

Grandes bodegas, grandes lecciones: Lo que se puede aprender de los gigantes del vino

En un mundo donde el vino no solo se bebe, sino que se comunica, algunas bodegas han sabido construir marcas tan sólidas como sus mejores añadas. Analizar las estrategias de comunicación y marketing de referentes internacionales como Château Margaux, Penfolds, Marchesi Antinori y Robert Mondavi no es un ejercicio de imitación, sino de [inspiración](#). Y, sobre todo, una oportunidad para que las bodegas de Canarias –y de cualquier región– encuentren claves para mejorar su proyección sin perder su identidad.

Château Margaux: el lujo silencioso

[@ChateauMargaux](#)

En la región de Burdeos, el nombre Château Margaux resuena como sinónimo de perfección, elegancia y exclusividad. Fundada en el siglo XVII, esta bodega ha cultivado una imagen de refinamiento que trasciende el tiempo. Su estrategia de comunicación es deliberadamente minimalista: nada de campañas publicitarias agresivas ni redes sociales saturadas. Su presencia se concentra en contextos de prestigio, como subastas de vinos excepcionales, colaboraciones editoriales de alta gama o menciones en guías y revistas especializadas.



Claves del éxito:

- Posicionamiento como producto de culto.
- Reforzamiento del valor simbólico a través del silencio.
- Coherencia visual y narrativa impecable.

Lo que se puede aprender:

Bodegas pequeñas no pueden permitirse el lujo del silencio institucional. Pero sí pueden aprender de su sobriedad y coherencia. En lugar de aspirar al misterio, deben construir confianza: mostrar el trabajo en campo, explicar el origen, generar contenido que eduque y emocione. La narrativa debe ser constante y coherente para que el consumidor se identifique y sienta pertenencia.

**Penfolds: diseño, tecnología y
atrevimiento**

[@Penfolds](#)

Desde Australia, **Penfolds** ha revolucionado el concepto de vino

premium moderno. Con una historia que comienza en 1844, ha sido una bodega pionera en unir tradición enológica con herramientas de marketing de vanguardia. El vino Grange, creado por Max Schubert, es una leyenda que desafió las normas clásicas del vino australiano y demostró que la innovación bien fundamentada puede generar productos eternos.





Penfolds hoy integra blockchain para trazabilidad, incursiona en el universo de los NFTs (activos digitales únicos registrados en blockchain que garantizan autenticidad, exclusividad y trazabilidad de productos físicos como el vino), diseña etiquetas modernas, sobrias pero visualmente impactantes, y ha logrado trasladar su mensaje a un público más amplio sin perder valor percibido.

Claves del éxito:

- Branding sólido basado en diseño y prestigio.
- Innovación tecnológica aplicada a la confianza del consumidor.
- Capacidad de adaptarse sin perder esencia.

Lo que se puede aprender:

En Canarias y en otras regiones, muchas bodegas podrían mejorar su posicionamiento renovando su imagen. Una etiqueta anticuada o mal diseñada puede frenar una venta incluso si el vino es excelente. Invertir en diseño, storytelling visual y canales digitales es hoy más necesario que nunca. Además, adoptar tecnologías sencillas como QR codes en etiquetas que cuenten la historia del vino o del viticultor puede marcar una gran diferencia.

Marchesi Antinori: la historia que sigue viva

[@Antinori](#)

Los Antinori, con más de 600 años de historia vitivinícola en la Toscana, han logrado convertir su legado en una herramienta de conexión emocional con el consumidor contemporáneo. Lejos de parecer un museo viviente, la familia Antinori muestra una casa viva, en evolución. Desde vídeos en redes sociales, entrevistas familiares, hasta contenido que explica con elegancia la elaboración de sus vinos, todo su universo comunica continuidad y orgullo.



