

Los Premios Verema: Reconociendo la Excelencia Vitivinícola Española y el Valor de los Vinos Canarios

En el competitivo y sofisticado mundo del vino, los [Premios Verema](#) se han consolidado como un referente de calidad y prestigio en **España**. Este evento anual, que cuenta con más de una década de trayectoria, no solo premia la excelencia de los productos, sino que también reconoce las tendencias emergentes y los proyectos **innovadores** que están transformando la industria.

Con una participación que supera los **300.000** votos en su edición más reciente, los Premios Verema son un termómetro que mide el pulso del mercado y una plataforma que conecta a consumidores, expertos y productores.

Los Premios Verema

Este certamen abarca múltiples categorías que celebran tanto a los vinos tintos, blancos, espumosos y rosados como a iniciativas de sostenibilidad y educación **enológica**. Cada una de estas categorías refleja el compromiso de **Verema** con una industria en constante evolución y su esfuerzo por destacar las mejores prácticas que marcan el camino hacia el futuro.



La Importancia del Premio al Mejor Distribuidor/Importador del Año

En un ecosistema donde cada eslabón de la cadena es crucial, el galardón al **Mejor Distribuidor/Importador del Año** adquiere un significado especial. Los distribuidores son mucho más que intermediarios; son los **curadores** que conectan la excelencia **vinícola** con los consumidores. Este premio reconoce no solo la capacidad logística y operativa, sino también la habilidad de identificar, seleccionar y promover etiquetas que representan lo mejor de **la enología**.



El reconocimiento a un distribuidor de esta categoría implica:

Validación de la excelencia operativa: Certifica la capacidad de manejar de manera impecable los procesos logísticos, asegurando que cada botella llegue en perfectas condiciones al consumidor.

Reconocimiento a la curaduría: Los distribuidores galardonados destacan por seleccionar con criterio vinos que enriquecen el panorama vinícola nacional e internacional.

Incremento de la visibilidad: El sello de los Premios Verema abre puertas a nuevas colaboraciones y oportunidades comerciales, tanto con bodegas como con clientes internacionales.

Fomento de la educación vinícola: Muchos distribuidores destacados organizan catas, eventos y actividades formativas que elevan el conocimiento del [vino](#) entre consumidores y profesionales.



Impacto en las tendencias del mercado: Al ser premiados, estos actores se posicionan como líderes de opinión, influyendo en los hábitos de consumo y ayudando a introducir nuevas etiquetas y regiones en el mercado. Este galardón, por tanto, trasciende el reconocimiento individual y se convierte en un motor para la innovación y la excelencia en toda la industria.

El Gusto por el Vino: Embajador de los Vinos Canarios

Entre los nominados de este año al premio al Mejor Distribuidor/Importador del Año destaca [El Gusto por el Vino](#), una distribuidora y **vinoteca** con sede en **Tenerife** que ha jugado un papel crucial en la promoción de **los vinos canarios**. Esta nominación pone en valor la importancia de los distribuidores regionales en un panorama que, a menudo, favorece a las grandes etiquetas internacionales.

El Gusto por el Vino ha sabido destacar gracias a su enfoque en tres pilares clave:

Promoción de los vinos locales: Las Islas Canarias, con sus suelos volcánicos y microclimas únicos, producen vinos de características excepcionales. Distribuidores como **El Gusto**

por el Vino han logrado llevar estas **joyas enológicas** a un público más amplio, tanto dentro como fuera de **España**.

Diversificación del mercado: Su catálogo no solo incluye vinos canarios, sino también una selección meticulosamente curada de etiquetas nacionales e internacionales, garantizando una oferta variada que satisface a los paladares más exigentes.

Educación y cultura del vino: A través de catas, visitas guiadas y eventos educativos, El Gusto por el Vino fomenta un mayor conocimiento y aprecio por el vino, acercando al consumidor a la riqueza y complejidad de esta bebida milenaria.

