vidavidvino

NÚMERO SEIS. DE NOVIEMBRE DE 2013 A MAYO DE 2014



TINTILLA DE ROTA
RECUPERACIÓN DE LA MEMORIA PERDIDA

NUTRICIÓN
LA DOCTORA ANA LUZÓN Y SU DIETA GOURMET

SHERRYMASTER
LA APUESTA DEFINITIVA POR LOS VINOS DE JEREZ

FRAGANTIA
NUEVAS SENSACIONES BAJAS EN ALCOHOL

CAVA
DE PRINCIPIO A FIN

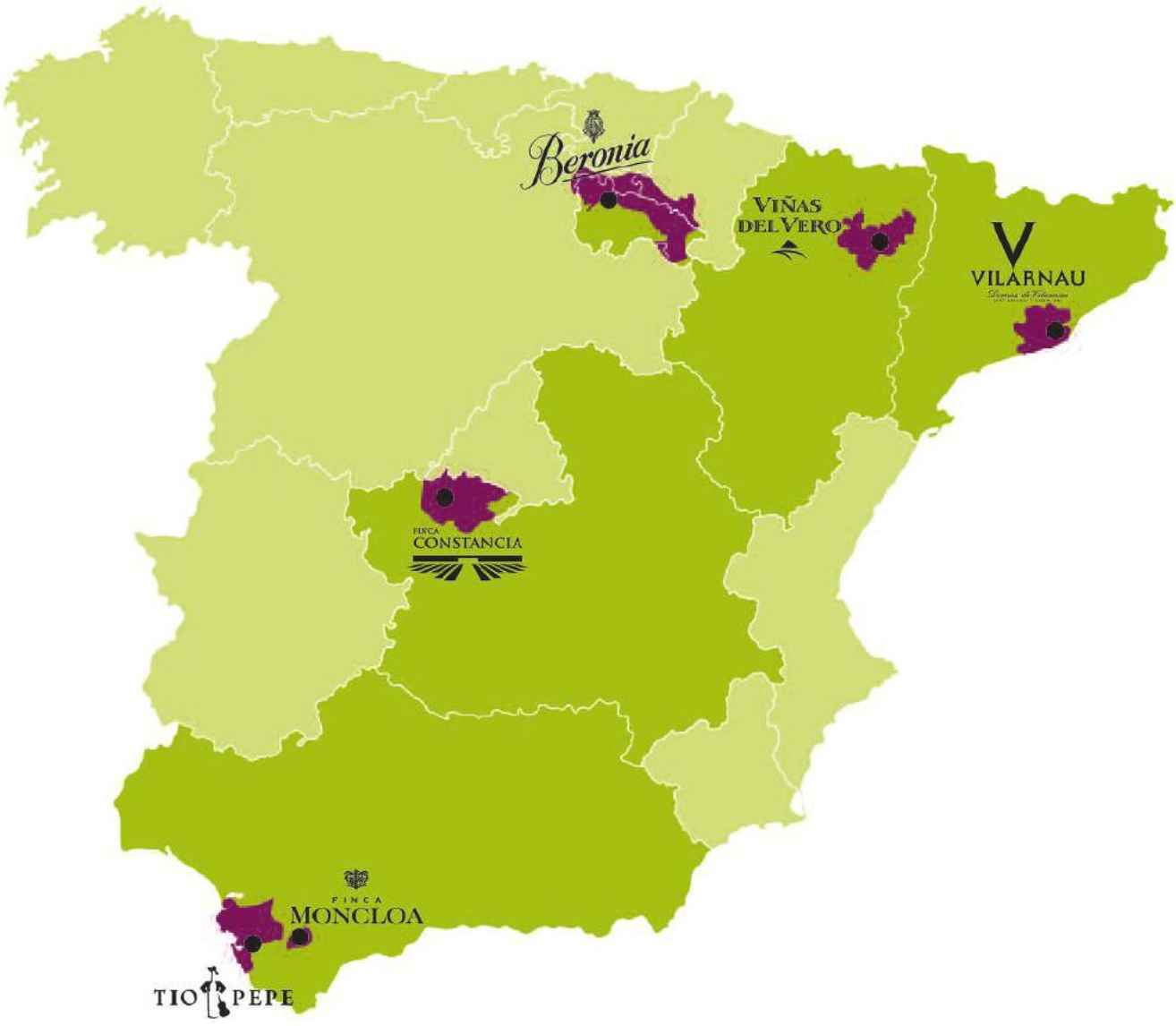

BERONIA.
LA TIERRA ANTERIOR A LA RIOJA.
Hemos esperado 40 años para ofrecerte este vino. Beronia Viñas Viejas, un homenaje al 40 aniversario de la primera vendimia. Vino elaborado con las viñas viejas que ya se encontraban en la finca cuando fundamos nuestra bodega.
BODEGA PREMIADA AÑO TRAS AÑO
WINEinMODERATION.eu
Art de Vivre
El VINO sólo se DISFRUTA con MODERACIÓN


OLLAURI - ESPAÑA
B
973
40 VENDIMIAS
Beronia
2010
RIOJA
Denominación De Origen Calificada
Product of Spain
Beronia Viñas Viejas
Cuidada selección de las Viñas Viejas,
plantadas hace más de 40 años.
1973-2013
www.beronia.com
www.tiendaberonia.com

González Byass

Desde 1835

Familia de Vino



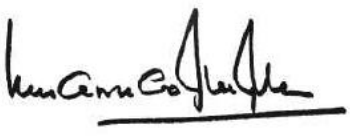
LA UNIVERSALIDAD DE LOS VINOS

Siempre he pensado que los vinos tienen alma universal y una gran capacidad de traspasar fronteras. Su versatilidad les permite, según su estilo, ser el acompañante ideal para cualquier tipo de cocina o sabor, por muy diferente que éste sea. En definitiva, hay un vino para cada ocasión, y en ésta, el protagonista es el cava.

Afortunadamente, la cultura del vino se extiende por todo el mundo y es fácil comprobar el interés que despierta en cualquier latitud. El vino es reflejo de la historia y costumbres de cada zona, desde la forma de cultivar la vid, hasta el diseño de las etiquetas para el producto final. Todo refleja carácter e identidad. Por eso resulta tan interesante practicar el enoturismo gastronómico; el que permite disfrutar de todos los detalles que hacen de cada región un rincón diferente, especial. Es el que, desde Vida Vid Vino, se propone número tras número, descubriendo cocineros, restaurantes, materias primas, platos y vinos que merecen una recomendación.

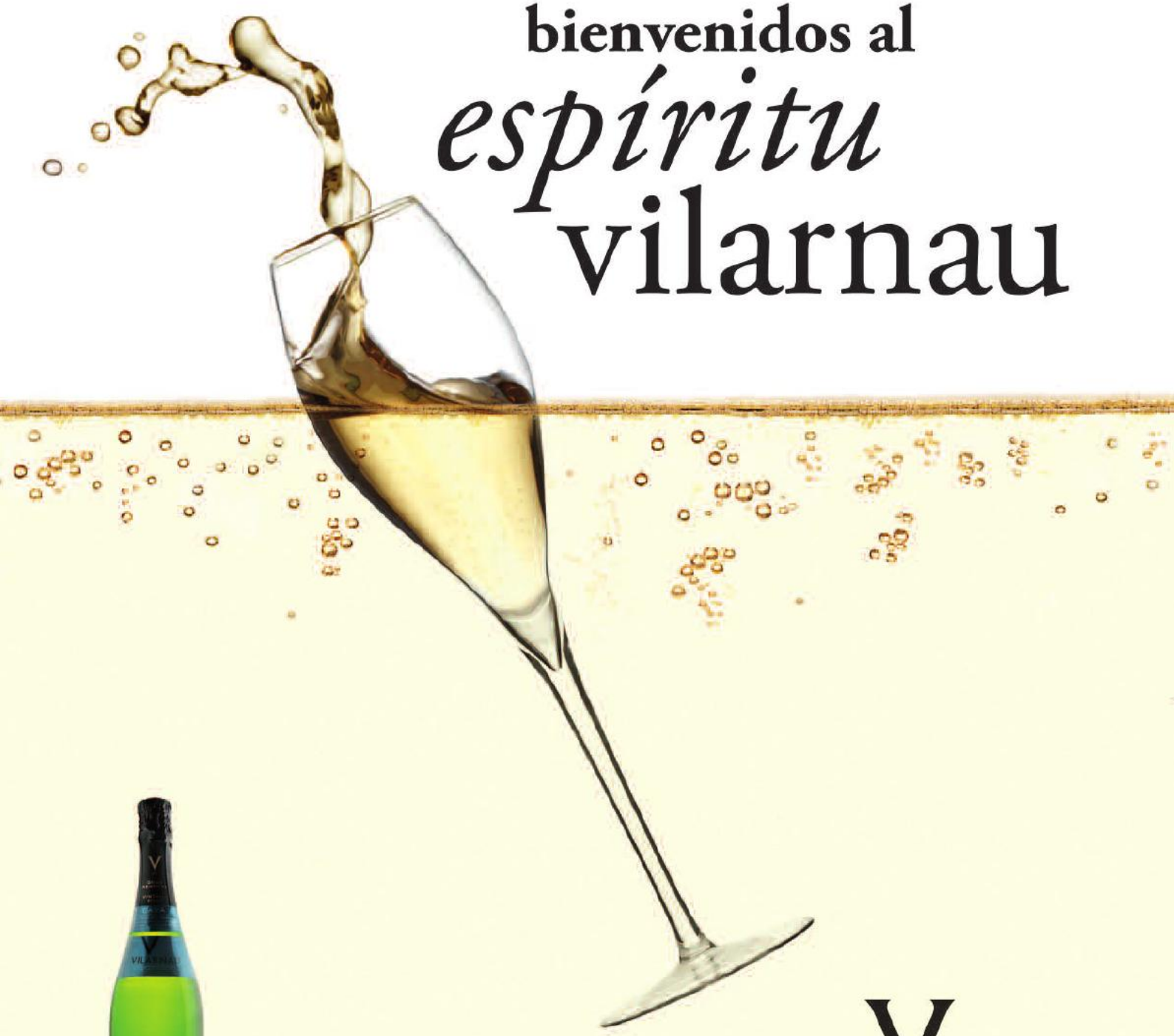
A este respecto, dos propuestas muy interesantes: Tintilla de Rota, de Finca Moncloa, un vino dulce natural de una variedad casi perdida y recuperada gracias a la labor de investigación del CIDIMA de González Byass. La segunda, Fragantia Nº 6 y Nº 9, de Finca Constancia, unos vinos bajos en alcohol, frescos, jóvenes, divertidos y burbujeantes.

Quiero terminar estas líneas con un recuerdo póstumo a mi padre, Mauricio González-Gordon Díez, miembro de la cuarta generación de la familia, que dedicó buena parte de su vida a la cultura del vino. Convencido de la importancia del conocimiento, impulsó la creación del primer centro de investigación enológica privado de España, en González Byass. Siempre entendió al vino como elemento que ayuda a acercar a las personas, objetivo al que dedicó energía y pasión, tanto fuera como dentro de la familia. A él van dedicadas estas páginas, desde el afecto y la admiración.



Mauricio González-Gordon, Presidente de González Byass.

bienvenidos al *espíritu* vilarnau





El espíritu de la tierra, de nuestra gente. En Vilarnau respetamos la tradición y el medio ambiente. Este es nuestro espíritu, el que hace que nuestros cavas, elaborados con mimo y esmero, se conviertan en pequeños tesoros con los que compartir emociones. **Únete al espíritu Vilarnau y ven a conocernos, te obsequiaremos con una cata de nuestros mejores cavas.**

V
VILARNAU
tu cava







Cavas Vilarnau. Ctra. Espiells, km 1,4. 08770 Sant Sadurní d'Anoia. Barcelona | Tel. 938 912 361 | vilarnau@vilarnau.es | www.vilarnau.es

WINE in MODERATION .eu

Síguenos en:

SUMARIO

NÚMERO SEIS. DE NOVIEMBRE DE DOS MIL TRECE A MAYO DE DOS MIL CATORCE









08. El cava a la mesa.

18. Noticias. Sector vino.

22. I Sherrymaster by TIO PEPE.

30. Cata a Cata: Miquel Sen, Pedro García Mocholí y el vino dulce de Cádiz Tintilla de Rota.

34. Recetas con historia y cuatro cocineros de Madrid.

40. La dieta gourmet. Ana Luzón pone en práctica su método de salud.

48. La taberna del Volapié. Desarrollo de negocio.

50. Destilados: Lepanto Aurum, The London Nº1 perfect serve y cócteles con Chinchón.

56. *Online*: Gonzálezz Byass en Internet.

60. Entrevista Out al diseñador de moda Fernando Lemoniez.

64. Solera 1847 y queso de cabra Payoya.

66. Comer y beber: Bar Juanito, Venta Moncalvillo, Abantal y La Sopa Boba.

78. Análisis de Mercados: nuevos vinos para nuevos mercados.

84. Estilo de vida. Novedades editoriales.

86. Vino y protocolo.

88. Lanzamientos: Fragantia Nº 6, Fragantia Nº 9 y Els Capricis de Vilarnau.

92. A propósito del vino: el papel de los medios de comunicación en el boom del vino.

96. Comunicando.

FOTOGRAFÍA PORTADA DE ©MONSCLUB

AGRADECIMIENTOS A LA FRUTERÍA KIKE, PESCADERÍA ERNESTO PRIETO, A LA JAMONERÍA JAMÓN Y PUNTO Y A FRUTAS CHARITO, DEL MERCADO DE CHAMARTÍN (MADRID).

CAVAS LARGO RECORRIDO

El cava es un vino que acompaña perfectamente un menú completo. El trabajo de los enólogos en la última década ha evolucionado en paralelo al estallido de la cocina y la variedad y complejidad de sabores propuestos hoy armonizan a la perfección con las burbujas y variedades de cavas. En este reportaje se catan cuatro cavas diferentes con grandes cocineros que cuentan con restaurante en Barcelona, para demostrar su comportamiento en largos recorridos y analizar su compenetración en la mesa.

Un reportaje de Javier Estrada,
con fotografías de ©mOnsclub.

El recorrido se incia en primera línea de mar, frente al paseo marítimo de Barcelona.

"La evolución de los cavas a secos y semisecos ha sido fundamental para su éxito gastronómico".

CARLES ABELLÁN es el director y chef del restaurante Bravo, del hotel W Barcelona. Su trayectoria profesional es más interesante que el relato de la mejor aventura. En 1987 ya formaba parte del equipo de jóvenes "medio locos" que leían libros de cocina francesa y discutían sobre puntos de cocción en Cala Montjoi. Ferrán Adriá reunía a Abellán y a un grupo mítico en el que también estaban Sergi Arola o José Andrés, entre otros.
Luego, con nombre propio y de la mano de Adriá, cocinó en el restaurante Talaia Mar, elevándolo a leyenda en Barcelona. Y así continuó proponiendo toda su creatividad hasta que una noche el Stone Mick Jagger entró a cenar en su restaurante Comerç 24 y poco después, le dieron su primera estrella Michelín. Las recompensas llegaron y los teléfonos comenzaron a quemar. Al final escogió el Hotel W Barcelona para abrir el restaurante Bravo (2009) y plantear otra genialidad: investigar la esencia de la cocina barcelonesa y servirla contextualizada desde un trabajo creativo y contemporáneo. Un restaurante que mira a Barcelona desde su situación privilegiada en el mar y desde su cocina.
Canelons de casa fonda, (traídos por los italianos a Barcelona en 1785); la Liebre; la Exqueixada de bacalao, el Arroz barcelonés, (también del siglo XVIII) con almejas, gambas y *sepietas* de playa; la Zarzuela; los Buñuelos del tío Melo; las Setas con *julivertada* o el Suquet de rape, son la estructura principal de la carta del restaurante Bravo.



Arroz de marisco con cava Vilarnau Gran Reserva Vintage 2009.
RESTAURANTE BRAVO.

"He elegido el Arroz barcelonés para comer con el cava Vilarnau Gran Reserva Vintage 2009 porque creo que contrarresta, da frescor y profundidad al plato, explica Carles Abellán.
"Personalmente creo que el cava se puede beber de principio a fin en cualquier comida, incluso se puede continuar con cava como copa. Para que esto suceda, ha habido una gran evolución de los cavas, que eran dulces o semidulces, cuando todavía se llamaban "champán" y han evolucionado hasta los semisecos y bien secos. Esto ha sido un componente fundamental para que el cava pase de acompañar a un postre, a participar en aperitivos, primeros y segundos platos. Si lo unimos a la evolución de la cocina y la multitud de propuestas, está claro que se ha ganado su lugar".