Los **Antinori**, con más de 600 años de historia vitivinícola en la Toscana, han logrado convertir su legado en una herramienta de conexión emocional con el consumidor contemporáneo. Lejos de parecer un museo viviente, la familia Antinori muestra una casa viva, en evolución. Desde vídeos en redes sociales, entrevistas familiares, hasta contenido que explica con elegancia la elaboración de sus vinos, todo su universo comunica continuidad y orgullo.



Su arquitectura vanguardista (la bodega en Bargino), diseñada por el arquitecto Marco Casamonti, es una obra que se integra con el paisaje toscano y simboliza el equilibrio entre innovación y respeto por la tierra. Esta bodega subterránea no solo es un referente arquitectónico, sino también una declaración de principios: sostenibilidad, belleza funcional y continuidad familiar. Convive con la narrativa emocional de generaciones que siguen cultivando las mismas tierras. Hablan de terroir, pero también de futuro, incorporando prácticas sostenibles, tecnología de precisión y programas de educación enológica. No se anclan en el pasado, lo transforman en valor presente, y lo proyectan hacia una visión moderna del vino como legado vivo.

Claves del éxito:

- Narrativa familiar profunda y emocional.
- Modernización sin ruptura.
- Estética cuidada en todos los formatos.

Lo que se puede aprender:

Bodegas familiares canarias y de otras regiones tienen un gran tesoro: su historia. Pero deben contarla bien. Mostrar al abuelo no es suficiente. Hay que construir un relato que conecte con el consumidor de hoy: ¿por qué esa familia hace vino?, ¿qué valores la sostienen?, ¿qué diferencia su paisaje? El componente humano debe ponerse en valor con sinceridad y belleza.

Robert Mondavi: estilo de vida y enoturismo

[@Mondavi](#)

En California, Robert Mondavi fue uno de los grandes visionarios del vino moderno. No solo introdujo prácticas enológicas de primer nivel en Napa Valley, sino que entendió antes que nadie que el vino debía integrarse a la cultura gastronómica y al estilo de vida americano.



ROBERT MONDAVI WINERY



Desde el diseño arquitectónico de su bodega hasta sus alianzas con chefs, su apuesta fue clara: el vino se vive, se disfruta, se comparte. Hoy la marca sigue transmitiendo esa idea de experiencia completa: arte, vino, cocina, naturaleza.

Claves del éxito:

- Integración del vino en el lifestyle.
- Fomento del enoturismo desde el minuto uno.
- Comunicación emocional y sensorial.

Lo que se puede aprender:

Muchas bodegas canarias tienen paisajes volcánicos, biodiversidad única, gastronomía autóctona... pero no lo cuentan. Incorporar experiencias sencillas (catas, visitas al viñedo, maridajes locales) y comunicarlas adecuadamente puede reforzar la marca de manera inmediata. Hoy, vender una experiencia vale más que solo mostrar una botella.

El consejo final: no se trata de copiar, sino de conectar de encontrar el camino a la proyección correcta.

Las bodegas pequeñas y medianas, tanto en Canarias como en cualquier parte del mundo, no necesitan presupuestos millonarios para comunicar bien. Necesitan coherencia, autenticidad y constancia. Contar bien la historia, cuidar la imagen, ofrecer una experiencia (aunque modesta) y saber a quién se dirigen es más efectivo que replicar o copiar campañas vacías de sentido. En el mundo del vino, la diferencia no está solo en la copa: está en cómo se cuenta lo que hay detrás de cada gota. Porque quien no se comunica, no existe. Y quien no emociona, no vende.

Godello del Bierzo Emilio Moro, todo arte tiene su origen

La bodega vallisoletana comienza un recorrido a sus comienzos para participar con la tradición de sus vinos del Bierzo. Bodegas Emilio Moro suelda pasado, presente y futuro en la nueva imagen de sus godello adquiriendo como consecuencia un busto de la historia del Bierzo.

