en el mapa del vino español? ¿Qué territorios, estilos o perfiles de bodegas cree que están protagonizando ahora las transformaciones más interesantes?
Sí, estamos viendo un mapa del vino español cada vez más diverso y dinámico. Junto a las grandes denominaciones, ganan protagonismo pequeños elaboradores, variedades autóctonas y territorios menos conocidos. A ello se suma una nueva generación de bodegueros muy preparada, emprendedora y con gran impulso. Todo ello está enriqueciendo la diversidad y la identidad del vino español.

Este 50.º aniversario ha llevado también a reconocer a 50 figuras clave de la gastronomía y el vino español, poniendo en valor pasado, presente y futuro. Si tuviera que elegir un gran legado de estos primeros 50 años y, al mismo tiempo, un gran reto para los próximos 50, ¿cuáles serían?
Nuestro gran legado es haber puesto en valor durante 50 años la excelencia de la gastronomía y el vino y sus protagonistas. El reto es seguir siendo referentes, conectando tradición e innovación y adaptándonos a las nuevas generaciones. Queremos consolidar el Universo Gourmet con una visión más global y seguir impulsando una cultura basada en la excelencia, la singularidad y la pasión.

Gourmets nació en un momento en el que la gastronomía y el vino españoles estaban empezando a cambiar profundamente. Hoy se enfrenta a un consumidor más joven, nuevas formas de comunicación, menor frecuencia de consumo de vino y una oferta de información prácticamente infinita. ¿Cómo imagina el papel de Grupo Gourmets en este nuevo escenario y qué cree que debe hacer para seguir siendo, dentro de otros 50 años, una referencia para el sector?
Nuestro papel es seguir siendo un referente de calidad, rigor y credibilidad, adaptándonos a nuevas formas de consumir y comunicar. El reto es conectar con nuevas generaciones y reforzar nuestra presencia digital. Debemos evolucionar e innovar sin perder la independencia que nos define. Y seguir anticipando tendencias para impulsar el futuro del Universo Gourmet.



ALEX DE ARANZABAL, NUEVO PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN BARRIO DE LA ESTACIÓN

Nuestro Director de Relaciones Públicas y Marketing y sexta generación en La Rioja Alta, S.A., Álex de Aranzabal, es el nuevo Presidente de turno para los dos próximos años de la Asociación del Barrio de la Estación conformada por las bodegas de Haro: CVNE, Bodegas Gómez Cruzado, La Rioja Alta, S.A., Bodegas Bilbaínas-Viña Pomal, Muga y Bodegas Roda. Su estreno oficial en el cargo se produjo en la presentación en Madrid de la nueva iniciativa «Tu mundo es el Barrio» que reivindica la singularidad de un enclave único en el mundo, donde vino, gastronomía, paisaje, historia y hospitalidad se unen para crear una experiencia difícil de igualar.



PRESENTES EN «ESTRATEGIA FINE WINE» DEL BASQUE CULINARY CENTER

Nuestro Presidente, Guillermo de Aranzabal, encabezó nuestra representación en la jornada «Estrategia Fine Wine: cómo posicionar nuestros vinos», organizada por EDA Drinks & Wine Campus y el Basque Culinary Center en Forbes House de Madrid. Una jornada para compartir ideas, escuchar otras voces y reflexionar sobre un reto que nos afecta a todos: cómo poner en valor el vino español y conseguir que nuestros grandes vinos ocupen en el mundo el lugar que merecen. Nos quedamos con una idea especialmente clara: tenemos una extraordinaria diversidad, grandes proyectos y una enorme riqueza vitivinícola. El reto está ahora en saber defenderla, comunicarla y hacerla llegar cada vez más lejos.



ÉXITO DE LA VI EDICIÓN DEL CURSO DE ENOVITICULTURA Y CATA PARA SUMILLERES

Del 27 al 29 de septiembre celebramos una nueva edición, la sexta ya, del Curso de Enoviticultura y Cata al que volvieron a asistir una selección de los mejores sumilleres del país, todos ellos procedentes de restaurantes con estrella Michelin o Sol Repsol. Responsables del servicio del vino de casas de gran renombre como, entre otras, Arzak, Ricard Camarena, Four Seasons o Saddle que disfrutaron de tres intensas jornadas formativas y prácticas en nuestras bodegas y viñedos de Rioja de la mano de un profesorado de lujo: Roberto Frías, Director de Viticultura; Julio Sáenz, Director Técnico y Gloria Carrero, *Brand Ambassador*.



UNA «CONVERSACIÓN ÍNTIMA» SOBRE EL FUTURO DE RIOJA

A mediados de septiembre tuvimos la oportunidad de participar, de la mano de nuestro Director General, Guillermo de Aranzabal Bittner, en la «Conversación íntima» organizada por la Asociación de Bodegas por la Calidad (ABC) en The Library, Madrid.