"El cava es un maridaje perfecto para casi todos los platos orientales"

TAMAE IMACHI, sumiller del restaurante Dos Palillos (2008), ha elegido maridar el cava Albert de Vilarnau fermentado en barrica con una anguila a la brasa. Comenta que el cava tiene estructura y en nariz se notan mucho las frutas blancas, almíbar y mermelada.
"Es un cava elegante y potente. En boca es seco y noto frutos secos, tostados y hierbas de monte bajo Mediterráneo.
Al final, diría que la sensación es de agradable amargura", declara Tamae.
El chef TAKESHI SOMEKAWA prepara anguila braseada sobre carbón, con salsa de su propia espina, azúcar moreno y *mirin*, condimento japonés parecido al licor de arroz.
"El toque dulzón de este plato se une con un sabor ahumado y caramelizado que combina muy bien con la fruta, los aromas del cava y su sequedad en boca", resume Tamae.
La filosofía de este restaurante oriental, donde se come en una barra de cara a una cocina abierta, se resume en el concepto de "tapas asiáticas" y la inspiración de unir las muchas recetas originales "de bocado" de Japón y China con el concepto de la tapa española.
"Las burbujas del cava, la frescura y el toque de hierbas mediterráneas combinan muy bien con las recetas orientales -continúa Tamae-. Mariscos, algas y verduras son los que mejor armonizan, pero también lo hacen las carnes y platos con salsas pesadas, porque el cava limpia y reduce la sensación de grasa. El cava es el maridaje perfecto para casi todos los platos orientales... También para pescados crudos, al vapor o a la brasa".

"Las burbujas del cava y el toque de hierbas mediterráneas combinan muy bien con las recetas orientales"

TAMAE IMACHI, DOS PALILLOS

ALBERT RAURICH dueño de Dos Palillos y ex jefe de cocina de El Bulli, contesta a la preguta sobre la presencia actual del cava en cualquier momento gastronómico: "el cava, al igual que la gastronomía, ha evolucionado mucho, o muchísimo. Enólogos y bodegueros han comenzado a hacer cavas añejos y cavas *de guarda*, lo que ha favorecido que pase de ser una bebida festiva a una realidad muy importante en la gastronomía actual. En Dos Palillos, el cava es, junto con el sake y algún vino blanco, lo que más se consume".
Preguntados mil y una vez por el mismo tema, Albert Raurich , deja claro: "nuestro socio es Camper. Pero lo que sí es cierto es que este proyecto se ha parido en las entrañas de El Bulli y se ha realizado y funciona con toda la ayuda y apoyo de Ferrán Adrià".

"Propongo muchas veces cava para toda la comida, pero todavía no lo veo culturalmente implantado".

Después de trabajar muchos años en diferentes restaurantes con una, dos y tres estrellas Michelín, el chef JORDI ESTEVE pensó que era hora de tener el suyo propio. Hace cinco años abrió NECTARI (queriendo unir bajo este nombre los conceptos de su cocina: color, olor y sabor), y el año pasado fue reconocido con una estrella Michelín, confirmando así que el camino elegido era el bueno.
En definitiva, una cocina mediterránea de calidad sin perder nunca de vista el producto y la creatividad del chef que, como él mismo dice: "llega hasta que respeta la esencia del género".
Jordi Esteve repite en su discurso el apoyo de su equipo y de su familia en la consecución de los éxitos alcanzados y en la importancia del día a día. Pero también lo es su potencial imaginativo y las buenas decisiones que ha tomado para que su cocina tenga identidad.
Son las flores, por ejemplo, uno de sus ingredientes fetiche. La flor del pensamiento la elige por su color y como sabor, por su acidez, prefiere la flor de la manzana. Disecadas, marinadas, como acompañantes e incluso estrellas de platos, como en la Ensalada Nectari, Esteve gira alrededor de las guardianas del néctar en muchos de sus platos.
El foie y el arroz son las dos materias primas donde más a gusto se encuentra.
Entre sus platos más interesantes de su última carta destacan la Anchoa ahumada con parmentier de escalibada, el Risotto de setas de temporada con jugo de ave, la Coquelet de Bresse con trufa o el San Pedro al estilo Nectari.
Catando un cava Vilarnau Rosado se le ocurrió hacer Las tres delicias del foie, una versión de un plato de su carta llamado Virutas de foie marinadas al momento con geleé de *Sauternes*.



Anguila braseada con cava Albert de Vilarnau fermentado en barrica.
RESTAURANTE DOS PALILLOS.





Arriba a la izquierda **Carles Abellán**, chef del restaurante Bravo. A su lado, **Takeshi Somekawa** chef del restaurante Dos Palillos.
Abajo a la izquierda, el chef **Jordi Esteve** montando el plato de Tres foies con gelatina de cava rosado en su restaurante Nectari.
Abajo a la derecha, los **hermanos Torres**, Javier -izquierda- y Sergio, preparando el Buey de mar hembra, en el restaurante Dos Cielos.







Las tres delicias del foie con gelatina de cava con Vilarnau Rosado.
RESTAURANTE NECTARI.

"Me ha gustado mucho este cava rosado porque tiene una burbuja bastante potente en boca, casi salvaje, pero cuando te pasa es muy suave y no marca nada la acidez", comenta el chef de Nectari.

En la cocina decidió cocinar con el Vilarnau Rosado: "pensamos que la potencia del carbónico podría contrarrestar muy bien con el graso del foie. La chispa del cava resaltaría un buen foie".

El plato consiste en una gelatina hecha con el cava, que está como base de un foie rebozado con pan negro y pimienta de Jamaica. Al lado, un foie caliente marcado en plancha con gelatina de cava y unas virutas de foie natural.

Como curiosidad, advertir su pasión por los vinos. Su carta tiene pequeñas notas propias escritas al margen que alertan de un vino con expresiones como "fantástico". También se considera un "maníaco" de las botellas exclusivas y se puede encontrar en su carta de vinos una botella de champagne edición limitada del Agente 007, que se fue a comprar a Harrods (Londres).

Jordi Esteve piensa que el cava, sin duda, es un vino de largo recorrido, que se puede comenzar y acabar bebiendo cava en cualquier menú, pero añade: "en sala propongo cava para toda la comida, pero es verdad que se bebe como aperitivo. Después, casi todos se pasan al vino tinto. Cuesta un poco. Todavía no lo veo culturalmente implantado.

Como anécdota contaré que a mí me gusta tanto el cava que hasta marido quesos con cavas con barrica", concluye.

"Empezamos y acabamos con cava, somos apasionados de este concepto".

En el piso 24 del hotel Meliá Barcelona Sky se encuentran los HERMANOS TORRES, los gemelos Javier y Sergio, en su restaurante Dos Cielos.

Un cava Vilarnau Brut Nature quiere jugar con su cocina creativa.

"Hemos pensado que, como se trata de un cava muy fresco y estamos en tempora del buey de mar hembra (elegido por su coral y la fuerza de sabor), juntaremos estos dos conceptos. Catándolo hemos visto que aguantaba muy bien".

El buey de mar se cocina con verduras y vino blanco. Se limpia y se mezcla con la cabeza y todo el coral.

Se emplata bajo un pan de algas negras cortado muy fino sobre el que sirven algas y flores. "En la memoria, un homenaje a Galicia, a su litoral de rocas negras, mucha alga y el animal", dice Javier Torres.

La esencia de Dos Cielos es ir a tocar la fibra sensible del comensal con el sabor, desde un proyecto muy personal en el que se preocupan de no recibir mucha influencia del exterior. Se trata de una cocina con una estrella Michelín que trabaja de "dentro hacia afuera", como explica Sergio. "Hacemos una cocina de sabor y producto. Además, nos gusta pasarlo bien, hacer equipo e investigar".

Su cocina es tan personal que hasta las técnicas utilizadas procuran inventarlas ellos, como la Gastrovac (una máquina que cuece en ausencia de oxígeno, consiguiendo la ebullición a 35º).

Entre los platos más interesantes de su carta actual, está la Ensalada de cochinillo ibérico, manzanas y begonias; el Arroz negro con espardeñas, cañaíllas y salicornia; las Tripas de bacalao con tendones y tabellas; la Cerceta, hojas de higuera y salsifí o el Bloque de buey curado en bodega.

En su cocina hay cierta predilección por las verduras y todo lo que sea producto de temporada. "Manda la naturaleza y nos adaptamos a lo que proponga", declaran los hermanos Torres.

En cuanto al cava y su realidad en la mesa, dicen rotundamente: "Nosotros empezamos y acabamos con cava, somos apasionados de este concepto y lo defendemos".

Los chefs Javier y Sergio Torres, del restarante Dos Cielos, eligieron maridar con el cava Vilarnau Brut Nature Reserva un buey de mar hembra con pan de algas negras y flores.



Buey de mar hembra con pan de algas negras. En la copa, cava Vilarnau Brut Nature Reserva.
RESTAURANTE DOS CIELOS.

DISTRIBUIDORES
CONSTRUCTORES DE MARCA

En una reunión en Barcelona, VidaVidVino se acerca a una parte más de los actores mundo del vino: los distribuidores. Además de preguntarles por las entrañas de su negocio, se les consultó acerca de la realidad del cava, desde su punto de vista como expertos.

Una mesa redonda del restaurante Dos Cielos sirve de escenario para una conversación que pretende arrojar más verdad sobre el cava y sus hábitos de consumo.
En la mesa, cuatro invitados ilustres que representan a dos empresas de distribución de vinos en Cataluña, Pere Varias y Sebastián Font, de Viscelania Comercial, y Antoni Villanova y Marcial Sevilla, de Uve-i Vinaters Distribució.
Los anfitriones, el equipo de Cavas Vilarnau, Damiá Deas, gerente y enólogo, Francisco Miralles, Gerente Comercial de Cataluña y Leticia Sánchez Lara, Jefe de Gabinete de Prensa de González Byass.

La primera cuestión se refiere al cava. **Marcial Sevilla** es el primero en asegurar que: "el cava es perfectamente capaz de recorrer y acompañar a cualquier menú gastronómico, también por la gran diversidad de cavas que se elaboran. Hay que abandonar el tópico de beber cava sólo en celebraciones y, por ejemplo, todos los restaurantes de Barcelona deberían proponer beber cava en toda la comida".
Francisco Miralles, continúa: "el cava tiene una ventaja que no tiene el vino y es que realmente puede empezar y terminar una comida, y esto es una realidad".
Antonio Villanova, explica: "que el cava termine siendo algo habitual en todo un menú es un tema de cultura y educación.
El cava es mediterráneo y somos pueblos que vivimos con temperaturas muy altas, por eso debería estar mucho más implantado. Creo que hay que hablar de complejos y de que no nos creemos nada de lo nuestro. Siempre tienen que venir de fuera para reconocérnoslo. Con esto hay que acabar, de la misma forma que los restauradores tienen que contestar a la pregunta de porqué una botella de cava con un precio en origen normal, el comensal la termina pagando a un precio disparatado, cuando con el vino esto no ocurre".

Pere Varias, interviene: "El cava no se consume en toda la comida ni en Cataluña, así que la idea de universalizar este concepto me parece muy complicada. Creo que el cava es y será un producto minoritario y creo que así debe ser. Si le quitamos el glamour al cava se queda en un vino blanco más. Creo que debemos emparentarlo más en concepto con el champagne. Cuando lo queramos cotidaneizar, perderemos la esencia del cava".
Sebastiá Font: "creo que ha sido un error desestacionalizar el cava por querer vender muchas cajas a un precio bajo. El consumo debe crecer y así lo hace por dos razones importantes: porque es una realidad que marida de maravilla con muchas comidas y porque las fiestas no son solamente Navidad y las bodas. Cada día hay un cumpleaños y cada día se puede descubrir cómo una ensalada armoniza con un Brut Nature. Pero es verdad, también, que la restauración ha distorsionado el producto en el "metro final", donde ni el productor, ni el distribuidor pueden controlar el precio".

CREER EN EL PRODUCTO

Tanto Viscelania como Uve-i están dirigidas por profesionales con más de 40 años de experiencia en la distribución de vinos. Distribuidores puros, que creen en una bodega y se unen en un proyecto para construir y luchar por una marca.
Francisco Miralles: "desde González Byass buscamos que nuestro distribuidor sea, además, nuestro socio y entienda y quiera al producto".
Sebastiá Font: "Posiblemente estemos en peligro de extinción porque el cliente quiere cada vez más un distribuidor único que le traiga de todo y nosotros en nuestro portafolio llevamos 40 o 50 bodegas frente a los que respondemos, vendemos y asumimos objetivos porque confiamos en ellos".



La entrevista se celebró en el restaurantes Dos Cielos, Barcelona.

Pere Varias.
Socio fundador de Viscelania.

Sebastiá Font Díaz.
Director Comercial de Viscelania.

Leticia Sánchez Lara.
Jefe de Gabinete de Prensa de González Byass.

Marcial Sevilla.
Socio fundador de Uve-i Vinaters Distribició.

Francisco Miralles.
Gerente Comercial de Cataluña de González Byass.

Antoni Villanova.
Socio fundador de Uve-i Vinaters Distribició.

Damiá Deas.
Gerente y Enólogo de Cavas Vilarnau.

Antonio Villanova: "somos los viejos roqueros de este tipo de distribución. Por nuestra trayectoria hemos vivido épocas cuando sólo había tres vinos importantes y el resto no tenía valor, el vino era una moneda especulativa y nada más. Afortunadamente, las bodegas lo comenzaron a hacer muy bien y las escuelas de sumilleres también. Pero ya sólo quedamos cuatro que disfrutamos vendiendo vino. Somos unos románticos que preferimos enardecer un vino a ganarle más dinero".

Sebastiá Font: "Casi todos los sumilleres tienen mucha decisión de compra y piden mucha novedad y rotación, igual que el cliente final".

Damiá Deas: "el sumiller es el brazo armado del enólogo, ellos son los que llegan al cliente y somos nosotros los que debemos contestar con investigación y nuevos productos. También es importante la pedagogía y la información para formar al consumidor, que se sigue haciendo mal".

Leticia Sánchez: "El sumiller es fundamental porque la cantidad de información sobre vinos no es asumible por el comensal".

NOTICIAS
SECTOR VINO

Redacción Vida Vid Vino

Productos gourmet en Internet

Según el estudio "Los compradores europeos de vino online", realizado por Vente- Privee, los compradores de vino por Internet realizan compras y gastan hasta 14 euros por botella. A diferencia de lo que sucede en los canales tradicionales, donde se buscan vinos con precios económicos, el comprador *online* busca más calidad en los vinos estando dispuesto a gastar más por botella.

Vino tinto para prevenir la obesidad

Un estudio científico, realizado por un equipo de investigadores de la Universidad Paul Sabatier de Francia y la Universidad española del País Vasco, revela que el vino tinto puede prevenir la obesidad. Este estudio demuestra que el resveratrol, una de las 41 moléculas conocidas presentes en el vino tinto, previene la obesidad bloqueando la absorción de las células grasas en el organismo.

González Byass y el Instituto Cervantes se unen para difundir la cultura española



Jorge A. Grosse (a la izquierda), Director General de González Byass, y Víctor Gª de la Concha, Director del Instituto Cervantes, se estrechan la mano tras firmar el acuerdo.

González Byass y el Instituto Cervantes firman un convenio de colaboración para la difusión y conocimiento de la cultura española en los 102 países en los que González Byass está presente, a través de diferentes iniciativas y actividades de carácter académico, cultural e institucional.

Para González Byass es una gran oportunidad llevar a cabo este proyecto con el Instituto Cervantes, ya que es vehículo de la internacionalización y difusión de la cultura española. Y esta misión de difusión y divulgación se encuentra también en la filosofía de este centro de la cultura, que desde 1991 ha exportado la cultura y lengua alrededor de todo el mundo.

El resultado, una colaboración que busca la expansión de la cultura española y en la que marcas, como Tío Pepe, pueden ayudar mucho dada la conectividad con la cultura española.

Los mercados internacionales reconocen la calidad del vino español

Las exportaciones de vino español se han incrementado, en valor, en torno al 9,8% durante los cuatro primeros meses de 2013, suponiendo un nuevo récord de facturación, por encima de los 2.500 millones de euros tal y como informa el ICEX.

Aunque la crisis mundial ha ralentizado el consumo de vino en muchos mercados, las exportaciones de vino español han sabido capear este trance y, durante los cuatro primeros meses de este año, las transacciones al exterior han aumentado un 9,8% en valor y con un alza del precio medio de venta del 32,2%, hasta los 1,38 euros por litro.

Según los últimos datos publicados por el Observatorio Español del Mercado del Vino, España ha vendido 586,6 millones de litros entre los meses de enero y abril, ascendiendo los ingresos hasta los 807,8 millones de euros, 71,8 millones más que durante el mismo periodo del año precedente y tras una subida de los precios estimada en 34 céntimos.

El período analizado entre enero y abril de 2013, se caracteriza por una menor venta de vino a granel y un repunte de las exportaciones de vinos con mayor valor añadido. La etiqueta española triunfa en todo el mundo y tiene un merecido reconocimiento en los mercados más exigentes, así como en los principales certámenes internacionales y medios de comunicación.

Fuente ICEX.

González Byass refuerza su posición en Estados Unidos

González Byass ha adquirido, a la multinacional Angelini Group, la importadora y distribuidora de vinos "Vin Divino Ltd", con sede en Chicago. De esta forma, González Byass, continuando con su compromiso de expansión del vino español en lo mercados internacionales, refuerza su posición en Estados Unidos, primer mercado mundial de vinos por valor y volumen.

Con esta adquisición, González Byass da un paso más en la estrategia de expansión internacional que contempla su misión y fija las bases para incrementar su presencia en este mercado clave. Ejemplo de su expansión internacional es la cifra de negocio de esta Familia de Vinos, que ya se sitúa por encima del 60% de su facturación.

Desde su fundación, en 1835, la vocación exportadora de González Byass le ha llevado a estar presente en 102 países en los que muestra la diversidad enológica de España, sin perder en ningún momento sus raíces jerezanas, como principal divulgador de los vinos de Jerez en el mundo.