Por Ángel Marqués

Esta bodega familiar pionera en el sector vitivinícola español

Moro con más de 100 años de historia que, con dedicación y entrega al mundo del vino, centra sus esfuerzos en crear **vinos que respiren su esencia** siendo **fieles a sus orígenes** y **apoyándose en la innovación**.

Máxima que cumplen añada tras añada gracias a su vínculo con la tierra, su conocimiento adquirido fruto de la experiencia y el profundo respeto por todo lo que envuelve al sector, así lo apuntaba en la presentación, Paloma Gutiérrez Urbón, Responsable de Marca y Comunicación de la bodega.

Por su parte la **directora general de esta mítica bodega Patricia Sánchez Moro**, puso en solfa **la pasión** de su familia en la entrega en cuerpo y alma al mundo del vino. La tierra siempre ha sido y es su mayor activo, de ella nacen y a ella le deben su historia.



Con esta nueva imagen, Polvorete, El Zarzal y La Revelía, representan la gente, la orografía y la identidad del valle berciano

Por eso, **cada uno de sus vinos transmite el alma del terroir** y

la más pura esencia de sus dos bodegas ubicadas en las denominaciones de origen, D.O. Ribera del Duero y D.O. Bierzo, siempre con planteamientos innovadores y sostenibles del negocio, con vistas hacia futuro con nuevos proyectos en el mundo del vino.

Con la frase y slogan **“Todo arte tiene su origen y los vinos de Emilio Moro, también”**, queremos rendir homenaje, a sus orígenes [compartiendo su historia](#). Para ello, hemos conseguido **parar el tiempo y unir pasado y futuro** en perfecta coherencia y armonía, obteniendo como resultado **la nueva imagen de sus tres godellos** a través de la honestidad con ellos mismos y con sus orígenes, señalo en su intervención. En este acto de la presentación también estuvo presente Fabiola Moro.

Nueva imagen y añada

Con esta nueva imagen, **Polvorete, El Zarzal y La Revelía**, representan **la gente, la orografía y la identidad del valle berciano**. **La unión perfecta entre la tradición** heredada de sus antepasados y la particularidad del **terroir de la zona**, trabajado con el máximo respeto a una variedad única, la godello.

A través de **un viaje a la esencia berciana**, parte del equipo ha descubierto algunas de las huellas que los pobladores de la zona dejaron hace miles de años en forma de [pinturas rupestres](#) y que hoy recogen como demostración de su maravilloso paso por esta esta tierra tan especial.

Este testimonio, encontrado en las paredes de la Cueva del Moro, situada a pocos kilómetros de la bodega que tienen en el Bierzo, les ha permitido viajar a los orígenes de esta tierra y conocer la singularidad berciana representada en su paisaje, sus viñedos y, por supuesto, en sus vinos.

Basado en este legado se han extraído algunas de las figuras que nuestros antepasados representaron y que, increíblemente, han sobrevivido al paso del tiempo hasta hoy. Miles de años después, la misma tierra sigue dando frutos y la conexión con aquellas generaciones ancestrales permanece.

Una conexión que desde la bodega continúan haciendo de la tierra, el centro del origen de su inspiración, dando lugar a nuevas añadas cargadas de personalidad. **La magia de adentrarse en la historia y el arte de enamorarse de los vinos de esta legendaria bodega.**







El enólogo y Director Técnico en Bodegas Emilio Moro, nos comento con todo tipo de detalles las nuevas añadas de sus

godello que, manteniendo su esencia, han logrado convertirse en tres vinos de referencia en nuestro país. La familia Moro persigue la perfección de sus vinos y estas nuevas añadas son la prueba de su esfuerzo para lograrlo, contando para su elaboración con uvas de una calidad inmejorable.

Polvorete 2022

Es la versión más joven, rebelde y divertida de los godello que elabora la bodega vallisoletana del Bierzo. Con aromas de frutas blancas y ligeras notas cítricas características de la variedad, Polvorete es un vino de gran equilibrio entre la acidez y el cuerpo con un paso fácil por boca y un recuerdo agradable y refrescante.