Los Vinos Canarios: Un Patrimonio que Brilla con Luz Propia

La nominación de El Gusto por el Vino también pone de relieve la creciente relevancia de los vinos canarios en el panorama nacional e internacional. Las Islas Canarias cuentan con una rica tradición vitivinícola que data de hace más de cinco siglos, siendo sus viñedos algunos de los más antiguos de Europa.



Factores como la altitud, la influencia de los vientos alisios y la diversidad de sus terroirs volcánicos hacen de los vinos canarios una experiencia única. Cepas autóctonas como la **Listán Blanco**, el **Malvasía Volcánica** o el **Vijariego Negro** ofrecen sabores y aromas inigualables que transportan al consumidor al corazón de **las islas**.

Distribuidores como **El Gusto por el Vino** han sido clave en la valorización de este patrimonio, promoviendo **vinos** que no solo destacan por su calidad, sino también por su capacidad para contar una historia: la historia de las islas, su gente y su pasión por la tierra.

Un Brindis por la Innovación y la Tradición

Los Premios Verema no son solo un reconocimiento al presente, sino una apuesta por el futuro del vino. Al destacar a distribuidores como **El Gusto por el Vino**, este certamen subraya el papel esencial de los actores regionales en la

construcción de una industria más diversa, inclusiva y de calidad.

La presencia de los vinos canarios en estos premios es una muestra del potencial que tiene este territorio para posicionarse como un referente enológico a nivel mundial. Gracias a iniciativas como los **Premios Verema** y al trabajo incansable de distribuidores comprometidos, el **vino español** –y en particular el **canario**– continúa brillando en copas de todo el mundo, **conquistando paladares** y corazones.

Un brindis por el vino, por su historia y por el futuro que aún nos queda por descorchar.

José Moro, un viaje alrededor del vino con la bodega Cepa 21

Es una persona dinámica, siempre viajando alrededor del **vino**. Por más lejos que se encuentre le basta un suspiro hondo y regresar a su tierra, a la vista de los **viñedos**, para realimentar su pulso vital desde la raíz.

José Moro (Pesquera de Duero, Valladolid, 1959), presidente y cabeza visible de la **bodega** Cepa 21, estuvo presente en cuerpo y alma en la **The Wine Gallery**, la cita [organizada](#) por **El Gusto por el Vino**, que valora por su condición de punto de encuentro:

“En un mundo tan cambiante, en el que las redes sociales, la inteligencia artificial y tantos otros elementos pretenden [sustituir](#) los modos de comunicación de las personas, creo que o todavía es absolutamente imprescindible verse, tocarse,

sentirse... “.

José Moro

De ahí que considere fundamental el roce entre **bodegueros**, clientes, [vendedores](#), distribuidores, ese trato directo con quienes representan el **último eslabón** de la cadena.



José Moro

El Bodeguero...José Moro

“Después de estar luchando para sacar un **vino**, el hecho de poder conocer a la gente que está dando la cara por el producto, a quienes lo ofrecen en sus **restaurantes** y al **cliente** final es algo que no tiene precio. Creo que es básico y no sé si las nuevas formas de **comercialización** desembocarán en la pérdida de estas oportunidades”.

A manera de primer balance sobre este encuentro, que ya ha marcado en sus futuros calendarios, destaca la profesionalidad

de **Toño Armas** y su equipo. “Todo ha estado cuidado, hasta el más mínimo detalle, y con la presencia de una **clientela de auténtico lujo** que se ha preocupado por conocer las novedades, a través de un elenco de las **bodegas** más importantes en el panorama **vitivinícola** nacional”. Y concluye: “Él (**Toño Armas**) se puede sentir orgulloso por el trabajo que ha hecho y nosotros también, porque nuestro objetivo, el de llegar al **consumidor final**, se ha logrado”.