Cuenta atrás para que el luminoso de Tío Pepe corone la Puerta del Sol



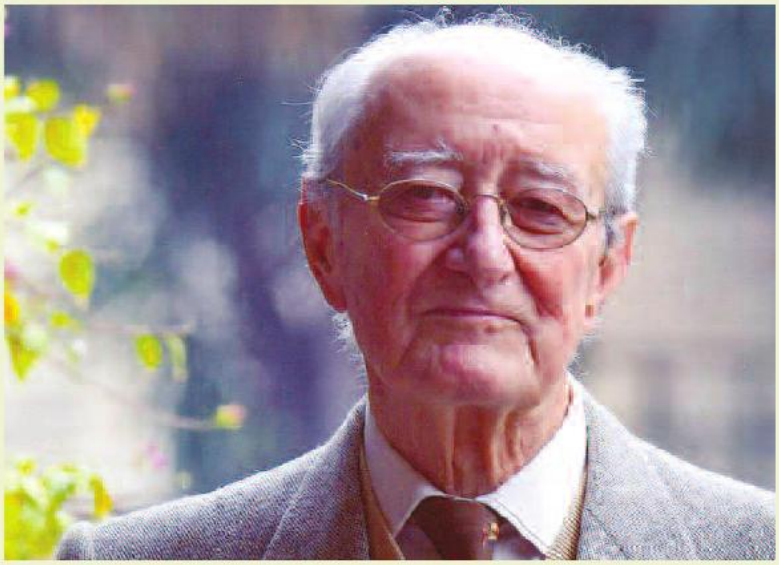
Momento de la restauración.

El Ayuntamiento de Madrid concede la Licencia que permite el comienzo de las obras de acondicionamiento para que el Luminoso de Tío Pepe se instale en Puerta del Sol número 11. Volverá rejuvenecido y adaptado a las particularidades de su nueva ubicación tras someterse a una minuciosa tarea de restauración. Las letras del luminoso lucirán como nuevas, tras haber sido lijadas, pintadas y con neones nuevos. Por otra parte, el peso de la estructura se aligerará mediante el uso de perfiles laminados tubulares huecos unidos mediante soldadura y anclajes sobre unos refuerzos que abrazan la estructura original del edificio sin alterarla.

Aunque serán las terceras Navidades sin el luminoso de Tío Pepe, ya queda menos para que este icono vuelva a formar parte de la imagen de la ciudad y recuperar, así, una de las postales más representativas del paisaje madrileño.

Fallece Mauricio González-Gordon Díez

Un caballero del vino



Hay personas que marcan época, definen prioridades y dejan una huella imborrable a su paso, siempre breve, por la vida. No suelen ser proclives al espectáculo, a la notoriedad mediática. Al contario, su lugar es el silencio riguroso del trabajo cotidiano donde forjan su leyenda. Así era Mauricio González Gordon, un hombre de exquisita educación inglesa, sobrio, abierto, de inmensa humanidad y gran preocupación medioambiental. Su fuerte personalidad se imponía suavemente, como un buen vino generoso, sin avasallar, convenciendo sin vencer. Yo le conocí todavía en activo, aunque ya planeando su discreta retirada de la máxima responsabilidad en González Byass. Me conquistó al primer intercambio de opiniones. Siempre he pensado que la mayor virtud del sabio es la de saber escuchar. De ahí la enorme sorpresa al verle en primera fila durante mi primera conferencia en Jerez. Luego, sus acertados comentarios a mis palabras ratificaron su enorme saber y bonhomía. La amistad creció desde el respeto mutuo y mi admiración por su calidad humana, por su nobleza de espíritu que es la única nobleza. Me honró invitándome a catar las primeras muestras de lo que sería su "Añada", cumbre enológica de la que se sentía particularmente orgulloso. Luego supe de su devoción por la viña que visitaba diariamente y le mantenía con los pies en la tierra. De su amor por el Coto de Doñana, a cuyo Patronato pertenecía, y a cuya reserva natural no dudó en ceder parte de sus tierras. De su pasión por los pájaros, cuyo canto le reconfortaba. Siempre tendré presente sus hermosas palabras pronunciadas desde el sosiego de los años y el trabajo bien hecho: "el vino viejo va siendo renovado por el rocío de los jóvenes". Así es la vida.

Carlos Delgado
Crítico enológico de El País

Viñas del Vero Gran Vos vuela con Iberia

Durante los meses octubre, noviembre y diciembre de 2013, los pasajeros de la clase Business Plus de Iberia podrán disfrutar de Viñas del Vero Gran Vos, junto a toda la información sobre este vino y un vídeo con las declaraciones de D. Mauricio González-Gordon, Presidente de González Byass, en la web de Iberia y de Vinoselección.
Ésta no es la primera vez que Viñas del Vero vuela con los pasajeros de la Clase Business Plus de Iberia. Previamente, Viñas del Vero Clarión y Secastilla ya volaron con Iberia llevando el Somontano a lo largo de todo el mundo.

González Byass, primera bodega española según los periodistas de vinos

González Byass se erige como la primera bodega española y la séptima en el mundo en el ranking de las "100 Mejores Bodegas de 2013", elaborado por los diferentes periodistas y escritores sobre vino que conforman la WAWWJ (*World Association, Wines & Spirits, Writers and Journalists*). Por su parte, Leonor Palo Cortado se sitúa en el puesto 36 del ranking de los "100 Mejores Vinos del Mundo de 2013", logrando ser el primer y único vino de Jerez presente de este Ranking mundial.

La sostenibilidad gana peso

Cada vez son más las compañías que toman la sostenibilidad como un asunto prioritario en sus respectivas estrategias, siendo asumido por empresas de diferentes sectores y no únicamente por aquellas que estén en contacto directo con el medio ambiente. Durante los últimos años, numerosas empresas han comenzado a impulsar y mantener de un modo real y constante este compromiso, cuyo principal objetivo es el de un desarrollo sostenible en el día a día de la compañía, entendido éste como un crecimiento equilibrado en las dimensiones económica, social y medioambiental.

Para ello, empresas como González Byass, tratan de integrar la sostenibilidad en la cultura de la compañía mediante un "Plan de Sostenibilidad", que haga real este compromiso y logre concienciar a sus empleados, clientes y proveedores sobre la importancia que tiene para el entorno y comunidad.

El ahorro de energía, el impulso de la agricultura sostenible, la reducción de emisiones, energía y agua, así como el fomento en la investigación, logran la consecución de estas medidas y minimizan cualquier impacto negativo en la naturaleza. Todo esto unido a acciones que promuevan la participación activa en campañas para el desarrollo del entorno, son algunas de las medidas que se adoptan para lograr que esos compromisos se conviertan en realidades y puedan ofrecer, así, una gama de productos sostenibles y respetuosos con el medio ambiente.

Beronia Gran Reserva gana el "Rioja Trophy" en el IWSC

Beronia Gran Reserva 2006 consigue el "Rioja Trophy" por primera vez en el International Wine & Spirits Competition, el concurso más respetado y con mayor reconocimiento a nivel internacional. Este nuevo éxito internacional logrado en el Reino Unido, uno de los principales mercados clave para Beronia, avala la calidad de los vinos de esta bodega, comprometida con la elaboración de vinos de alta calidad que expresan, de un modo fiel, el carácter del *terroir* de la Rioja y que los jueces de este certamen internacional han reconocido con el premio.

Reconocimiento a la oferta turística de González Byass

Bodegas Tío Pepe logra la "Q de calidad turística", otorgada por el Instituto para la Calidad Turística Española. Esta certificación supone el compromiso constante con la calidad en los servicios, la excelencia en la atención al cliente, la accesibilidad, la gestión de recursos y el cuidado del medio ambiente.

A este reconocimiento, se une el "Sol de Oro enoturístico", otorgado por la "Feria del Vino y Alimentación Mediterránea".

Las cosas no son lo que parecen



por Salvador Manjón,
Director de la Semana Vitivinícola.
www.salvadormanjon.com

Como era de esperar, las vendimias acapararon, durante los meses de septiembre y octubre, la atención de los medios de comunicación más generalistas. No en vano, televisión, radio y prensa escrita se hicieron eco de los problemas que algunas bodegas tuvieron para poder recepcionar la uva que les llegaba y noticiaron que, por primera vez en la historia, nos situaremos como el primer país del mundo en superficie y producción.

Una nueva cosecha que vendrá marcada, para la mayoría de ustedes, por sus características cualitativas que veremos reflejados en notas de cata, guías y calificaciones de cosecha y que serán una excusa perfecta con la que mantener una interesante conversación con los amigos. Que dejarán a un lado aquellos otros aspectos cuantitativos, y que son de los que dependen las rentabilidades y la propia supervivencia del sector productor.

Y aunque los hay que consideran que "a cada uno lo suyo" y que los trapos sucios se tienen que lavar dentro de casa; no faltan quienes opinamos que es muy difícil valorizar un producto cuya imagen resulta radicalmente opuesta a los datos económicos que maneja. Es más, de todas las asignaturas que pudieran quedarles pendientes al sector vitivinícola en la relación que mantiene con sus consumidores, puede que sea la de la comunicación y la percepción que de él tienen sus ajenos, la que más lejos quede del aprobado.

Aunque desde la parte de la producción, mejor haríamos si comenzásemos por admitir que la realidad percibida por el consumidor se encuentra un tanto "distorsionada" por factores que podríamos calificar de exógenos, pero fuertemente relacionados con la relevancia social, ocasiones de consumo, aspectos culturales, etc.

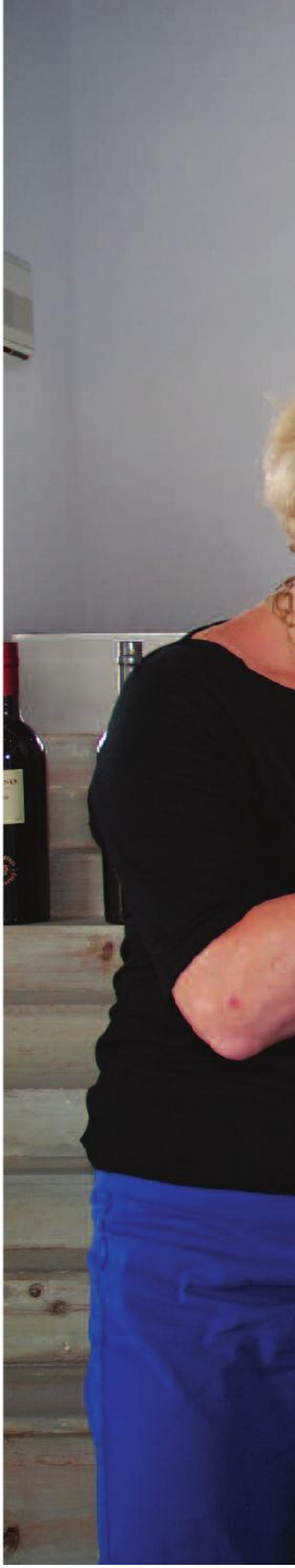
Consumir en España una quinta parte de la producción, pagar las uvas por debajo de las cuarenta pesetas por kilo, reducir la cotización de los vinos a granel a la mitad respecto a hace un año... Son algunos datos que nos deberían ayudar a plantearnos que algo falla en el mensaje que debería ir desde la producción al consumidor.

I SHERRYMASTER BY TÍO PEPE

"Jerez no es fácil, pero nada que lo sea merece la pena"

El genial Antonio Flores, Master Blender de Bodegas Tío Pepe, es el autor de la frase con la que se ha titulado este reportaje y que resume el argumento y la esencia del I Sherrymaster que las bodegas González Byass pusieron en marcha el pasado mes de septiembre con la intención de reunir, dialogar, enseñar y divulgar la cultura de los vinos de Jerez.
Esto es sólo el comienzo y ésta es la crónica de dos días emocionantes.

Un reportaje de Javier Estrada,
con fotografías de ©mOnsclub.



"¡Aquí huele a Jerez y, además, estamos en Jerez!" Así da la bienvenida el maestro Antonio Flores, Señor del Jerez y Master Blender de Bodegas Tío Pepe, a los invitados de la I Edición Sherrymaster que Tío Pepe ha creado para los amantes del mundo de los vinos de Jerez. Y continúa Flores diciendo, con una copa de Tío Pepe en la mano, "inauguramos esta bonita aventura para hacer fácil lo que aparentemente es difícil. Jerez no es fácil, pero no hay nada que merezca la pena en realidad que sea fácil".
Un ambicioso programa de dos días de absoluta inmersión en los vinos de Jerez, de la mano de los mejores expertos del mundo.
En esta primera edición, se quiere compartir el programa con competentes expertos del mundo del vino capaces y seguros de hacer una buena crítica y de exprimir lo aprendido.
Pedro Rebuelta, Vicepresidente de González Byass y miembro de la quinta generación de la familia, da la bienvenida a un grupo de treinta personas compuesto por sumilleres y periodistas nacionales e internacionales.



Los maestros, Sarah Jane Evans y Antonio Flores, continúan hablando y disfrutando de los vinos de Jerez tras una excepcional cata de esta inglesa, Master of Wine, Directora del Decanter World Wine Awards (D.W.W.A.) para Vinos de España y Chairman del Institute Master of Wine.



Antonio Flores y el sumiller Josep "Pitu" Roca, de El Celler de Can Roca, conversan a pie de bota en Bodegas Tío Pepe de Jerez.

Comienza el Sherrymaster con un desayuno en la Viña, (Viña la Canariera, concretamente) para empezar a zambullirse en el mundo del Jerez desde su terruño, la tierra albariza y su fruto, la varietal lider, la Palomino fino.

Una visita al archivo histórico de González Byass sitúa definitivamente al alumno. Ante él, más de 175 años de historia reflejada en fotografías y documentos que datan y ratifican cada momento de la bodega, así como la vida y evolución de los vinos de Jerez. Impone darse cuenta del relato que los documentos desvelan y el entusiasmo y dedicación con que sus moradores los cuidan.

Los vinos de Jerez comparten mesa con la gastronomía local en restaurantes de la ciudad. El ambiente del grupo es festivo a la vez que espectante, nadie desaprovecha la ocasión para preguntar, todos toman notas. Por mucha experiencia que la reunión de invitados sume, Jerez es desbordante, complejo y atractivo.

Antonio Flores lidera el Sherrymaster, como no podría ser de otra manera, pero entendiendo la repercusión e importancia de lo que pone a rodar, se flanquea de dos grandes nombres relacionados con los vinos de Jerez. Podemos decir que el triunvirato es la primera división mundial: Sarah Jane Evans, directora de DWWA y Chairman del Institute Master of Wine, y Josep "Pitu" Roca, sumiller del mejor restaurante del mundo, El Celler de Can Roca. Ambos entusiastas y expertos en los vinos de Jerez.

La cosa se pone seria cuando se anuncia la primera cata en V de vinos de Jerez, dirigida por Antonio Flores. La luz inunda la habitación y nueve copas perfectamente alineadas forman ese abanico de tonalidades amarillas, pardas, ámbar y doradas que son el conjunto de los vinos que las botas de González Byass crían desde hace ya casi 200 años.



El grupo de periodistas gastronómicos y sumilleres de algunos de los mejores restaurantes de España atienden en una de las clases del I Sherrymaster.

José Argudo, Brand Manager de Bodegas Tío Pepe, explica cuáles han sido los motivos para crear el Sherrymaster: "La complejidad y la grandeza de los vinos de Jerez, a pesar de tener 3.000 años de historia y de ser el primer consejo regular que nace en España, requiere una formación continua, siempre hay algo por descubrir y somos conscientes de que hay profesionales y particulares de todo el mundo que están ávidos por saber".

El Sherrymaster es, como dice Antonio Flores, "esa inmersión necesaria que comienza en el pie -por el albero-, y llega hasta la retina -por la luminosidad de nuestros vinos-, desde el prisma de la familia González. Un recorrido exhaustivo por el Jerez más auténtico abriendo las puertas y el saber de esta familia de vinos, con la intención también de mantener siempre contacto con quien se acerque a este Sherrymaster, convirtiéndoles en embajadores mundiales de estos vinos".

Pitu Roca estrena sala de catas en González Byass y apaga la luz para proyectar imágenes que acompañan a su cata titulada "Jerez al límite", que recorre Amontillados con 40 años de envejecimiento, Soleras Cuatro Palmas, Olorosos de 80 años, un Palo Cortado 1982, hasta un Trafalgar, con 178 años.

Suena de fondo un *quejío* flamenco bajo la voz del sumiller de Can Roca recitando sensaciones, mientras nos lleva de copa en copa en una travesía diferente y emocionante.

"El vino tiene que ir mucho más allá", contesta Josep Roca cuando le preguntamos por la elección en la forma de esta cata magistral. "Cada vez me interesa más cómo se parece el vino a quien lo hace o cómo se gestiona la relación del tiempo en la botella y cómo se puede expresar esa reducción en una cata. Hace tiempo que me han dejado




1er
#trendingtopic
en España
de
Vinos de Jerez




González Byass
Desde 1835




Sherrymaster
TIOPEPE





de interesar los matices descriptivos de aromas primarios, secundarios o terciarios; intento evitarlos y voy más a querer expresarme y mostrarme a través del vino y buscar esa complicidad de suma, de ser y sentir". Pitu Roca cree en la importancia del Sherrymaster, "porque hay que crear una educación, un conocimiento, proyectar la sensibilidad y hacer vivir el paisaje.
En mi casa me importa mucho enseñar la bodega para explicar porqué estamos tan locos y provocar ese diálogo fascinante entre hombre y naturaleza, también para generar una confianza y abrir los sentidos. Allí, en mi bodega, -también en las sugerencias de nuestros menús de degustación-, hay un "altar" a los vinos de Jerez", concluye.