El Zarzal 2022

Un godello que, cuando lo pruebas, te atrapa. Fresco, con una acidez equilibrada, es un vino con vocación varietal, que respeta la identidad de la variedad, pero que no renuncia a la frescura. En cuanto a los aromas, se aprecian los matices de fruta blanca madura y fruta de hueso, que armoniza con la mineralidad y los aromas melosos en nariz gracias a su crianza sobre lías en fudres de roble francés.

La Revelía 2021 es el vino más **sutil, sugerente y complejo** de la gama de blancos de la bodega del Bierzo, que representa la más pura expresión de la variedad godello, con una crianza sobre lías en barrica que aporta cuerpo y untuosidad. Un vino que en copa gana en intensidad y complejidad, desarrollando notas de flores blancas y frutos secos, donde la mineralidad aparece de fondo aportando singularidad y personalidad al conjunto.

El Bierzo, una nueva oportunidad para contar su historia

El Bierzo, esa inabarcable comarca leonesa que esconde un patrimonio natural e histórico tan particular como propio, ha permitido que, Bodegas Emilio Moro se adentre en sus orígenes para ver con perspectiva dónde quieren estar.

En 2013, tras una larga trayectoria en Ribera del Duero, la bodega vallisoletana emprende un emocionante viaje hacia una variedad, la godello, y una zona, El Bierzo. Tres años después, en 2016, ya elaboraban dos vinos, El Zarzal y La Revelia, y en 2019, nace Polvorete.

Diez años después, El Bierzo ha logrado posicionarse en el **mapa nacional como una de las zonas de referencia de elaboración de vinos blancos de la variedad Godello**. Hoy en día, el proyecto de Bodegas Emilio Moro cuenta ya con una bodega propia, tres referencias en el mercado y con 60 hectáreas de viñedo propio.

Bodegas Hispano+Suizas, blancos, atractivos y originales

Bodegas Hispano+Suizas cuenta con 61 hectáreas de viñedo propio, de las cuales 46 están situadas alrededor de la bodega y 15 más que se encuentran

a 500 m de las instalaciones.

Por Ángel Marqués Ávila

Bodegas Hispano+Suizas

Bodegas Hispano+Suizas cuenta con [61 hectáreas](#) de viñedo propio, de las cuales 46 están situadas alrededor de la bodega y 15 más que se encuentran a 500 m de las instalaciones.

Las variedades plantadas son **Chardonnay, Sauvignon Blanc, Bobal, Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, Merlot, Syrah, Pinot Noir y Petit Verdot.**

La densidad de plantación es de 4.000 [plantas por hectárea](#), desarrollando una viticultura de precisión para conseguir la mayor calidad de la uva y que así se vea reflejada en los vinos de **Bodegas Hispano+Suizas.**

Los rendimientos por hectárea se sitúan entre 6 y 8 mil Kg/Ha. Es decir, escasamente 2 Kg por cepa.

Debido a las diferentes variedades y tipos de vinos que elaboramos, podemos realizar una vendimia de casi 3 meses de duración, desde el cava, cuya recolección comienza a principios de agosto, y los vinos tintos de guarda hasta finales de octubre.



Bodegas Hispano+Suizas cuenta con 61 hectáreas de viñedo propio

Albariño y Sauvignon Blanc

Uno de los objetivos que se marco en **Bodegas Hispano Suizas** desde que comenzó este proyecto era producir vinos blancos que resistieran de manera impecable el paso del tiempo.

Es lo que llamamos vinos de guarda y para estos **enólogos** y bodegueros era una prioridad lograr esos **vinos blancos** exclusivos y de empaque, que fueran capaces de ser excelentes también con el paso del tiempo.