José Moro sostiene que **Cepa 21** se encuentra en un momento importante, en fase de crecimiento y destaca que el **mercado canario** está acogiendo bien sus **vinos**: “Estoy muy contento. Ha habido un feeling muy especial con el **consumidor**. Ahí está el trabajo de cercanía y, sobre todo, el hecho de contar con un producto que se identifica con el **consumidor**”.

La **bodega** ha emprendido un camino claro desde hace unos años con un cambio en la forma de hacer: unos **vinos** más frescos y elegantes, más complejos y finos, “y lo estamos consiguiendo, no se trata de simples adjetivos. Estoy sintiendo que es así”,

afirma. No es otra cosa que “hacer la marca y cambiar el estilo”, para lo que se debe estar muy atento a lo que demanda el **consumidor**. “Un **bodeguero** tiene que entender y atender cuáles son las tendencias”.

Las nuevas etiquetas

En esta línea, un hecho significativo ha sido el cambio de etiquetas. Las nuevas son el fiel reflejo de su filosofía: plasman escenas cotidianas de las labores del campo durante la infancia y la juventud de **José Moro** en la **Ribera del Duero** y cuentan la historia de la **viticultura castellana** tradicional. “Un **vino** de verdad tiene que empezar con una historia, desde la etiqueta”, subraya **José Moro**.

Hito. Cuando era niño corría entre las viñas y pararse frente a los hitos, desmontarlos y volverlos a montar. Los hitos son postes de piedra que delimitaban las parcelas o indicaban el camino.

Cepa 21. Es el recuerdo de aquellos días eternos en el campo acompañando a su padre, rodeado del viñedo.

Malabrigo. Expresa uno de los momentos que con mayor cariño guarda en su memoria, cuando se sentaba con su padre al pie de la vid a descansar tras una dura faena, cubiertos ambos con pellizas, y el viejo sacaba pan y jamón, lo cortaba y lo bajaban con unos buenos tragos de vino.





Horcajo. Es el nombre que se le da a la confluencia entre dos **cerros** o **laderas**. Para José representa viajar al pasado, cuando de niño veía a su abuelo trabajar **la tierra**.

La última **cosecha** “ha sido muy complicada”, dice con voz grave, acompañada por muchas lluvias y con una **merma** de peso de casi el 40%. “Ahora toca sacar la máxima expresión de lo que hay en **bodega** y ofrecerle al consumidor lo mejor de una **cosecha** que depende de un factor clave para el **terroir**, las condiciones meteorológicas”, pronuncia con decisión, mientras mira al norte, a **Galicia**, “a un **albillo** al que todavía tengo que cogerle el punto”. Y hablando de **blancos** confiesa que está enamorado de **El Bierzo** y de **Ribeiro**... “A ver si me quedan fuerzas para levantar ese proyecto...”, suspira.

El sabotaje a la bodega

Atrás va quedando ya el suceso del sabotaje sufrido por la **bodega**, cuando durante la madrugada del pasado 18 de febrero una persona encapuchada asaltó las instalaciones y vació tres

depósitos donde se guardaban **60.000 litros de vino** con un valor, según el **bodeguero**, de 2,5 millones de euros. En junio se detuvo a una persona como presunta autora de los hechos que fue puesta en libertad con cargos.

José Moro reconoce que lloró desconsolado, “pero la vida sigue y hay que ser positivo, y a pesar de la desgracia lo pudimos revertir”.



Desde el primer momento muchas personas de todo tipo (**restauradores, sumilleres**) así como instituciones, le demostraron su cariño y solidaridad. El hecho de contarlo al mundo provocó que la noticia se viralizara en redes.

“La forma de ver **los vinos** y **la bodega** ha beneficiado al conocimiento de la marca y eso ha derivado en que se prueben más”, admite, y recurre a la inteligencia emocional tirando de esa frase que dice que todo lo que pasa sucede por algo. “Al principio me costó encajarlo, pero ya lo voy entendiendo”.