Un momento para el brandy, los alambiques y las holandas de uva Palomino que elabora Lepanto. Luis Trillo, Master Blender, recibe a los invitados y obsequia desde su sonrisa con una clase magistral.
Cuando cae la noche, la bodega se viste de gala. El Patio de Lepanto y la Bodega de Los Reyes presentan el aspecto del mejor anfitrión, de ese lugar especial donde reunirse y comentar lo aprendido. Las sensaciones continúan.

Es el momento del albero y la venencia, una vez más la oportunidad de disfrutar de Antonio Flores en estado puro. Comienza la cata a pie de bota titulada "Tiza y albero". Aquí es donde el Señor del Jerez pierde su razón terrenal para dejar paso a su alma de creador y comunicador y, venencia en mano, "baila" entre botas para el disfrute del espectador, que entiende sin remedio que no sólo la depurada técnica y profesionalidad hacen los vinos de Jerez, sino que la pasión y la genialidad tanto tienen que ver. El espectáculo es digno de ver, lo aprendido, inol-vidable.

Es el turno de la cata de la inglesa Sarah Jean Evans. "Yeast versus oxygen" es muy esperada y no defrauda. Sobre la mesa, mosto de Palomino fino, sobretablas (1 año), vino de 3ª criadera (2 años), solera Tío Pepe (4 años) Una Palma (6 años), Dos Palmas (8 años), Tres Palmas (10 Años) y Cuatro Palmas (47 años).
"El Sherrymaster es muy buena idea porque lo que más nos debe interesar es educar a la gente, explica Sarah Jean Evans en perfecto español. Es muy interesante estar tan cerca del mundo misterioso del Jerez y tener a las personas adecuadas para preguntar".

Otros invitados opinan tras dos intensos días de aprendizaje:
"El Sherrymaster es un paso muy importante para acercar los vinos de Jerez al resto del mundo, algo que no se había hecho hasta ahora", comenta Paz Ivison, periodista especializada.
Juancho Asenjo, periodista experto en vinos, comenta: "A mí me ha parecido un curso soberbio, la colección de vinos catados, enorme, y creo que este tipo de manifestaciones ayudan mucho a situar una zona y a una bodega en vanguardia, así como potenciar la relación con su cliente que seguro se convierte en fiel y en divulgador. Potenciaría más el maridaje con cocinas locales e internacionales".
José Antonio Navarrete, sumiller del restaurante Quique Dacosta y Premio Nacional de Gastronomía 2012 opina que: "Este curso ha sido algo extremadamente interesante porque hasta los que nos dedicamos cada día a este mundo del vino no conocemos lo amplios e interesantes que son estos vinos".

Concluye la I Edición del Sherrymaster: "Que tus zapatos salgan blancos de albero y tu corazón lleno de amor por los vinos de Jerez". Se despide Antonio Flores.

En las páginas 26 y 27, de izquierda a derecha y de arriba a abajo, Sarah Jean Evans, catando un Cuatro Palmas.
José Argudo durante su exposición titulada: "Tío Pepe: pasado, presente y futuro".
Jesús Anguita, en el Archivo Histórico, enseñando los documentos más interesantes a los invitados.
Nueva sala de catas durante la cata de Sarah Jean Evans.
Aspecto del Patio de Lepanto en una de las cenas durante el Sherrymaster.
Sarah Jean Evans en plena exposición durante su cata titulada "Yeast versus oxygen".
Momento del desayuno en la viña con Antonio Flores, Pedro Rebuelta, Pitu Roca y su mujer.
Antonio Flores en plena faena: catando en V durante su cata titulada "Los caminos del Jerez".

TIO PEPE



WINEinMODERATION.eu
Art de Vivre

Tintilla de Rota, con Miquel Sen y Pedro García Mocholí

"Un vino inolvidable... que te apetece beber"



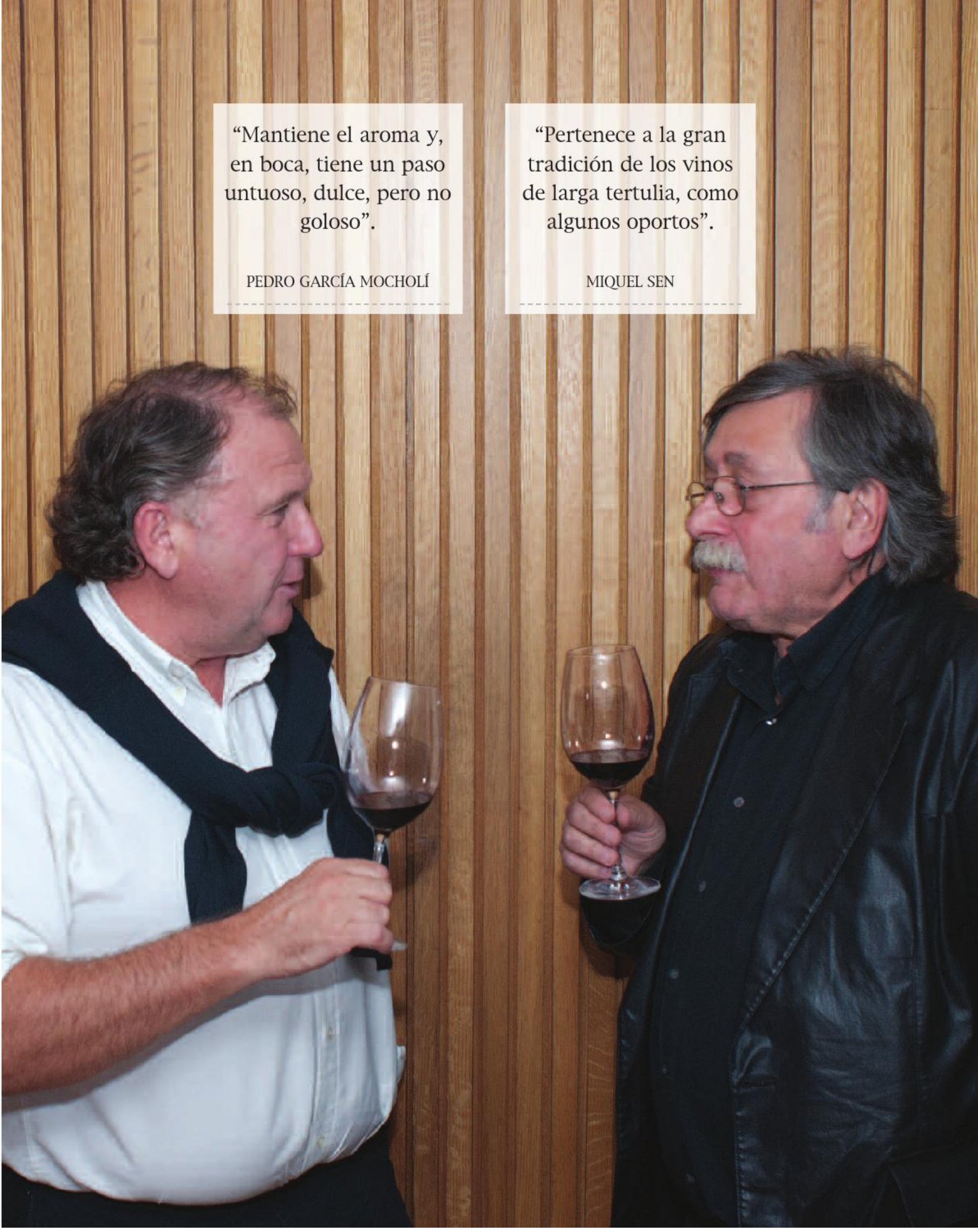
El periodista Miquel Sen concluía la cata otorgando al Tintilla de Rota el calificativo de inolvidable. Por su parte, Pedro García Mocholí comentaba que "Lo mejor que le puede pasar a un vino es que te apetezca beberlo".
Tradición y memoria envuelven a este vino que González Byass comenzó a elaborar en 1841 y por el que hoy vuelve a apostar.
Tintilla de Rota es un vino dulce histórico de la Tierra de Cádiz, suave, sedoso y persistente. Un vino de postre perfecto, aunque en este reportaje se le concede mucho más recorrido gastronómico.

Un reportaje de Javier Estrada,
con fotografías de ©mOnsclub.

El sumiller de González Byass, Juan Manuel Terceño, acaba de llegar a Madrid de la bodega gaditana Finca Moncloa con una joya enológica en sus manos. Se trata del vino dulce Tintilla de Rota.
Quiere contrastar sus emociones y catarlo con amigos expertos capaces de avalar su euforia y de apuntar detalles para futuras añadas.

La cita es en el restaurante Álbora (Madrid) con su sumiller, José María Marrón, y los periodistas gastronómicos Miquel Sen y Pedro García Mocholí.
Juanma Terceño hace entrega de dos botellas a José María y conversan sobre las características de este vino.

La plantación de variedades tintas por parte de la familia González en Arcos de la Frontera permitió recuperar la Tintilla de Rota, variedad autóctona que estaba casi en el olvido y que, durante los siglos XVIII y XIX, abarcaba una importante extensión en la villa de Rota y otros municipios de la zona de Cádiz.
Tintilla de Rota 2011 se elabora siguiendo el sistema tradicional que González Byass empleaba en el siglo XIX y que D. Manuel María González recogió en su libro sobre el Jerez, dejando sobremadurar primero la uva en la cepa y sometiéndola después de la corta manual a "soleo" de 3 a 4 días sobre tiras de esparto hasta alcanzar el grado de dulzor adecuado. Tras el despalillado y estrujado de la uva, se deja que comience la fermentación sobre sus hollejos hasta alcanzar entre 4 y 5 grados de alcohol. A continuación, se descuba y se prensa y se añade alcohol vínico hasta una graduación final entre 14 y 15 % de alcohol. Se deja reposar durante unos meses en depósito y se pasa a barricas de roble para su crianza.
El resultado, tras una crianza de 18 meses en barricas de roble francés, es un vino de intenso color cereza con tonos púrpuray con aroma a ciruelas, cacao y madera noble, elegante, suave y persistente en boca.



"Mantiene el aroma y, en boca, tiene un paso untuoso, dulce, pero no goloso".

PEDRO GARCÍA MOCHOLÍ

"Pertenece a la gran tradición de los vinos de larga tertulia, como algunos oportos".

MIQUEL SEN

Miquel Sen y Alberti

"Hace tiempo me encontré en el hotel Colón de Barcelona a Alberti. Yo estaba, como siempre, con una copa de vino en la mano, se acercó y me dijo con su acento andaluz: "tienes que probar la Tintilla de Rota". Así que la Tintilla de Rota me ha dado vueltas por la cabeza hasta ahora, que por fin me reúno con ella".

Miquel Sen (Barcelona, 1946) es un respetado periodista gastronómico que en su larga trayectoria y muchos artículos, programas de televisión y libros al respecto, nos ha llevado por la historia de los vinos y otros manjares culinarios con pluma aguda y textos soberbios.

Posee el premio *France de Gastronomie*.

Le gusta repetir a Miquel Sen que el sabor y el gusto son muy anteriores al lenguaje y que por eso es tan difícil expresar todo lo que nos cuentan.

Copa en mano, comienza diciendo que: "Es muy divertido encontrarme con un vino del que no sé nada", para continuar: "Me gusta el lagrimeo de estos vinos, te deja una copa dibujada... La primera idea que se me ocurre es compartirlo con un bizcocho, en el más amplio sentido de la palabra. También me lo bebería con una crema catalana. Aunque no lo dejemos encajonado, sabéis que con el *Sauternes* se servían ostras en el siglo XVIII. Es quizás el contraste más brutal. Una mezcla que en aquel momento estaba bien considerada.

Hay vinos que los bebes y se te olvidan enseguida. Éste es del otro bando. Te queda en la memoria del gusto, y sabes que, tarde o temprano, te volverás a encontrar.

Me ha gustado mucho el vino y su presentación, en botella de medio litro y una etiqueta preciosa que evoca el pasado y a la vez es presente. Para mí es un vino inolvidable. Este Tintilla de Rota pertenece a la gran tradición de los vinos de tertulia, como lo Oportos. Un vino cuando es bueno marcha solo… Y éste, lo es", concluye Sen.

Mocholí y su habano

"Lo primero que enamora es su nombre: Tintilla de Rota. Hay nombres de variedades que invitan, por su simpatía, a la curiosidad", comienza diciendo Pedro García Mocholí (Valencia 1961), gran comunicador, apasionado de la gastronomía, experto en la Comunidad Valenciana y mucho más allá, que ha sabido combinar su labor en radio, prensa diaria, televisión, escribiendo guías gastronómicas o participando como jurado de importantes concursos de cocineros. Guarda siempre un buen habano para encender en las ocasiones que lo merecen y esta cata parece que sería uno de esos momentos elegidos.

"Lo importante de un vino es que tenga recorrido y este Tintilla de Rota lo tiene. No hay que dejarlo en un plato o para un solo momento (coincide con Miquel Sen). Me gusta que el vino sea amplio. Este vino da para el postre, para seguir de sobremesa con un habano".

Aunque, tras unos instantes, se aventura: "Voy a ser atrevido, me gustaría beber este vino con un buen foie a la plancha (no *micuit*). El aporte de esa fruta roja creo que funcionaría... También hacer un bizcocho borracho o una torrija, sería increíble la potencia que transmitiría este vino… O un helado, o acompañar una macedonia..."

Cata y conversa, disfrutando del momento: "Me gusta porque mantiene mucho la aromática y no decae. En boca tiene un paso untuoso, dulce pero no goloso, lo cual nos hace apreciarlo mucho más".

Para concluir, añade: "Es muy importante recuperar variedades autóctonas, porque deben ser las que den carácter a una Denominación de Origen.

Este vino es un ejemplo de ese trabajo".

Juan Manuel Terceño ejerce de anfitrión y añade a la conversación: "La apuesta que la familia González hizo por el vino tinto de Cádiz con Finca Moncloa, permitió rescatar esta singular variedad cuando se decidió plantar un total de 3 hectáreas en el año 2002. Se recuperaba, de este modo, una tradición y memoria casi olvidada".

Como curiosidad, Terceño aporta la información de que la botella utilizada, pese a ser transparente, es capaz de preservar el vino y termina recordando que: "El Tintilla de Rota dulce es un vino que sorprende y es perfecto para acompañar el postre. Especialmente, con postres de chocolate. También en una reducción con especias (por ejemplo, canela) para macerar rodajas de higos frescos o con salados, por ejemplo con quesos azules".

José María Marrón, jefe de sala y diestro sumiller del restaurante Álbora, apostilla: "Tintilla de Rota es un vino sin exceso de alcohol, meloso y agradable. Ideal para mantener una buena conversación. Casi diría que es un postre en sí mismo".

Alrededor del encuentro provocado por el Tintilla de Rota, David García, chef del restaurante, formado con el maestro Martín Berasategui, viene de cocinar los últimos diez años con Josean Martínes en el Guggeheim, ha elaborado un menú marca de la casa: un Tartare de múgol con crema de pepino y curry y crema helada de manzana verde, un Tomatito asado relleno de chipirón con risotto en su tinta de calamar, para seguir con Cabezada con verduras y caldo de cebolla roja, y los postres vuelven a homenajear al protagonista: Torrija caramelizada con helado de plátano y canela, (estrella de la casa); Melón y ron granizado con albahaca y helado de coco; Manzana confitada con crema de arroz con leche y helado de romero; Esferas de chocolate caliente con helado de té verde y la Pera glaseada (en la imagen) con helado de melón. Armonías perfectas.



El restaurante Álbora propuso armonizar el vino dulce de la Tierra de Cádiz con un postre delicioso de pera glaseada y helado de melón.

Frangantia Nº 6 y Fragantia Nº 9

Moscatel y Syrah, frescura y seducción

Finca Constancia nació con el concepto bordelés de los chateaux y un vigoroso espíritu vanguardista. Vendimia tras vendimia ha sido capaz de embotellar diferentes y magníficas propuestas. Ahora, en una carrera tan sorprendente como eficiente, presenta dos vinos monovarietales de baja graduación, frescos, fáciles de beber y hechos para disfrutar.

Un reportaje de Marc Riba,
con fotografías de ©mOnsclub.

Beatriz Paniagua, enóloga de Finca Constancia, recepciona uva Syrah en la bodega de Otero (Toledo).
La dirección de González Byass y el equipo de esta bodega acaban de lanzar dos nuevos vinos llamados Fragantia Nº 6 y Nº 9. Dos novedades, producto de la innovación y la exigencia de los mercados.

Moscatel
El nuevo Fragantia Nº 6 (el número equivale al grado alcohólico del vino) está elaborado cien por cien con uva moscatel, concretamente moscatel de grano menudo, una de las uvas más aromáticas que existen en el mundo y que está muy bien implantada en la provincia de Toledo, destacando por tener unas características muy particulares.
"Cuando las uvas de la variedad moscatel terminan la fermentación hasta el final, producen vinos muy secos y aromáticos, con lo cual no acaban de conseguir un buen balance", explica Beatriz Paniagua. " En el trabajo de investigación de Fragantia Nº 6, comprobamos cómo se comportaban estos vinos cuando tenían un residual de azúcar natural un poco más elevado (la fermentación se para con 90 gramos de azúcares naturales). Es cuando descubrimos que Fragantia encuentra el equilibrio, porque tiene su punta de acidez, su punto de frescor, sus aromas varietales muy puros, pero a su vez en boca conseguimos que sea mucho más agradable y tenga así un paso más ligero".