Albariño y Sauvignon Blanc Bodegas Hispano+Suizas

A día de hoy, nos comentan desde la bodega, *“que se puede decir con orgullo que ese objetivo ha sido claramente cumplido”*, especialmente en el que elaboramos de la variedad de uva albariño en la **FINCA CASA JULIA**, como por la familia Impromptu, **Sauvignon Blanc**.



Marc Grin y Pablo Ossorio

Nos apunta **Pablo Ossorio**, enólogo de la bodega, que *“toda zona vitícola que se precie es capaz de elaborar vinos de guarda”*.

Aunque no todos los **vinos** pueden realizar la guarda y mantener el **equilibrio** que resulta tan esencial para su categoría. Es un término que se da más que por hecho en los vinos tintos, pero es un arduo trabajo cuando quieres lograrlo con **blancos o rosados**.

Un trabajo excepcional en todos los pasos, desde la cepa a la **botella**, pasando por la fermentación, el cemento o la madera... *“Meticulosidad en cada uno de los pequeños pasos que conforman todo el proceso de elaboración”*.

Y añade, con ese objetivo hemos decidido compartir con todos los seguidores de **Hispano Suizas** una espectacular **cata** vertical en la que probar diferentes añadas de estos vinos e ir viendo cómo han ido desarrollando características que los siguen haciendo únicos y cómo son capaces de llevar con señorío ese apellido *“de guarda”*.

Una cata comentada por mí que he titulado *“Impromptu, el poder de envejecimiento de blancos y rosados mediterráneos”*.

Orquesta del vino

La filosofía de esta bodega es la de **elaborar vinos** que muestren los valores más preciados, únicos en la que se puede apreciar su producción propia y natural.

Dentro de la armonía que desean dar a sus **vinos**, viene reflejada en este sentido en los nombres que han elegido para ellos, y que tienen el denominador común de ser términos utilizados en la música clásica.



Bodegas Hispano+Suizas

Nos explica este amante de los **vinos** y técnico de los mismos *“el buen vino, para que nada desafine, tiene que salir de la botella como una sinfonía en la que cada instrumento ocupa su sitio y su momento”*.

Hubo un día en que tres almas gemelas compartieron el mismo

sueño después de media vida en el mundo del **vino**: elaborar los **vinos** que querían hacer, comenzando en la cepa y terminando en la etiqueta.

Tres almas gemelas

Entre los caprichos del vino de autor para iniciados, el vino elaborado según las dictadas de la moda y el mercado, hay una tercera vía que **Marc Grin, Pablo Ossorio y Rafael Navarro** han querido explorar.

Con una apuesta personalísima a la que han dado el nombre de **Bodegas Hispano+Suizas** por el origen de sus socios.

Se trata de hacer **vinos de alta gama** y asequibles para los cada vez más abundantes amantes del buen vino.

Con el justo esnobismo, pero sin perder de vista que un buen vino se hace día a día desde la poda de la vara adecuada al **coupage** exacto, pasando por una exigente y paciente **vendimia** y una sabia combinación de maderas.

La música clásica

El objetivo es ambicioso: hacer **Obras Maestras**, distintas pero entendibles por el cliente.

De ahí que los nombres de los vinos vayan a tener el denominador común de ser términos utilizados en la música clásica.

Porque un buen vino, para que nada desafine, tiene que salir de la botella como una sinfonía en la que cada instrumento ocupa su sitio y su momento.



Ése es el sueño de Bodegas Hispano+Suizas que ahora empieza a plasmarse.

Un lujo

En toda **bodega**, todo es importante, pero sin ningún género de dudas el equipo es fundamental para que los resultados finales sean los idóneos. **Rafael Navarro es viticultor y enólogo.**

Rafael Navarro

Asesora 3 **bodegas** en elaboración de la **D.O.P. Utiel-Requena** y es un auténtico precursor de la **viticultura** de precisión en la región de [Utiel-Requena](#), donde siempre ha sabido combinar la modernidad con la introducción de nuevas variedades como la **Sauvignon Blanc, Pinot Noir y Petit Verdot** y la **viticultura** más tradicional respetuosa con la tierra y su entorno.