Lo cierto es que también existe gente que entiende que aquello fue un montaje para promocionar la **bodega**: “Han malmetido con cosas que estaban fuera de lugar, diciendo barbaridades de mí,

que no coinciden con lo que realmente ocurrió”.

José Moro

El Gusto por el Vino descorcha el champán Joseph Perrier

Sucedió en los momentos previos al sensacional encuentro de la Eurocopa entre España y Francia. El equipo de **El Gusto por el Vino**, capitaneado por **Toño Armas**, goleó y lo hizo con una cata de altura, tanto por el terreno de juego elegido, el área **Cielo 13 del Hotel Innside Tenerife by Meliá**, en la santacrucera calle de El Pilar, como por el [tridente](#) ofensivo que alineó: **Cuveé Royale Brut de Blancs**, **Cuveé Royale Brut Rosé** y **Cuveé Royale Brut**, productos todos ellos de la fértil cantera de Joseph Perrier.

El Gusto por el Vino

La vinoteca de la avenida San Sebastián se ha convertido en la sede canaria de esta magnífica selección de champanes -hasta diez Cuveés-, productos de una bodega nacida en 1825, que cumplirá el próximo año su segundo centenario bajo la tutela de la sexta generación familiar, el dúo padre-hijo formado por Jean-Claude y Benjamin Fourmon.



Esta *Maison* siempre ha permanecido fiel a su tradición internacional (exportando el 70% de sus botellas) y a sus valores fundacionales: arraigo en una ciudad, champán de calidad, autenticidad y dominio de los *savoir-faire* seculares implementado en 23 hectáreas de viñedos en propiedad.

La cata fue dirigida por Maxence Badré Max

Export Sales Manager de esta casa, quien presentó en sociedad tres referencias: **el Cuvée Royale Brut Blanc de Blancs**, esencia y elegancia, con 36 meses de envejecimiento en cava y

elaborado únicamente con **chardonnay**; **Cuvée Royale Brut Rosé**, perfumado con aromas afrutados, y **Cuvée Royale Brut**, elaborado con chardonnay y pinot noir al que se define como la verdadera expresión del estilo de la casa.

En el banquillo quedaron referencias como **Cuvée Royale Brut Nature**, reflejo de la autenticidad y toda la pureza de la naturaleza; el **Cuvée Royale Brut Vintage 2013**, también elaborado con pinot noir y chardonnay, un champán elegante y dorado, además de **La Côte à Bras 2013 Blanc de Noirs Brut Nature**, elaborado con **pinot noir**, lo que le concede unas características únicas como su aspecto a oro viejo, y Josephine 2014, definido como la promesa de la elegancia y la complejidad.



España se ha posicionado como uno de los mercados emergentes de champán, de ahí que no resulte casual la alianza entre **Joseph Perrier y Emilio Moro**. Así, bajo el lema “Compartiendo valores, creceremos juntos”, la bodega vallisoletana se ha propuesto seguir creciendo y ampliando fronteras, compartiendo con los vecinos franceses historia y valores: la familia, la tradición y la excelencia.

Joseph Perrier ha conseguido grandes

hitos en sus casi dos siglos de historia como ser el champagne oficial de la corte inglesa. Es sin duda, uno de los mejores productores, apreciados por expertos y entusiastas en todo el mundo, consiguiendo grandes reconocimientos de prestigiosas revistas internacionales como James Suckling o Wine Enthusiast.



Con este acuerdo, **Bodegas Emilio Moro** se convierte en el

distribuidor oficial en España de los productos **Joseph Perrier**. Se trata de siete referencias únicas y especiales, con personalidad propia y con una calidad contrastada.

Bodegas Emilio Moro amplía su [gran oferta](#) de excelentes productos: “Teníamos claro que tenía que ser un champán de gran calidad, pero, sobre todo, queríamos elegir una maison con la que compartiésemos valores e historia. Este acuerdo nos va a hacer más fuertes para seguir ofreciendo a nuestros clientes la máxima calidad y conseguir éxitos juntos”.