Más frescor
Siempre han existido este tipo de vinos en el norte de Italia, en la zona de Moscato d´Asti, aunque estos tienen más azúcar y están considerados como vinos de postre.
Esta nueva tendencia, que busca más frescor, está muy de moda en Estados Unidos. Hay mucha experimentación con la Moscatel, con condiciones ambientales distintas a las nuestras y mucha producción, incluso para la noche, como copa.

Seis grados de alcohol
"Estos Fragantia son vinos para esas personas que beben una caña de cerveza porque no toleran bien el alcohol, pero les gusta el vino", continúa la enóloga de Finca Constancia.
"El éxito en el mercado nacional está parando las expectativas en el internacional, aunque seguro que también llegará. Los dos Fragantia están funcionando tanto en jóvenes como en adultos".

¿Es un vino?
Debemos llamarles vinos de baja graduación, vinos *ligth*, (menos alcohol, menos calorías), vinos frescos o vinos de aguja, cuando tienen un poco de burbuja (los Fragantia tienen CO_2 disuelto y, por lo tanto, burbuja).

Violetas

El Fragantia Nº 9 se elabora con la uva Syrah, una variedad muy dulce a la que se busca su punto óptimo de maduración como si fuera un tinto.

"Elegimos esta variedad de uva porque tiene unas violetas bastante pronunciadas y nos parecía que esa característica le iba a dar su personalidad.

En su elaboración, dejamos madurar la Syrah hasta los 14 grados y para que acabe siendo un rosado fresco y agradable, paramos la fermentación antes. El mismo proceso que la moscatel, pero con la diferencia de que en este caso encontramos el equilibrio en los nueve grados", explica Paniagua.

Fragantia Nº 9 gusta más al consumidor clásico. Es evidente que la similitud a un vino es mayor que el Fragantia Nº 6.

Armonías

Como aperitivo funciona perfectamente. En cócteles y bodas es donde se encuentra más a gusto.

Marida con marisco, con ensaladas, con jamón o con patés. También con queso o todo tipo de tapas.

Finca Constancia

"Nos encanta este tipo de investigaciones y experimentaciones. Son retos que, cuando salen bien, son muy gratificantes. El equipo de Finca Constancia tiene que tener siempre esta actitud de buscar y proponer, estando muy pendientes del mercado, de las posibilidades que el campo nos da y poniendo toda la creatividad para elaborar vinos y sorprender al consumidor, que también, desde su lado, pide este tipo de novedades, sin olvidar que, por ejemplo, con estos Frangantia también estamos buscando nuevos bebedores de vino, Es una manera perfecta de iniciarse en el vino."



Beatriz Paniagua en plena vendimia, recibiendo la uva syrah en la bodega Finca Constancia, en Otero, Toledo.

FRAGANTIA Nº 6: Mosto parcialmente fermentado de variedad Moscatel. Elaborado a partir de uvas de la variedad Moscatel y que se caracteriza por tener una baja graduación alcohólica, solamente tiene un 6% de alcohol.

FRAGANTIA Nº 9: Vino Rosado de baja graduación de la variedad Syrah. Elaborado con uva 100% Syrah, un rosado fresco.

Su nombre sugiere los aromas de las uvas con las que está elaborado. La primera impresión que tenemos en la copa es un ramillete de aromas en los que se entrelazan flores, frutas, miel…

Bodega Finca Constancia. Añada: 2013.

Color amarillo pajizo, limpio y brillante.

Armonía: perfecto para tomarlo solo, como aperitivo. Va muy bien con pasta con hongos, Risoto, quesos azules.

Variedad uva: Moscatel.

Diseño etiqueta: Evoca el producto que encierra: bajo grado, burbujas, frisante, jovial y alegre.

Menos de 6 grados de alcohol.

Capacidad botella: 0,75 cl.





Tapón de rosca.
Indicado para vinos jóvenes.

Bodega Finca Constancia
Añada: 2013.

Vino Rosado de baja graduación, fresco y jovial... Lleno de sensaciones.

Color atractivo rosa frambuesa.

Armonía: como aperitivo y también con carnes blancas, aves con sencillas preparaciones, a la plancha.

Diseño etiqueta: inspira juventud, alegría, color, bajo alcohol, burbujas.

9 grados de alcohol.

Variedad de uva Syrah.

Edad: joven.

Los vinos frescos

Nuevos vinos para nuevos consumidores

Si preguntamos qué es el vino a la mayor parte de los consumidores españoles, la gran mayoría – aunque con algunas diferencias regionales – se referiría a la clásica botella de 0,75 l., oscura, en vidrio, con tapón de corcho y seguramente con vino tinto en ella, ligeramente envejecido en barrica. Y ésta es una gran parte de los vinos que se consumen en España, pero no los únicos. Cavas, vinos finos, amontillados, manzanillas, olorosos, semidulces, con aguja, aromatizados como el vermut y muchos otros forman parte de la amplia categoría del vino. Y, de entre ellos, cada vez más, parece vislumbrarse el progreso creciente de los que podríamos llamar "vinos frescos".



Por Rafael del Rey,
director del OEMV.
(Observatorio Español
del mercado del vino).

El VINO es una categoría de producto extraordinariamente amplia y rica. Aunque la idea que mayoritariamente tengamos en la cabeza se refiera a un tipo de vino muy preciso, por ser el más generalizado, no es el único. Y a poco que nos paremos a pensar, comprobaremos que conocemos, probamos y consumimos muchos otros tipos de vino. Una diversidad que sirve para acompañar momentos o comidas diferentes, épocas del año distintas o conocer las peculiaridades de zonas productoras diferentes. Podemos encontrar un vino para cada ocasión, para cada época del año y acompañando cada tipo de comida o situación. Y esa riqueza puede ser también la base sobre la que asentar una nueva moda del vino, particularmente cuando está abierta a innovaciones.

Porque el vino, aún siendo una bebida milenaria y con la esencia de su producción relativamente poco variada a lo largo del tiempo, está en constante evolución. Seguramente, entre otras cosas, para adaptarse también a los cambios en las costumbres de los consumidores y de la propia población y nuestros hábitos.

De un tiempo a esta parte, una serie de indicios parecen llevarnos a pensar que está surgiendo con fuerza una nueva tendencia en el consumo del vino: la de los "vinos frescos". Vinos relativamente fáciles de beber, sin mucha complicación para disfrutarlos, a temperatura relativamente más baja de lo habitual, con o sin burbujas, de color algo menos potente que los mejores tintos y, en algunos casos, con menor graduación alcohólica. Veamos esos indicios.

Hace unos años empezamos a sorprendernos por el auge de los vinos tipo "lambrusco" en España y aún hoy, aunque con su consumo mucho más ralentizado, han ocupado un espacio de nuestros lineales y de nuestros momentos de consumo. También desde hace muchos años

y mientras los más agoreros hablaban del descenso del consumo de vino en España, muchos expertos relacionados con los vinos blancos de calidad, en Rueda, Rías Baixas, Cataluña, Castilla-La Mancha y muchas otras zonas, comentaban que tal descenso no iba con ellos y que el vino blanco "juega en otra liga" donde las cosas van bastante bien.

También entre los vinos de nuestras mejores denominaciones de origen, llevamos unos años descubriendo los nuevos cavas rosados, frescos, brut o secos y de grandes cualidades. Progresan igualmente los tintos de verano, incluso por encima de la que ya venía siendo buena marcha de las sangrías. Paso a paso, tanto en los lineales de los supermercados españoles como en exportación, van apareciendo nuevas empresas con bebidas elaboradas a base de vino, frescas, gaseosas y algo dulces que, sobre la base de nuevos formatos de venta, una imagen renovada y mejores técnicas de marketing, crecen muy por encima de las ventas de otros vinos.

Más recientemente, descubrimos un nuevo auge, no sólo en España, de los vinos blancos algo más dulces o semidulces. Se vuelven a poner de moda los "moscateles" y empezamos a oír hablar con más frecuencia de los "moscatos" o de los vinos "tipo moscato"; blancos, afrutados, muy frescos y algo dulces y, en ocasiones, con menor graduación alcohólica.

Baja graduación

Y entra aquí otro fenómeno novedoso que puede tener un extraordinario recorrido en el amplio mundo del vino en España: los vinos de baja graduación. Siguiendo la estela de lo ocurrido con las cervezas y al amparo de nuevas innovaciones tecnológicas, varias de nuestras bodegas están lanzando desde hace unos años vinos de baja graduación o incluso vinos "0,0". Ya sea por el método de la desalcoholización o por el de la parada en la fermentación, empiezan a proliferar vinos de 9% de alcohol, varios en el entorno del 5% y algunas experiencias incluso con menos graduación. Vinos que pueden ser idóneos para quienes aprecian el producto pero no pueden permitirse bebidas con alcohol. Vinos muy interesantes para exportar. Vinos muy agradables para refrescarse. Vinos, en fin, que pueden atraer a nuevos consumidores o un consumo en momentos diferentes, como puede ser el aperitivo o la media tarde o, incluso, por qué no, la noche.

Finalmente, ya en épocas mucho más recientes, vemos que se pone de moda en determinados círculos el vino blanco con hielo. Una forma, para algunos quizás herética, pero que sirve a quien lo toma para rebajar temperatura y graduación al vino. Y no parece que ni los más clásicos deban escandalizarse, cuando mucho tiempo atrás era tradición en nuestro país, desgraciadamente en desuso progresivo, el chateo con claretes y vinos ligeros y fáciles de tomar. No hay normas en esto del vino que deban asustar a los consumidores. Los grandes vinos siguen existiendo y suponen un gran placer para nuestros mejores momentos, particularmente cuando se conocen y aprecian sus peculiaridades. Pero la diversidad de vinos es mucha, como lo es la de consumidores y momentos de consumo.

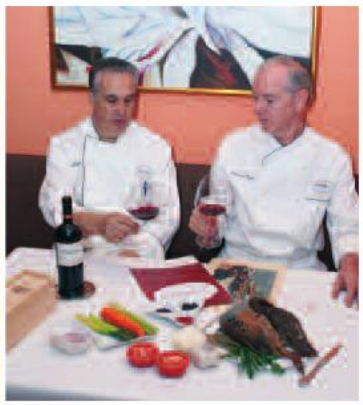


La enóloga de la bodega Finca Constancia, Beatriz Paniagua, presenta los Fragantia Nº 6 y Nº 9, de baja graduación elaborados con uva Moscatel (Fragantia Nº 6) y con uva Syrah (Fragantia Nº 9).

En busca del frescor

En definitiva, blancos y nuevos Cavas que progresan, "lambruscos" en auge, tintos de verano ocupando lineales, florecimiento de los moscateles, vinos con hielo, claretes, vuelta a los grandes rosados… ¿Qué tienen en común todos estos fenómenos? Quizás algo que hemos olvidado por un tiempo y que resurge con fuerza en épocas más recientes, como es la búsqueda del frescor en el vino. Una copa agradable, sencilla de beber, fresca y con la que disfrutar del momento, los amigos y la comida. Vinos "frescos" para nuevos consumidores y nuevos momentos que se van poniendo de moda.

¿Herejías o nuevas formas de consumo? Que decida el consumidor para seguir disfrutando del vino en todas sus formas, sabiendo que ninguna es incompatible con las demás y todas producen sensaciones agradables, en gentes moderadas y para momentos rodeados de familia, amigos y buena gastronomía.



Julián Barbolla (izq.) y Francisco Vicente preparan el maridaje en la sala de su restaurante Maldonado 14.

Recetas clásicas en plena vigencia y cocinadas por grandes chefs en restaurantes de Madrid

La gastronomía inmortal

El descubrimiento de una antigua colección de cartas de restaurantes de principio de siglo en la tienda de decoración Hereda2, del madrileño Barrio de las Letras, sirve para reunir a cuatro de los mejores cocineros de Madrid, proponerles buscar y elegir un plato de entonces que, además, tuvieran ellos en sus cartas y que fueran capaces de cocinar, armonizar con un vino y contar su historia.
Éste es el resultado de un gran encuentro y un curioso viaje al pasado.

Un reportaje de Javier Estrada,
con fotografías de ©mOnsclub.

Son las 10 de la mañana de un soleado día de octubre cuando Paloma y Juan Carlos nos abren su tienda de decoración. Los invitados, cuatro magníficos cocineros dispuestos a hacer un viaje en el tiempo y a mostrar la vigencia de algunas de las mejores recetas de la historia.

Perdiz en Maldonado 14

Julián Barbolla y Francisco Vicente llevan 35 años cocinado en diferentes restaurantes de Madrid a Burdeos, Milán, Tolousse o San Sebastián. Tocaron el cielo con su cocina en el restaurante Las Cuatro Estaciones (que cerró en 2009) y lo han vuelto a conseguir con su cocina a fuego lento en Maldonado 14.

"Hacemos cocina mediterránea y apostamos por los platos de guiso: perdiz, rabo de toro, callos a la madrileña, muslo de pato guisado en civet, carrillera de cerdo ibérico", explica Barbolla.

Platos como los Lomos de sardina marinados son la enseña de la casa. Al igual que las Setas de temporada, su Ensalada de bogavante, la Merluza Maldonado a la plancha sobre una compota de tomate y una de salsa verde, el Steaktartar y su postre La única, una tarta de manzana traída de Burdeos en 1982.

Julián Barbolla encontró una Perdiz en una carta del restaurante Maison Prunier (Londres y París, 1953).

"La perdiz es el guiso rey y en Maldonado 14 la hacemos con Perdiz de tiro, guisada en *salmis*. A fuego lento. La mojamos con vino tinto y reforzamos la salsa con sus propios higaditos. Pimienta, enebro y verduras.

La carne de la perdiz es muy fina, explica Francisco Vicente. Ha sido siempre menú de reyes y la carne de ave es la única que no está prohibida por ninguna religión".

Para beber eligen un vino tinto de la Tierra de Cádiz, elaborado con Syrah, Cabernet, Sauvignon y Tintilla de Rota, de Finca Moncloa. "Es perfecto para la elegancia de esta carne y la fuerza del guiso. Un maridaje perfecto", concluye Julián Barbolla.

Pato a la naranja en Lhardy

Ricardo Quintana y Valentín Monge, chef y jefe de sala del restaurante Lhardy, encuentran un Pato a la naranja en una carta del restaurante Berkeley de París (1950).

"Es una receta francesa (*Canard al orange*) que introdujo y puso en carta nuestro fundador, un suizo francés, que estuvo trabajando en París. Y se mantiene desde 1839, año de la fundación de Lhardy.

La combinación de la carne del ave, de sabor fuerte, con la naranja es un equilibrio perfecto. La fruta le quita mucha grasa y lo suaviza muchísimo", explica Milagros Novo, dueña del restaurante.

Ricardo Quintana repasa la receta, que dice no haber variado nunca, sólo ha evolucionado en su presentación. Trabajamos con pato silvestre y estamos hablando de un guiso que conlleva una elaboración de más de tres horas, advierte. Lleva un fondo de cebolla, puerro, zanahoria y mantequilla. Además, lleva tomate natural, manzana y la naranja. El pato se hornea para que suelte toda la grasa y se pone a cocer con el fondo. Y algún truco de la casa que no se dice".



Milagros Novo, dueña del restaurante Lhardy, con su chef, Ricardo Quintana (en el centro), y el jefe de sala, Valentín Monge, diseñan el maridaje del pato a la naranja con Leonor Palo Cortado.



Custodio Zamarra, sumiller, José Antonio Medina, chef y Carmelo Pérez, director del restaurante Zalacaín, comparan las cartas con Viñas del Vero Clarión, entre manos.



Sentados en la tienda Hereda2 (C/ San Pedro, 18. Madrid), de izquierda a derecha: Valentín y Ricardo, de Lhardy, Juan Antonio, de Zalacaín, Mariano Ávila, de La Paloma y Julián, de Maldonado 14, eligiendo un plato de entre más de 20 cartas históricas de restaurantes internacionales.

Valentín Monge elige un Leonor Palo Cortado para maridar. "El pato es un ave grasa, tiene potencial y mucha estructura. Leonor está a su altura. Un palo cortado como éste es un vino con mucha estructura, muchos aromas y un postgusto muy largo. La naranja y el Leonor en boca quedan perfectamente ensamblados".

Anguila en Zalacaín

Juan Antonio Medina lleva más de seis años cocinando en el restaurante Zalacaín. "Hace tiempo que llevamos pensando retomar la anguila. Así que, cuando la vi en esa carta antigua de un restaurante londinense de principios del siglo XX, supe que sería mi propuesta.

Pienso que hay que volver sobre esos productos que fueron estrella, que se trabajaron mucho y que pueden volver a la carta con un toque actualizado, comenta el chef. "Empezamos a pensar en la clásica anguila a la crema. Incorporamos la idea de las setas y me vino a la cabeza el sabor de las magdalenas mojadas en leche; no me preguntes porqué. De aquí nace el brioche de anguila ahumada con crema de hongos.