Sus máximas son la búsqueda de la calidad, el cuidado de la tierra y la **innovación** continua. Su contacto diario con el **viñedo** y sus métodos de control continuos le permiten sacar

todo lo mejor de cada variedad, un trabajo que no cesa en todo el año.

Pablo Ossorio

Por su parte, **Pablo Ossorio**, es un **enólogo** de muchos quilates de formación que conjunta toda la capacidad técnica y profesional con unas dotes innatas para comunicar, para contagiar la **cultura de vino** a los que lo rodean.

Es el único **enólogo español** que es miembro de las comisiones técnicas más importantes de **España**; comisión expertos OIV, Comisión técnica FEV y comisión técnica PTV.

Desarrolla su trabajo de consultoría por todo el territorio español con diferentes **bodegas y denominaciones de Origen**.



La dirección de **bodega y la Enología** es una de sus tareas principales en **Bodegas Hispano Suizas**, pero el siglo XXI exige también esta otra dimensión: comunicar lo que se hace y conseguir que el auditorio, de la vis a vis al masivo a través

de los medios de comunicación, asuma que el **vino** es mucho más que una bebida o un alimento.

El **vino es cultura** y, bajo ese parámetro, el **enólogo**, como profesional responsable del producto que llega al público al final, debe ser **artesano**, pero también tener alma y corazón de artista. Y en **Pablo Ossorio** estas características confluyen.

Marc Grin

Y tercera columna, sin olvidarnos de muchas personas que contribuyen también a que estos vinos alcancen el prestigio que tienen a nivel nacional e internacional, **Marc Grin**, que es la persona que se encarga del diseño de la imagen corporativa de **bodegas Hispano+Suizas**.

Siempre relacionado con el mundo del vino y las bodegas, comenzó su andadura en la exportación de la mano de una gran **bodega** valenciana de **origen suizo**.

Cuando el proyecto **Hispano+Suizas** estuvo maduro en 2006, combinó la labor de **bodeguero** con la comercialización a nivel nacional.

Hoy se ocupa de la **Exportación de la Bodega** combinándolo la dirección de Bodegas Murviedro. Originario de cantón de Vaud, cantón francófono de **Suiza**, es la parte helvética de este proyecto.

El sector del vino se conjura para digitalizar y exige que

Los fondos de la UE llegan a las pymes

El sector del vino español considera que la digitalización es una parte clave de su futuro y se ha conjurado para afrontar esa transformación tecnológica, un proceso para el que necesitará aprovechar los fondos europeos y en el que exige a las administraciones que se canalicen las ayudas también a las pymes.

[Efeagro](#)

Éste ha sido el principal mensaje trasladado este miércoles en un foro organizado por la [Federación Española del Vino](#) (FEV) sobre digitalización y que ha reunido de forma presencial en Madrid a autoridades, bodegas y empresas tecnológicas.

La llegada de los fondos del [Plan de Recuperación](#), Transformación y Resiliencia ha centrado el debate, ya que los bodegueros han reclamado que el diseño de las ayudas facilite su acceso a pequeñas firmas **ante el temor de que se queden fuera.**

La parte empresarial ha instado a las administraciones a garantizar esa distribución “*capilar*” de las ayudas, y para ello han incidido en que es clave simplificar los **procedimientos.**

Una de las palabras más repetidas durante la jornada ha sido la de “*oportunidad*” debido a la citada inyección de fondos, y se ha insistido en que ese tipo de apoyo tiene un carácter puntual y no estará para siempre.

Los ponentes han coincidido en que digitalización y sostenibilidad van de la mano y han recordado que la transformación tecnológica abarcará el ámbito del viñedo -para

averiguar por ejemplo cómo mejorar los rendimientos o evitar los efectos del cambio climático-, la comercialización -vendiendo directamente al cliente- y la producción **-con herramientas de calidad y trazabilidad-**.