Alrededor de treinta y siete voces de la crítica, el periodismo gastronómico, la sumillería de alta restauración y la representación institucional compartieron mesa con las doce bodegas de ABC en un formato tan sencillo como exigente: una bodega, un vino, un mensaje. Por nuestra parte, presentamos Gran Reserva 904 2016 y El Camino 2021, de Torre de Oña, dos vinos que nos permitieron compartir nuestra manera de entender Rioja desde la identidad, el origen y la búsqueda permanente de calidad. Una conversación cercana y necesaria sobre el presente y el futuro de nuestra región, y sobre la importancia de seguir construyendo valor desde el viñedo y desde aquello que hace únicos a nuestros grandes vinos.



LA DIVERSIDAD, IDENTIDAD Y CAPACIDAD DE EVOLUCIÓN DEL VINO ESPAÑOL EN DINAMARCA

Nuestra participación en la cata organizada por la Fundación para la Cultura del Vino en la Embajada de España en Copenhague nos permitió compartir dos referencias muy especiales: Gran Reserva 904 2016 y Viña Ardanza 2020. Nuestro Presidente, Guillermo de Aranzabal, actual Presidente de la FCV, fue el encargado de abrir una jornada que, además del embajador de España en Dinamarca, reunió a profesionales y prescriptores daneses alrededor de algunos de los grandes vinos de España. Una magnífica oportunidad para mostrar, una vez más, la diversidad, identidad y capacidad de evolución de nuestros vinos y acercar nuestra manera de entender Rioja a un mercado internacional de gran interés.

LAGAR DE FORNELOS

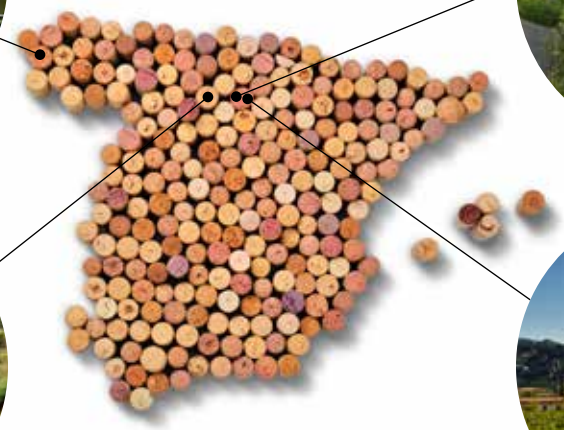
Reservas: 986 625 875
lagar@riojalta.com

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

¿Qué dos vinos de nuestra bodega se disfrutaron en La Cata del Barrio de la Estación 2026?
Respuesta: Viña Arana G. R. 2017 y Viña Ardanza 2020.
Ganador: M. S. U., Socio 404J de Madrid.
Nueva pregunta: *¿Cuál es la cosecha seleccionada para la próxima edición del Club de Cosecheros de La Rioja Alta, S.A.?*

¿Qué es esforrocino?
Brote o rama que sale de forma irregular o indeseada desde el mismo tronco de las parras o vides, en lugar de hacerlo desde las ramas o guías principales.

GRUPO
La Rioja Alta, S.A.

www.riojalta.com grupolariojaaltasa fincamartelo lagardecervera
@LaRiojaAltaSA @torredeona LaRiojaAltaSA lariojaaltasa fincamartelo bodegasaster lagardecervera

La Rioja Alta, S.A.

90+club

La Rioja Alta, S.A.
95+club
Cosechas históricas

Gran Reserva 890 > 2011



100 GUÍA ABC
99 GOURMETS
98 J. SUCKLING PROENSA
97 PEÑÍN
97 TIM ATKIN
96 PARKER

Gran Reserva 904 > 2016



97 J. SUCKLING
97 GUÍA ABC
96 PEÑÍN
96 PARKER
96 TIM ATKIN
96 PROENSA

Viña Arana Gran Reserva > 2017



96 PEÑÍN GOURMETS
95 GUÍA ABC PROENSA
94 J. SUCKLING
93 PARKER DECANTER
93 TIM ATKIN VINOUS

Viña Ardanza > 2020



95 J. SUCKLING
94 PARKER PEÑÍN
92 VINOUS

Viña Alberdi > 2021 Selección Especial



94 PARKER
93 DECANTER
92 PEÑÍN VINOUS
91 WINE SPECTATOR

Áster Finca El Otero > 2021



99 PROENSA
95 GOURMETS
95 GUÍA ABC
95 TIM ATKIN
95 J. SUCKLING
95 PEÑÍN

Áster El Espino > 2023



93 PEÑÍN
93 J. SUCKLING

Áster > 2022



92 J. SUCKLING
90 PEÑÍN

El Camino > 2023



96 J. SUCKLING
95 PARKER
94 PEÑÍN

Finca Martelo > 2021



99 PROENSA
95+ PARKER
95 GOURMETS GUÍA ABC
93 PEÑÍN
93 J. SUCKLING TIM ATKIN
92 DECANTER

Finca San Martín > 2022



92 VINOUS
91 PARKER
91 PEÑÍN
90 DECANTER

Lindeiros > 2022



99 PROENSA
95 PEÑÍN
95 GUIA ABC
94 J. SUCKLING
94 DECANTER
93 TIM ATKIN

Pazo de Seoane > 2025



91 PEÑÍN

Lagar de Cervera > 2025



93 J. SUCKLING
92 PEÑÍN