Para rebajar el poder del ahumado, metimos un queso neutro en cubo de brik, que además va bien con la crema".

Este plato resume muy bien el momento de Zalacaín que su chef define como *tradición divertida*. "Trabajamos desde la filosofía de Zalacaín hacia la innovación".

Custodio sirve un Viñas del Vero Clarión Reserva 2011 y comenta: "una armonía perfecta. Tenemos un plato de una sutileza extraordinaria y un vino blanco que tiene "sabrosidad", cuerpo y esqueleto y, además, tiene ese corte graso. Para mí Clarión es uno de los vinos blancos importantísimos, no solamente de Somontano, sino de España".

Riñones en La Paloma

Nueva York, 1949. El restaurante Versailles tiene en carta *Broiled veal kidneys* y Segundo Alonso es un maestro cocinando casquería y, concretamente, riñones al vino tinto. El chef del restaurante La Paloma (ex de Ondarreta o El Amparo) recomienda ir a su restaurante a comer las manitas de cerdo o los sesitos de cordero y su deliciosa carrillera con lengua de jabalí. También sus alcachofas y borrajas o los clásicos como el erizo gratinado con huevo de codorniz y el carpaccio de foie.

Cocina para VidaVidVino, Riñones *braiser* con echalotas en salsa de vino tinto.

"En la carta antigua del restaurante neoyorkino la presentaban al Jerez. Yo los cocino enteros al horno y con vino tinto, salen más jugosos.

El sumiller, Fernando Albarrán, sirve una copa de Beronia Gran Reserva. "Está en su plenitud de vida. Presenta un bonito rojo violáceo, tirando a rubí. En los aromas empieza a aparecer el cuero y una fruta muy expresiva. En boca es corpóreo y con la acidez muy bien integrada. En retronasal vuelve a salir la fruta y algo de especie muy interesante. Marida bien por su intensidad y el aporte de madera, limpia perfectamente la fuerza de los riñones".



Segundo Alonso (izq.) y Fernando Albarrán, chef y sumiller del restaurante La Paloma, catan un tinto de Rioja, Beronia Gran Reserva, mientras hablan de la historia de la receta de los riñones.

La ruta de la salud con la doctora Ana Luzón

"Si seguimos comiendo así, las estadísticas retrocederán y viviremos menos años"

El éxito del I Congreso Internacional de Gastronomía y Nutrición concebido por la doctora nutricionista, Ana Luzón, y el periodista, José Peñín ha catapultado el interés de la inmimente corriente gastronómica basada en conceptos claros y rotundos de salud y alimentación. Definitivamente, los restaurantes tienen que ofrecer una propuesta beneficiosa y sabrosa a sus comensales y estos, aprender a disfrutar de comidas que no lastren su vitalidad ni su analítica.
En este reportaje ponemos en práctica la información que la doctora Luzón ha dejado impresa en su libro La dieta Gourmet, desde donde ambiciona enseñarnos a comer, sin dejar de disfrutar.

Un reportaje de Javier Estrada,
con fotografías de ©mOnsclub.

La alimentación transita en paralelo a la historia de la humanidad. El hombre primitivo aprendió a cazar viendo cómo otros animales lo hacían. Primero escarbaron la tierra para encontrar bulbos y vegetales, descubrieron proteínas en los huevos de las aves, luego en la carne y en las médulas de los huesos. Pronto sazonaron con agua de mar y, por fin, el fuego.
Mucho después fueron los romanos los que descubrirían nuevos alimentos y formas de cocinarlos. Eran los primeros gourmets. Entonces llegó Apicius y el primer libro de cocina *De re coquinaria*.
La historia también cuenta que las sociedades más ricas varían fácilmente su orden de prioridades, la cocina se ha beneficiado de estos momentos, la creatividad y la experimentación han recorrido momentos espectaculares, al mismo tiempo que la globalización ha acercado productos y cocineros. Pero también influencias buenas y malas.
Los nuevos ritmos de vida laboral nos han llevado a adquirir hábitos que finalmente han hecho saltar las alarmas: "Ya no sólo hablamos de obesidad, que por supuesto es una epidemia en España. Es que las analíticas están fatal (colesteroles, triglicéridos, etc.) y comienza a haber intolerancias a la glucosa a nivel de población general", declara Ana Luzón, licenciada en Medicina y Cirugía y Máster en Medicina Estética y Nutrición.

La doctora Luzón acaba de publicar un libro titulado La Dieta Gourmet (edit. Sindicato del gusto) y ha puesto en marcha, junto al periodista experto en vinos y fundador y asesor editorial de la Guía Peñín, José Peñín, el I Congreso Internacional de Gastronomía y Nutrición, celebrado el pasado mes de octubre.
"Mi objetivo es que todos los restaurantes oferten una dieta sana con muchas verduras y fruta y eso es lo que se ha discutido en el Congreso Internacional de Gastronomía y Nutrición.
Aquí no se está hablando de adelgazar, hablamos de aprender a construir una carta sana. (El título de la ponencia de Ana Lúzón en el Congreso fue "Cómo elaborar una carta").
Tenemos que terminar con las cartas que tienen dos ensaladas para figurar y que sólo trabajan platos basados en el reino animal, tanto en los primeros como en los segundos platos, porque no son buenas para la salud".



Ana Luzón, en la huerta de Aranjuez, con Fernando del Cerro (en el centro), José Peñín (a la izquierda) y Juan, responsable de la huerta.



A la izquierda, Ana Luzón conversa con Nacho, segundo de cocina del chef Ricardo Gil, en la cocina del restaurante La Huerta de Tudela Green & More, de Madrid.

Después de leer el libro de la doctora -prologado por el chef Joan Roca y con epílogo de José Peñín-, decidimos pedirle que nos pusiera un ejemplo práctico, eligiendo tres restaurantes como ejemplo de lo que debe ser una carta sana.

La cocina del restaurante La huerta de Tudela Green & More (Madrid), es nuestra primera parada. Junto a Ricardo Gil, chef del restaurante, Ana Luzón escoge tres primeros perfectos para comezar una comida.

Menú en La Huerta de Tudela

Barqueta de tomate con pimiento del Piquillo y boquerón marinado en casa.

"El tomate está crudo, por lo que todo su contenido en vitamina C y otras se mantiene intacto. El pimiento es rico en otras vitaminas y añade nutrientes que no tiene el tomate y los dos juntos son completísimos como primer plato, y la anchoa es proteína de alta calidad y un toque de alegría al plato".

Milhojas de patata confitada en aceite de codillo de jamón y borraja con su tocino ibérico.

"Al combinar la patata con la borraja conseguimos mucha más fibra y nutrientes. El tocino, al ser ibérico, es una grasa de elevadísima calidad, con lo cual no tiene ningún inconveniente".

> "España tiene las mejores materias primas del mundo, pero siempre nos ha gustado denostar lo nuestro"

Arroz verde de verduritas con chipirón salteado y gamba.

"El arroz siempre se debe combinar con verdura, para que aporte la fibra vegetal y los nutrientes que no tiene el arroz y añadiendo un poco de proteína animal para redondear el sabor".

Según la doctora Luzón, el libro surge tras más de veinte años de experiencia como nutricionista y evidenciando el ritmo actual de una sociedad que cada vez come más fuera de casa. "Ya no se trata de ir un día a darse un homenaje y despreocuparse de la dieta, ahora tenemos que preocuparnos de organizarnos para estar sanos. Por lo que entiendo que este libro y el Congreso eran una necesidad".

El libro trata de poner algo de coherencia entre tanta locura con dietas de "pin o de pan", no vamos a decir nombres de las innumerables dietas milagro, continúa la doctora.

Cuando alguien quiere perder peso lo que tiene que hacer es aprender a comer y no deteriorarse la salud. Estas dietas milagro siempre son restrictivas, significa que no te dejan comer según que tipo de alimentos. De lo que hay que darse cuenta es de que cuando la termines, vol-



Los platos de Gil: Arroz verde, Milhojas de patata y borraja y Tomate, pimientos y boquerón.

verás a comer lo mismo que antes de comenzar.
En mi libro explico que se puede comer de todo, absolutamente de todo, incluido el vino, el chocolate o las palomitas cuando vas al cine, pero sabiendo qué cantidades; primero para tener una buena salud y segundo para adelgazar y mantenerse".

Estética o salud
"En la España actual prima más la estética que la salud y por eso todas estas dietas disparatadas y perjudiciales tienen tanto éxito. Si nos preocupáramos, por lo menos, de la misma manera de la salud que de la estética, lo primero que haríamos sería ponernos siempre en manos de profesionales".

Crece la curva de enfermedades
"Las enfermedades y consecuencias negativas relacionadas con la dieta, se disparan en las últimas décadas. España tiene unas de las mejores materias primas del mundo, pero como siempre, nos ha gustado denostar lo nuestro y mimetizar lo de los demás, aunque no sea bueno, pero es moderno o está de moda. Estamos cambiando nuestra cultura y hemos empezado a comer mal. Tenemos que reeducar a la población, empezando por decir que en España somos unos privilegiados por el acceso a un producto estupendo".

Errores de bulto
"Una de las carencias graves que hay a nivel de población es que no se toma la cantidad necesaria de reino vegetal (frutas y verduras). Esto, aparte de todos los nutrientes que aportan, que son imprescindibles, te pone en una situación de riesgo de cáncer, diabetes o intolerancia a la glucosa, porque no tomas los antioxidantes y la fibra necesaria".

Educar y exigir
"La inmensa mayoría de los comedores de los colegios van a lo fácil, como mucho hay un puré de verduras y un plato de lugumbre a la semana. Son los padres los que deben exigir una dieta más sana, sabrosa y equilibrada. A este paso, las cifras tan buenas de po-



Cómo adelgazar sin renunciar al placer de comer

"Método Luzón. La Dieta Gourmet. Cómo adelgazar sin renunciar al placer. Este es el título del libro de la doctora Ana Luzón, prologado por el chef Joan Roca y por el periodista José Peñín".

La doctora Ana María Luzón Peña, licenciada en Medicina y Cirugía por la Universidad Complutense de Madrid y Máster en Medicina Estética y Nutrición, vicepresidenta de la Sociedad Española de Gastronomía y Nutrición y miembro de la Sociedad Española para el tratamiento Integral de la Obesidad y de la Sociedad Española de Dietética y Ciencias de la Alimentación, nos desvela en este libro, fruto de más de veinte años de apasionada experiencia, las claves de cómo el placer gastronómico y la salud pueden y deben convivir en perfecta armonía.



El chef Fernando del Cerro explica uno de sus platos en su restaurante Casa José, en Aranjuez, ante la atenta mirada de José Peñín, escritor de vinos y director de la Guía Peñín.

blación con más años de esperanza de vida de las que presumimos en nuestro país van a comenzar a retroceder y veremos cómo en poco tiempo, si seguimos comiendo así, la gente va a vivir menos años y con menos calidad".

Vegetal + animal

"Son los restaurantes los que deben adecuar sus cartas a este concepto. Los cocineros son muy responsables de la salud de la población y tenemos que conseguir entre todos crear una amplia y variada oferta de vegetal en los entrantes y primeros platos, seguir con reino animal (carnes y pescados) en los segundos y volver a encontrar mucha fruta en los postres".

No se pierden los sabores

Estos tres restaurantes que hemos recorrido con la doctora Luzón demuestran que se puede cocinar de forma sabroso y atractivo todo tipo de verduras y frutas. "Se pueden hacer platos deliciosos sin cargar la mano con ingredientes perjudiciales. La grasa aporta palatabilidad, es decir, la cualidad de que un alimento sea grato al paladar. Aparte de engordar (1 cucharada de aceite son 108 kilocalorías), el problema es que la grasa te va a propiciar una mala digestión y con el tiempo una analítica nada saludable. Hay que saber medir las grasas".

Futuro

"Creo que es posible un futuro como el que diseño en el libro, por eso también he convocado el Congreso. Hay que informar y huir de tecnicismos".

Los estudios dicen y no dicen

Sin duda entramos de lleno en una década en la que oiremos mucho hablar sobre temas de nutrición en la gastronomía. Termina el boom de las técnicas y los productos en cocina y llegamos a la irrupción de la nutrición y la salud, pero la información veraz tiene muy complicado competir contra la información interesada. "Efectivamente viene una avalancha de desinformación sin base científica. Tenemos que fijarnos en afirmaciones que salgan de estudios científicos publicados y en los profesionales serios y no en bulos que recorran Internet, libros escritos por *nosesabe* quién o en las manipulaciones informativas generadas por lobbys de influencia".

José Peñín y el vino

La OMS, Organización Mundial de la Salud, recomendó hace unos años beber una copa de vino al día. La doctora Ana Luzón afirma rotunda que "por supuesto se puede beber vino, los hombres un poco más que las mujeres, y siempre con moderación.

Todo lo que tiene son propiedades beneficiosas, mejora los problemas cardiovasculares y ayuda a prevenir la depresión, por ejemplo".

Nos acompaña en este reportaje José Peñín (Santa Coloma de la Vega, León. 1943), experto y respetado periodista de



Los platos de Fernando del Cerro: de izquierda a derecha, Calabacín con chipirones, Berenjena con queso y Sandía.

vinos, creador de la Guía Peñín, autor de una treintena de libros relacionados con la España vitivinícola, además de ser el presidente de la recién creada Asociación Española de Gastronomía y Nutrición. Dice Peñín: "El mundo de la cocina ha buscado y encontrado diferentes maneras de disfrutar de todo el sabor de los alimentos, por lo general de los de origen animal. ¿Por qué no dar el paso y hacer lo mismo con verduras y frutas? Creo que es avance necesario porque hay que encontrarse con la ligereza de los platos sin perder ni un ápice de "sabrosidad" y placer", comenta el periodista.

A la pregunta del papel del vino en esta tendencia de la nutrición y la salud en la cocina, contesta concluyente: "Tengo claro que debemos reeducar en el concepto de degustar y disfrutar el vino para aprender a captar todas las sensaciones, que nada tiene que ver con una ingesta medida en cantidades. Sobre este tema versó su ponencia en el I Congreso celebrado el pasado mes de octubre que se tituló: "Cómo disfrutar del vino sin beber tanto".

Aprendamos a paladear el vino para captar todos sus valores y no a tragarlo. En primer lugar hay que erradicar el concepto equivocado de que una excesiva ingesta de vino te va a hacer disfrutar más de él y, en segundo, lugar aprender a disfrutar de su naturaleza, de las variedades autóctonas, cultivos ecológicos, elaboración o historia. En definitiva, beber de una forma mucho más pausada y atendiendo a todo lo que nos puede contar cada vino", concluye Peñín.

> "En la España actual prima más la estética que la salud, por eso triunfan las dietas milagro"

En Aranjuez hay un chef genial, con estrella Michelín, que pertenece al grupo de abanderados que hace tiempo hablan del interés e importancia de las verduras. Se llama Fernando del Cerro y de su boca salen frases tan impactantes como "la peor forma de cocinar la verdura es cociéndola". Del Cerro ha recogido la tradición hortelana de su ciudad natal y ha convertido su restaurante, Casa José, en un templo de la verdura moderna.

"Lo primero que tenemos que hacer es olvidarnos de la textura y profundizar en el sabor y, segundo, asar, saltear o freír la verdura, pero nunca pasarla por agua", explica Fernando del Cerro.

Menú en Casa José

"No considero que un alimento puede curar o ser saludable si antes no cumple el factor psicológico que es el placentero. Comemos lo que nos gusta".



Anabel Arriezu, propietaria del restaurante La Manduca de Azagra conversa en su cocina con la doctora Ana Luzón sobre las alcachofas que acaban de llegar de Navarra. En la otra imagen, una menestra de verduras.

Después de esta afirmación, el chef repasa la carta de su restaurante y elige, con la doctora Ana Luzón, estos platos: Tomate suflé, Calabacín con chipirones, Berenjena con queso y cerveza, Dorada, Pichón a la sal y Sandía con queso.
"El equilibrio de este menú es perfecto", proclama Luzón. "Y su sabor, espectacular", declaran los comensales.
"Ha habido una sobreexplotación de la proteína en la gastronomía y ya vamos con retraso para elevar a las verduras a la misma importancia", termina Del Cerro.

La familia navarra de La Manduca de Azagra homenajea y difunde a diario, en su restaurante de Madrid, los productos de su huerta y la cocina saludable.
Anabel Arriezu, Raquel Sánchez y Juan Miguel Sola fueron de los primeros en exportar lo que su tradición les enseñó y fue Madrid la que recibió con agradecimiento su cocina.
Ana Luzón repasa la carta junto a Juan Miguel. En la propuesta de primeros platos, hasta diez platos sólo de verduras, verduras exquisitas perfectamente cocinadas.

> "Lo peor que se puede hacer con una verdura es cocerla".
>
> FERNANDO DEL CERRO

Menú en La Manduca de Azagra
"Un segundo de reino animal, mejor con acompañamiento de verdura, por eso propongo la lubina con lecho de verduras en este restaurante.
Los primeros son vegetales fresquísimos, las alcachofas exquisitas y las pochas (judía blanca) son frescas, aunque son complicadas de encontrar. Y en este caso, cocinadas sin grasas animales.
Los pimientos de cristal son de una calidad excelente, pelados y desmigados a mano, asados a la leña y el huevo complementa muy bien, tanto por lo que aporta, como por la combinación de sabores".