El director general de la FEV, José Luis Benítez, ha defendido el papel *“fundamental”* que pueden jugar las asociaciones patronales para hacer de interlocutores con la Administración y también con las empresas ante la previsible *“avalancha”* de proyectos que optarán a las ayudas.



Director general de la FEV, José Luis Benítez

*“Muchas de las herramientas no son aplicables en las empresas más pequeñas si no se escalan para que sean digeribles en estructuras que no tienen demasiados recursos o **un conocimiento previo**”,* ha precisado por su parte el presidente de la entidad, Emilio Restoy.

El responsable patronal ha hecho hincapié en que el sector no podrá *“subsistir”* si no se digitaliza, un reto complejo debido a que el vino cuenta con un tejido productivo *“extremadamente*

atomizado”, con más de 4.000 bodegas en España.

El ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, ha destacado la *“fuerte reacción”* del sector del vino al impacto de la pandemia y le ha instado a *“aprovechar las oportunidades”* que se presentan **gracias a los programas de ayudas.**

“Es un momento especial, de recuperación (...) El sector agroalimentario ha sido punta de lanza tanto de la resistencia como de la recuperación económica”, ha defendido.

Como ejemplo, ha citado al sector vitivinícola, que durante los últimos meses ha sobrevivido a dificultades como la caída del consumo en hostelería asociado a la covid-19, el Brexit o los aranceles que impuso Estados Unidos a productos de origen español.

“Ahora hay que dar al cliente lo que quiere antes incluso de que él lo sepa”, ha señalado durante su intervención el que fuera consejero delegado de El Corte Inglés, Dimas Gimeno, quien ha recomendado a los bodegueros *“quitarse a los distribuidores e intermediarios que no aporten valor”*. Además, ha incidido en que las compras físicas y las virtuales son compatibles y ha descartado el apocalipsis del comercio tradicional, aunque ha de reinventarse.



El sector del vino se conjura para digitalizar y exige que los fondos de la UE lleguen a las pymes. Foto: Efeagro

En este sentido, **el responsable de Glovo** para la zona centro y norte de España, Ramón López-Doriga, ha recomendado a las bodegas no perder de vista el auge de aplicaciones como la suya, que reparten pequeñas cestas de la compra en diez minutos desde tiendas cerradas al público ("*dark stores*").

"Sobre todo es interesante para llegar al consumidor joven, al cual hay que incorporar a la cultura del vino. La cerveza y los destilados tienen recursos y ya trabajan eso intensamente", ha subrayado.

Entre las bodegas participantes en el foro, la representante de la familia Torres ha recordado que no en todas las zonas rurales donde están presentes las empresas del sector hay conexión a internet, mientras los responsables de Franco-Españolas han exhortado a "no caer en el error de invertir en algo sólo porque den subvención" y **abogan por seguir una hoja de ruta.**

Pedro Ruiz, consejero delegado de Alma Carraovejas, ha

apostado por mejorar “la experiencia de compra” con las herramientas tecnológicas en un mundo en el que cada vez “hay más bodegas y más competencia”, y su homólogo en Bodegas Matarromera, Carlos Moro, ha advertido del riesgo que existe de digitalizar la fase de producción sin afrontar al mismo tiempo la transformación de la fase anterior, en el viñedo.

Vidadillo – de variedad del olvido a vino de prestigio

[Anastasia Benita](#)

[Viñedos y bodegas Pablo](#) es una bodega familiar situada en Almonacid de la Sierra -Zaragoza, dentro de D.O.P Cariñena y de gran tradición vitivinícola, cuyos orígenes datan de mediados de siglo dieciocho, cuando sus antepasados excavaron a mano la bodega subterránea que supuso la génesis de la actual bodega.