"Sigue siendo un movimiento minoritario"
Ana Luzón menciona a cocineros y restauradores como Rodrigo de La Calle, Ricardo Gil, Raquel Sánchez, Fernando del Cerro, Aduriz, Carme Ruscalleda, Paco Roncero, Elena Arzak, Mario Sandoval, Joan Roca, Sergi Arola, Quique Dacosta o Samantha Vallejo -Nájera, para demostrar que se puede confeccionar una carta sabrosa y sana basada en mayor medida en verduras y frutas. "Hoy éstos son los referentes. Ahora hay que hacer ruido para que el resto les siga porque es posible y necesario", concluye la doctora Luzón.

LA TRADICIÓN SE REINVENTA

FINCA
CONSTANCIA





CLUB DE VINOS zonavid

Únete

WWW.ZONAVID.ES

Carretera de Extramadura km. 86
Otero (Toledo)
www.fincaconstancia.es

WINEinMODERATION.eu
Art de Vivre

Javier Gutiérrez, La Taberna del Volapié

"Vendemos alegría andaluza con calidad y buen precio"

Al jerezano Ángel Gutiérrez le hizo falta un año en el Tíbet para darse cuenta de que lo que quería ser era tabernero, venerar la gastronomía andaluza y rodearse de personas felices. Así fundó la primera Taberna del Volapié en Fuengirola (2008). Dos años después, sus sobrinos Javier y Laura Gutiérrez entraban en el negocio para convertirlo en una franquicia de éxito que, a finales de este año, tendrá 30 establecimientos abiertos en los que el alma andaluza triunfa a ritmo de alegrías, con una elaborada receta que aúna calidad y precio.

Un reportaje de Javier Estrada.

La crisis pegó de lleno a sus negocios inmobiliarios y Ángel Gutiérrez quiso desconectar. Se marchó un año a vivir al Tíbet. Allí decidió que quería sonreír cada día y, buscando en sus mejores recuerdos, apareció Casa Manteca (del barrio de La Viña, en la ciudad de Cádiz) donde él había sido feliz y había compartido vino y chicharrones en papel de estraza con amigos entre sonrisas y flamenco.

Han pasado pocos años y hoy La Taberna del Volapié poco tiene que ver con ese local de 50 metros cuadrados que abrió en Fuengirola, pero las intenciones siguen intactas.... y la calidad de la propuesta es un éxito comprobado.

Octubre de 2008

Ángel Gutiérrez está detrás de la barra un año y medio, testeando el producto, buscando proveedores, dando cariño a los clientes y dándose cuenta de que desde el día uno, el concepto funciona.

En el año 2010 abre otra dos Tabernas más en Málaga y, en las mismas fechas, lejos de allí: "Un día un amigo me llama entusiasmado para decirme que conoce un sitio andaluz estupendo, que está súper simpático y que tengo que conocer. Vente a Fuengirola"- nos cuenta Javier Gutiérrez, sobrino de Ángel y actual socio. "Cuando llego, entro en La taberna del Volapié de mi tío Ángel, de la que sabía su existencia, pero todavía no había estado"... Y mi amigo me propone montarla en Madrid.

30 Tabernas = 10 millones de euros

"Al final nos hacemos socios de Ángel mi hermana Laura y yo, comprándole el 49 por ciento y haciendo una ampliación de capital.

Actualmente (octubre 2013) tenemos 26 locales abiertos y acabaremos el año con 30. De una facturación en 2010 de 600.000 euros, este año cerraremos el ejercicio con 10 millones de euros".

Primera franquicia

Un cliente de Fuengirola, Andrés Avilés, joyero de Córdoba, al que le encantó el concepto, quiso montar La Taberna del Volapié en Córdoba, así se desarrolló la primera franquicia en la que los Gutiérrez se asociaron al 50 por ciento con la intención de estar muy cerca de la franquicia y de aprender. Hoy es una de las tabernas que mejor funcionan.

Calidad y precio.

"Parte de nuestro éxito radica en que nuestro ticket medio es de 17 euros, explica Javier Gutiérrez. Hemos encontrado un concepto de buena calidad que podemos vender por debajo de los 20 euros."

Capaces de replicar el modelo

El elevado volumen de compra que les otorga la apertura de establecimientos (hasta 30 en diciembre de 2013) les permite tener una central logística (Conway) a través de la cual todos los proveedores envían la mercadería a Guadalajara y es Conway la que la hace llegar a los franquiciados. Esto les permite una agilidad a la hora de abrir nuevos establecimientos, así como un estricto orden y control de calidad.

"Este es uno de los puntos fuertes de la

franquicia, o de cualquier franquicia que funcione y esté bien diseñada, ya que a más franquiciados, más producto, más capacidad de negociación y mejores precios de los que se benefician directamente franquiciados y clientes".

Alma andaluza

"La primera gran prueba de fuego fue cuando abrimos en Valladolid, una ciudad con una cultura de la tapa muy importante. Pero precisamente ese alma andaluza es más fuerte y diferente fuera de Andalucía, somos más exclusivos, tenemos menos competencia y nuestras franquicias son un éxito".

Tío Pepe

Las señas de identidad son fundamentales en La Taberna del Volapié. No solamente la estética se apoya en la tradición bodeguera de los vinos de Jerez, sino que la empresa embotella tres vinos (tinto, blanco y rosado), con González Byass, además de servir fino Tío Pepe, Alfonso Olosoro, Solera 1847, Néctar PX o un Rioja de Beronia y un blanco del Somontano, como Viñas del Vero.

Un chef para todos

Volapié trabaja bajo el concepto de "quinta gama". No existe cocina o cocinero en cada establecimiento. Los productos se elaboran todos en Jerez, -sin conservantes ni colorantes-, para homogeneizar la calidad y los sabores en todos los establecimientos.

Los productos estrella son, el fino Tío Pepe, la gamba de Huelva, los fritos y las albóndigas al oloroso.

Futuro

Han diseñado lo que denominan el Plan 100, que pretende abrir ese número de Tabernas para el año 2016.

En este camino ya han comenzado las peticiones de posibles franquiciados extranjeros. Lugares como Miami, Colombia, Alemania o Moscú también quieren "entrar a matar" al Volapié.



Javier Gutiérrez en La Taberna del Volapié de Paseo de la Castellana, 124 (Madrid)



En el año 2008 Ángel Gutiérrez abrió su primera taberna en Fuengirola, al final de 2013 tendrá 30 en España.

VOLAPIÉ: En la fiesta de los toros, suerte de matar en la que el torero avanza hacia el toro dándole salida con la muleta hacia la derecha y clavando al mismo tiempo el estoque.

Lepanto Aurum, icono de Jerez

El brandy más exclusivo del mundo

LEPANTO lanza un exclusivo Brandy de Jerez Solera Gran Reserva envejecido durante más de 30 años en botas jerezanas centenarias. Luis Miguel Trillo, Maestro destilador, nos presenta Lepanto Aurum.

En Jerez de la Frontera, en la quietud de la Bodega San Manuel -denominada así en honor de su fundador Manuel María González- y muy cerca de los antiguos alambiques de LEPANTO en los que vieron la luz las primeras holandas de González Byass, envejece LEPANTO AURUM, un brandy Súper premium considerado la joya más auténtica y preciada de González Byass.

Luis Trillo, Mastro destilador, nos descubre la historia y los atributos de esta joya escondida hasta ahora: "LEPANTO AURUM se caracteriza por el envejecimiento en seis botas centenarias especialmente seleccionadas que contuvieron olorosos y añadas de vino durante más de 30 años. El envinado excepcional de las botas de roble americano, unido a la selecta elección de las mejores holandas obtenidas a partir de uva Palomino en los antiguos alambiques de González-Byass y su prolongado envejecimiento en las idóneas condiciones de temperatura y humedad de la Bodega San Manuel han permitido obtener este excepcional Brandy de Jerez".

José de las Cuevas en su libro "Historia apasionada del Brandy de Jerez" escribió: "A un vino de oro, lo corona un brandy de oro". El carácter de aquellos olorosos excepcionales que envejecieron en estas botas centenarias, han aportado a este Brandy una personalidad inigualable.

> "Lepanto Aurum, icono de Jerez, es el Brandy de González Byass más emblemático".
>
> LUIS TRILLO,
> MAESTRO DESTILADOR

"De color caoba oscuro con intensos matices dorados y cobrizos. De nariz intensa, fragante y profunda muestra una plenitud de aromas a maderas finas y artesanas, bálsamos y tostados conjuntados en una amalgama de frutos secos que hacen de él un brandy único y singular. En boca es un brandy de gran relevancia, elegante y untuoso con un retrogusto muy amplio y placentero. En definitiva, es el fruto de ese mágico reposo donde el paso del tiempo ha dormido al aguardiente en estas botas jerezanas centenarias proporcionándole una variedad infinita de aromas.". Además, "Tiene un paso de boca muy agradable, largo y placentero , con infinidad de aromas. Ideal para acompañar y deleitarse en agradables finales de comidas con dulces y cigarros, café o chocolate".

"Recorrerá el mundo"

Lepanto Aurum se envuelve en la mítica botella tipo 'decanter' de Lepanto diseñada por la Real Fábrica de La Granja, pero realizada en un color negro mate salpicada de matices dorados que recrean el preciado brandy y le imprimen un aura de lujo. Sin duda, un brandy único en el mundo pensado para aquellos que buscan nuevas experiencias y persiguen ser diferentes a los demás que llega al mercado en una edición limitada de 200 botellas a un precio de 300 euros. Luis Trillo concluye diciendo que: "Lepanto Aurum está pensando para recorrer el mundo y encontrarse con un consumidor que sabe lo que tiene entre manos".

LEPANTO AURUM es un brandy súper *premium* que se envuelve en la mítica botella tipo 'decanter' de Lepanto diseñada por la Real Fábrica de La Granja, pero realizada en un color negro mate salpicada de matices dorados que recrean el preciado brandy y le imprimen un aura de lujo.





3 cócteles
Por Peter Allison

Gin & Té

37.5ml The London Nº 1.
12.5ml licor St-Germain Elderflower.
25ml Té Cold Earl Grey.
Completar con tónica.

Perfect Gin&Tonic

50 ml de The London Nº1
20 cl de Tónica
Twist de lima o limón
Decorar con bayas de enebro.

Belgravia Sling

37.5ml. The London Nº 1.
25ml Jerez Oloroso seco.
12.5 zumo de lima.
12.5 sirope de azúcar.
Completar con Soda.

Disponible en El Club del Gourmet de El Corte Inglés y tiendas especializadas.
Incluye una botella de THE LONDON Nº1, medidor de 5 cl. y cajita con bolas de enebro para disfrutar del *Perfect Serve* de The London Nº1.

Peter Allison

International Spirits Manager y Brand Ambassador de González Byass



Allison es un escocés de 26 años que vive en Edimburgo. Está licenciado en Comunicación y protagoniza una meteórica y exitosa trayectoria en el mundo de los destilados. Ha trabajado como manager en alguno de los mejores bares y restaurantes de Londres, así como en las empresas más importantes de distribución de bebidas del mundo y destilerías de whisky escocesas.

ONE & ONLY THE LONDON N°1

"COMBINA Y DIVIÉRTETE"

Peter Allison sabe que su entusiasmo por la ginebra The LONDON N°1 está cimentado en un excelente producto Premium, y en su labor de embajador quiere hacer disfrutar a todos de la posibilidad de utilizar nuestra creatividad para servir cócteles conocidos y otros por descubrir.

Peter Allison, el nuevo *Internacional Spirits Manager* y *brand ambassador* de González Byass, presenta el pack One & Only THE LONDON N°1.

"La ginebra The LONDON N°1 es indudablemente una de las más excitantes ginebras de calidad que han salido del Reino Unido en la última década", comienza declarando el Brand Ambassador escocés.

"Esta ginebra, con su poderoso enebro y su estilo London Dry, con buenas cantidades de cítricos y especias, da como resultado un sabor excepcional que en mi mente pide ser servida como un Gin&Tonic. Pero sin duda es sólo un primer ejemplo, porque su modernidad captura la imaginación del consumidor y la creatividad de los *bartenders*. Esto ya es una realidad probada".

EL *SPANISH* RITUAL

"Ha sido España la inventora de todo un ritual a la hora de beber un Gin&Tonic, que luego se ha exportado a otros mercados. La copa balón, con grandes cubos de hielo de calidad, completado con las mejores tónicas y adornado con botánicos específicos es para mí el mejor escenario para la ginebra THE LONDON N°1 y un excelente argumento a la hora de educar a los *bartenders* alrededor del mundo desde un coherente y elegante servicio perfecto o *Perfect Serve*.

Pero dicho esto, pienso que tampoco debemos obsesionarnos con el concepto ya que estaríamos parando la creatividad y las muchas posibilidades de mezclar y servir esta gran bebida. De hecho, hemos creado una selección de *Recommended Serves* para los bares, que cambiaremos cada año", explica Peter Allison.

PASIÓN POR EL CÓCTEL

Dice Allison que los cócteles clásicos están para quedarse, que no solamente son excelentes bebidas capaces de acompañar buenos momentos, sino que además muchos de ellos tienen historias geniales que les acompañan.

"Los cócteles clásicos deben ser fuente de inspiración y ayudan a convertir una nueva combinación en un clásico moderno, en ese cóctel perfecto que recorra el mundo.

THE LONDON N°1 es una ginebra que tiene un largo y fructífero futuro. Por delante un excitante camino en el que queremos compartir y extender nuestra pasión a todos los consumidores con este pack que además de la ginebra incluye un medidor de 5 cl. y una cajita con bolas de enebro para disfrutar del Perfect Serve de THE LONDON N°1", concluye el *International Spirits Manager* de González Byass.



1 'TENTE EN PIÉ'

Para acompañar el aperitivo *typical spanish*, ese del que gustan disfrutar los clientes de Estado Puro, Dana Moreno propone una combinación divertida, atrevida y con un punto sofisticado: 'Tente en pié'. Se trata de un cóctel de trago largo con una base de zumo de naranja y zanahoria mezclada con anís Chinchón. El punto más glamuroso lo aporta un toque final de cava y semillas de anís estrellado. Una combinación única y sorprendente que Dana recomienda maridar con unas anchoas del Cantábrico o un corte de foie.



2 'CHINCHONÍZATE'

Dana pretende demostrar que anís Chinchón también es perfecto para maridar una cena. Arriesga y gana con la creación de 'Chinchonízate", un cóctel con una base de limas maceradas y compota de Kumkuat a la que se le añade anís Chinchón, vodka y hielo picado. El resultado es una refrescante combinación, idónea para acompañar desde una tradicional ensaladilla rusa hasta su famoso pollo al gin-tonic.



3 'RELAXING WITH A CUP OF CHINCHÓN'

Servido en copa Martini e inspirado en el tradicional café con anís. Ideal para disfrutar de una relajada sobremesa. Es una elegante y sugerente mezcla de café, sirope de chocolate blanco y espuma de anís Chinchón, que produce una placentera sensación en el paladar.
Para darle un toque más *trendy*, Dana le añade un toque de frutos rojos que seducen a la vista. Un postre perfecto acompañado de los pestiños elaborados con anís Chinchón por su chef Alfonso Castellano, siguiendo la receta tradicional pero presentado en modernos cucuruchos.



CHINCHÓN es un anís genuino y 100% natural elaborado siguiendo un proceso tradicional y ancestral.
Chinchón se obtiene a partir de la matalahúga y se destila en alambiques de cobre electrolítico para evitar que ningún olor ni sabor se añada al destilado final. El resultado es un licor de sabor agradable y penetrante, de gran intensidad aromática que provoca una sensación dulce y cálida en el paladar.

Chinchón, el destilado más castizo, se actualiza en Estado Puro

Dana Moreno, *bartender* de Estado Puro, propone tres cócteles con anís Chinchón como ingrediente base, adaptados a diferentes momentos: aperitivo, sobremesa y cena.

Estado Puro, el gastrobar que ha hecho de la España más castiza el espacio más rompedor y cosmopolita de Madrid de la mano de Paco Roncero, convierte ahora al anís Chinchón en el destilado protagonista de su oferta coctelera. Su *bartender*, Dana Moreno, se adelanta a las nuevas tendencias y crea tres cócteles modernos, sofisticados y atrevidos, manteniendo la esencia española. Para Dana Moreno, "Chinchón es una bebida con mucha personalidad y presencia que, mezclada, resalta sus cualidades y ofrece resultados inesperados". A diferencia de la creencia popular que ha mantenido al anís relegado a digestivo, "Chinchón es perfecto para disfrutarlo en cualquier momento del día".