En aquellas cuevas, que todavía existen hoy pero no dedicadas al que fue su uso durante mucho tiempo, instalaron grandes cubas de madera con una capacidad de entre 5.000 y 6.000 litros

Cultivan sus propios [viñedos](#), unas 100 Ha, con variedades principalmente autóctonas como la **Garnacha tinta** y blanca, la Cariñena y la Vidadillo, perfectamente adaptadas a su terreno y climatología



En este artículo ponemos especial interés en la única, escasa y recuperada variedad **Vidadillo** que es autóctona de la localidad, de la que existen muy pocas hectáreas y que se localizan en Almonacid de la Sierra, la mayoría de ellas propiedad de la **bodega**.



Vidadillo – de variedad del olvido a vino de prestigio

Vidadillo, regala la máxima expresión de terruño y **microclima**, donde los taninos y la **acidez** equilibrada juegan un papel fundamental en la guarda de este fantástico vino. La perfecta adaptación de la variedad al terreno, el microclima, la complicidad del sol, la luz, la diferencia de **temperaturas** entre el día y la noche y la escasa pluviometría son fundamentales en la determinación de la calidad de los vinos esta bodega.

Sin duda ha sido gran placer conocer y disfrutar de [monovarietal](#) de vidadillo, una experiencia nueva en el mundo **vitivinícola** tan profundo y sentimental.

Nota de cata

Es un vino tranquilo de color granate intenso de capa alta. Nariz: con aroma atractivo a higo maduro, pimienta negra, moras, ciruela pasa, especiado, balsámico y chocolate negro ... muy expresivo e intenso. Boca: equilibrado con tanino maduro e integrado, buen cuerpo. Abocado, redondo apetecible ... Pos gusto aromático y de gran finura, largo y persistente. Se re recomienda abrir 30 minutos antes de degustarlo para percibir todo bouquet aromático de vidadillo.

Maridaje: carnes rojas, todo tipo de guisos, parrillada de verduras.

Alemania apoyará la petición de España y 13 países de ayuda al sector del vino

Alemania va a sumarse a la petición de España, Francia, Italia y otros once países que reclaman más ayudas al sector del vino, “muy afectado” por el impacto de la crisis provocada por la pandemia de Covid-19, dijo este lunes el ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas.

[Efeagro](#)

El sector ha sufrido especialmente el impacto de la pandemia porque *“los vinos de calidad tienen en el sector Horeca (restaurantes, hoteles y cafeterías) uno de sus clientes fundamentales”*, señaló Planas en declaraciones a la prensa, antes del inicio de un Consejo de ministros de Agricultura y Pesca.

El tema se abordará el martes por la tarde al término del Consejo, indicó.

En particular, explicó el ministro, se ha pedido a la Comisión Europea que no haga como el año pasado, es decir, utilizar para estas medidas de crisis *“los fondos de programa de vino, que son para la modernización y competitividad”*.



Alemania apoyará la petición de España y 13 países de ayuda al sector del vino

En su lugar, los firmantes de la declaración **abogan por “cantidades suplementarias”**, que no se basen en la reserva de crisis, sino sobre la base de cantidades no ejecutadas *“para poder dotar de ayuda suplementaria al sector”*, dijo.

“Durante el fin de semana hemos sabido que Alemania también va a apoyar también en el Consejo la petición” ya respaldada por 13 países, señaló Planas, que consideró que sería *“una muestra de sensibilidad”* de la Comisión Europea acceder a la petición.

Los ministros de Agricultura de la Unión Europea (UE) se reúnen hoy y mañana en Bruselas para abordar este y otros temas de Agricultura y Pesca.



España presentará una **declaración conjunta con Austria, Bulgaria, Croacia, Chipre, República Checa, Francia, Grecia, Hungría, Italia, Malta, Eslovaquia, Eslovenia y Rumanía.**

En ella, se explican *“las dificultades que está atravesando el sector y se solicita con carácter urgente la movilización de los fondos adicionales necesarios para acompañar la actual prórroga de medidas extraordinarias”*, según un comunicado del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.