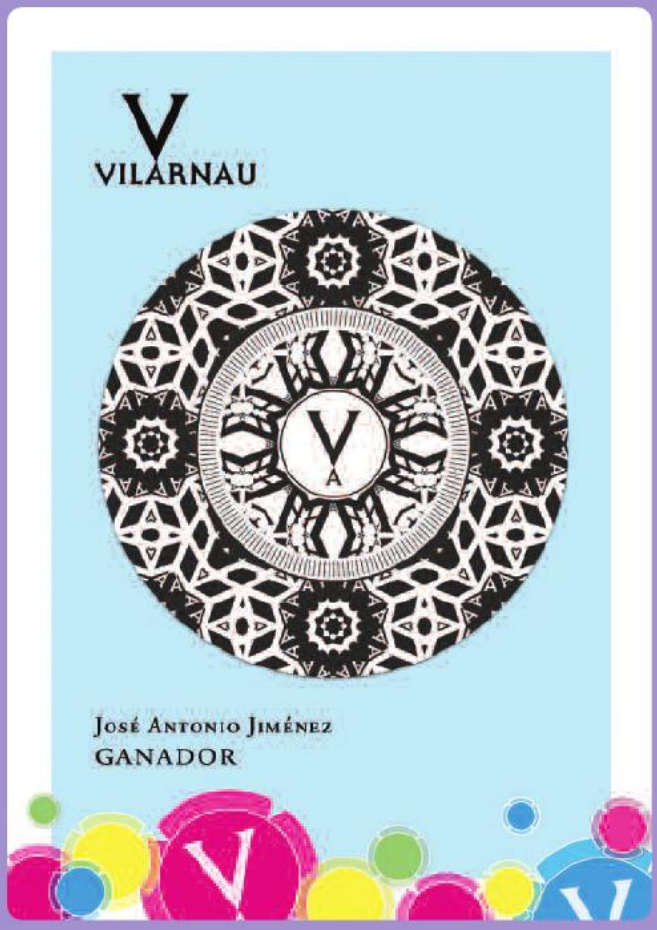
Disponible en el App Store



VinotecApp

Nueva APP de González Byass.

VinotecApp es la nueva App de González Byass en la que los usuarios podrán maridar 1.500 propuestas gastronómicas de 12 cocinas del mundo con 60 referencias de esta Familia de Vinos. Presentada en la VII Edición de Millesime Madrid, los usuarios pudieron "ir de tapas por el mundo" desde su iPhone, descubriendo, a través de maridajes clásicos y rompedores, la versatilidad de los vinos de González Byass.
Con la VinotecApp se podrá viajar por las principales regiones vitivinícolas de España donde están situadas las bodegas que conforman esta Familia de Vinos. El enoturismo también cobra protagonismo destacado a través de galerías fotográficas e información de cada bodega, existiendo la posibilidad de realizar reservas para visitarlas. Además, las sensaciones y emociones que sugieran los maridajes de los vinos se podrán compartir en Twitter, Facebook, Weibo, e-mail o SMS.



Nueva edición del concurso en Facebook "diseña las chapas deVilarnau"

Vilarnau ha propuesto a sus seguidores de Facebook participar, un año más, en el segundo certamen de "Diseña las chapas de Vilarnau". El diseño galardonado, el de José Antonio Jiménez, irá destinado a el cava Vilarnau Brut Nature Reserva. El resto de los diseños finalistas fueron los de Paco Pina, Enrique Martínez y Francesc Jiménez.

GB ONLINE

Por redacción Vida Vid Vino

Cosecha de Familia 2008 se presenta vía LinkedIn



Por primera vez, Cosecha de Familia se presenta en un evento exclusivo a través de una convocatoria única vía LinkedIn, la red social de profesionales de referencia en todo el mundo. Con esta plataforma, que permite segmentar y llegar al público más selecto, se logró que profesionales acudieran a la presentación de la nueva añada, para descubrir una nueva obra de arte: Cosecha de Familia.

BodegasTío Pepe traslada a Internet la decisión sobre qué escultura presidirá la rotondaTío Pepe



Bodegas Tío Pepe pone en marcha hasta el 30 de noviembre, una votación para seleccionar el monumento que coronará la Rotonda Tío Pepe, en Jerez de la Frontera. A través de la página www.rotondatiopepe.com y por medio de una APP que también se ha puesto en marcha en la página de Facebook de Tío Pepe, los usuarios de Internet podrán votar una de las cuatro maquetas propuestas.

En la página web se incluye un efecto de programación, con el que se puede comprobar cómo sería su integración en la Rotonda, por medio de una ilustración que recrea una imagen real. Igualmente, la página da la posibilidad de contemplar un vídeo con la técnica de 'stop motion' de cada una de las esculturas, en el que, mediante un efecto giratorio, se comprueba hasta el último detalle desde todas las perspectivas.



Primer concurso de Instagram en Viñas delVero

Viñas del Vero ha estrenado su cuenta en Instagram @vinasdelvero (http://instagram.com/vinasdelvero) organizando su primer concurso de fotografías en esta red social que cuenta con millones de usuarios en todo el mundo. Viñas del Vero animó a sus seguidores de Twitter, Facebook e Instagram a fotografiar los mejores paisajes junto con el hashtag #Verano-ViñasdelVero.

Vive el tour Flor de Caña

Nuestra exclusiva marca de Ron organizó el concurso "Vive el Tour Flor de Caña" en el que sus fans de Facebook tuvieron que relatar sus mejore experiencias con la marca.
El concurso fue un éxito en cuanto a participación, y ganador consiguió un viaje al "Tour Flor de Caña" en Nicaragua donde se desvela la historia y los secretos del mejor ron del mundo.



The London nigth

THE LONDON N°1 protagonista de la mejor historia

Los amantes de gin&tonics participaron en el concurso que The London N°1 realizó en Facebook y en el que animó a sus seguidores a mostrar su pasión por esta ginebra contando su mejor historia y experiencia. El ganador del concurso pudo disfrutar de una noche única con sus amigos, en la que un maestro coctelero sirvió los mejores cocktails y Gin&Tonics.



El Sabor del Chinchón

Curso de cocina de regalo por compartir tu postre favorito



Chinchón invita a los miles de seguidores de Facebook, Twitter y de su blog www.cocinaconchinchon.es a compartir el Sabor Chinchón. Mediante un App creada en Facebook, los participantes debían seleccionar cual es su postre favorito, explicar el por qué y compartirlo con sus amigos. El premio fue un Curso de Cocina en la Escuela de Cocina Telva impartido por Sesé San Martin, directora y fundadora.



Disfruta de un consumo responsable. 35º y 43º

Es natural
que te guste

Fernando Lemoniez

“Es la misma persona la que disfruta de un buen diseño o de un vino prodigioso”

Fernando Lemoniez nació en San Sebastián (1962) y recuerda el sabor de las vieiras con jamón de su infancia con nostalgia. Este diseñador español, al que le gusta enfriar el vino blanco con un hielo, es un prodigioso creador capaz de inventar bellas prendas llenas de personalidad y de convencer a sus clientas de que la identidad y la seducción son mucho más interesantes que la tendencia o la elegancia.
En su tienda de Madrid descorcha un vino de Jerez, Leonor Palo Cortado, mientras conversa pausadamente.

Entrevista de Javier Estrada,
con fotografías de ©mOnsclub.

¿Cuál es su primer recuerdo relacionado con la cocina?
La verdad es que en mi casa siempre ha comido muy bien. De niño siempre me ponía muy contento cuando tenía para comer *soufflé* de macarrones, nos encantaba, era nuestro plato preferido. También recuerdo lo que llamábamos *las conchas*, que eran conchas de vieira gratinadas con bechamel, pan rallado y jamón.
¿Le gusta cocinar?
Sí me gusta, pero hace falta mucho tiempo. Así que el día a día lo que hago es cocina rápida, poco elaborada.
¿Cuál es el plato que prepara cuando tiene invitados?
Siempre cocina tradicional. Me gustan mucho los asados bien condimentados, donde también me gusta sorprender.
¿Disfruta de otras cocinas más internacionales?
Sí, me gusta probar de todo. Pero sólo como comida cocinada, así que la japonesa no me atrae. La he probado, pero no.
¿Cuál es el restaurante donde más ha disfrutado?
He ido mucho a Aranzadi, en Villabona (San Sebastián). Lamentablemente cerró. Pero ha sido un referente gastronómico donde cada vez que iba disfrutaba como nadie. Lo que me gustaba de su cocina era su exquisito toque francés, sobre todo con las salsas, en productos de calidad locales.
¿Qué le gusta beber?
Bebo agua y vino. Lo que más me gusta es el vino blanco y me lo sirvo muy frío, en ocasiones hasta con un hielo.
He disfrutado mucho con buenos vinos españoles, pero tengo que decir que viajando me he encontrado siempre con vinos maravillosos.
Al igual que la moda, creo que los vinos deben ser y creo que son, internacionales. Hay que hacer buenos vinos, como buenos diseños, pensando en que los puede comprar cualquier persona en el mundo. Lo que no quiere decir en absoluto que debamos perder nuestra personalidad. Estoy convencido de que los trabajos que se hacen con profesionalidad, si además tienen pasión y han luchado por tener personalidad, encontrarán consumidores que lo aprecien en cualquier rincón del planeta. Hay que tener una identidad.

Fernando Lemoniez: "Mi trabajo me ayuda a preservar mi identidad y se ve recompensado cuando las mujeres identifican, mediante él, la suya propia. A partir de ahí todo se convierte en una relación de complicidad y de respeto mutuo entre la clienta y yo".

REFERENTES LEMONIEZ
Pintura: Josef Albers.
Música: Anglosajona de los años 70.
Arquitectura: Franck Lloyd Wright.
Diseñadores: Balenciaga, Yves Saint Laurent o el belga, Jean Francoise Crahay.







"Me ha encantado conocer este vino de Jerez, este Palo Cortado con nombre de mujer".

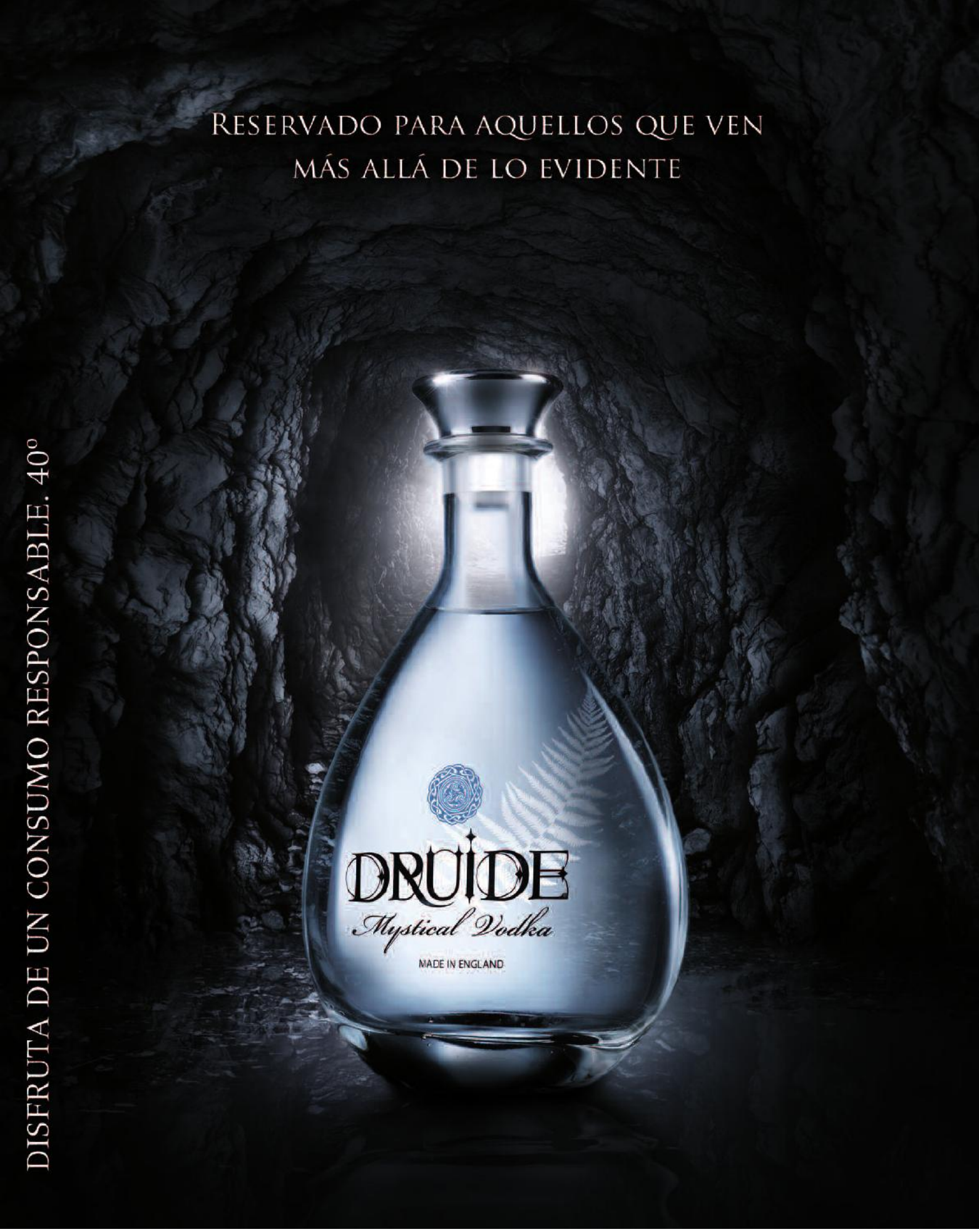
LEONOR PALO CORTADO
Vino Generoso de color ámbar con tonos dorados y ribete ocre. Intenso en aromas de frutos secos arropados por notas de madera vieja. De paladar intenso y persistente, con matices tostados y de largo y equilibrado postgusto.

¿Qué paralelismo encuentra entre el mundo de la moda y el vino?
Creo que no lo hay. Pero sí existen personas refinadas a las que les gusta descubrir y disfrutar de un vino prodigioso y de una prenda de calidad y un diseño original. Entonces el paralelismo lo puedo encontrar en un perfil de personas, de consumidores.
¿Cómo está siendo el camino?
La sensación es que llevo toda mi vida luchando por conseguir los objetivos que un día me marqué y a los que voy llegando, aunque siempre te los vuelves a replantear. Creo que la moda es así, nunca se puede decir, hasta aquí he llegado, lo he conseguido, voy a mante-nerme. Siempre hay que superar lo que se ha hecho.
¿Cómo trabaja a nivel creativo?
La creación es algo que se trabaja todos los días. Quizás sea este punto el más bonito de mi trabajo, la búsqueda cons-tante de esa clave para comenzar la nueva colección, que en mi caso puede ser a través del cine, de la música, pintura...
¿Y sucede un click genial o se trata de una suma de informaciones?
Las dos cosas. Puede ser una idea aparcada desde hace quince años.
Sé lo que voy a hacer cuando lo siento. Me gustan mucho las artes de la primera mitad del siglo XX, las corrien-tes vanguardistas. Y es de la pintura de donde saco las paletas de colores.
¿Cómo elude un diseñador que tiene su propio estilo la influencia de las grandes tendencias para seguir siendo él?
Hay que tener claro lo que es tendencia de una vez por todas. La tendencia la deciden las directoras de las grandes revistas de moda en función de los grandes anunciantes que tienen. Los grandes grupos de moda italianos y franceses mantienen esas revistas con su publicidad y exigen que sus colecciones se presenten como la tendencia de la temporada. Por lo tanto si tienes una personalidad y un criterio nunca vas a estar en esa tendencia y, si lo estás, será por pura casualidad.
¿Cómo es la mujer Lemoniez?
Una mujer a la que le gusta mucho la moda, que le gusta estar al día y conocer lo que se lleva, que ve colecciones, pero con una personalidad suficiente para interpretar y llevarlas a su estilo personal. Sin duda para mí es una de mis mayores satisfacciones que mi clienta no sea la *fashion victim* que va disfrazada por los dictámenes de esas tendencias.
La mujer Lemoniez tiene más de 35 años, por su estado de madurez, capaz de saber nítidamente lo que quiere y con una independencia económica. Avanzada.

"Un vino con identidad, igual que un diseño de moda , encontrará a su consumidor en cualquier lugar del planeta".

"No creo que la mujer tenga que ser sexy ni elegante, tan solo debe ser seductora".

¿Dónde posicionaría hoy a la moda en España?
En España el mundo de la moda sigue siendo poco conocido. Metemos a toda la moda en un mismo saco. Como en la industria automovilística, todos hacen coches, todos te llevan, pero hay coches de alta gama y otros pensados para el gran consumo. La moda es igual.
España, en grandes superficies, es de lo mejor que pueda haber. Y en la moda creativa o experimental estamos muy verdes, con grandes carencias.
¿Eso refleja a nuestra sociedad?
No, eso refleja que no tenemos industria ni artesanos en el sector. Se ha perdido.
Sus desfiles tienen también un sutil toque de espectáculo, de sorpresa, de intención. Aparecen sus famosos cuellos cerrados y sus faldas largas, para de pronto dar paso a un escote vertiginoso o a una abertura imposible en una falda, ¿dónde está realmente usted?
Creo que la mujer tiene que seducir y lo que no tiene que ser es sexy, que no me gusta nada. Lo de elegante, tampoco.
No se trata ni de enseñar ni de ocultar, se trata de jugar.
¿Entonces eso de elegante, no le gusta?
La elegancia brilla por su ausencia. No me gusta el significado que hoy tiene.
Pasa lo mismo con la palabra *glamour*, porque hoy una presentación con un *photocall* es glamurosa y la esencia del glamour ya no existe.
¿Y qué es la seducción?
Es un arma de la mujer para atraer, para transmitir y pienso que es lo más importante.
¿Y la moda le hace disfrutar tanto como...?
Soy muy casero, también me gusta viajar, pero no me vuelvo loco.
Me gusta estar en mi casa con mis muebles, mis libros, mis películas y mis perros.
¿Le preocupa ver cómo lo más mediático de nuestra sociedad sea el peinado de Ronaldo, McDonalds o el insulto y el grito en la televisión?
Para mí es una de las mayores tristezas.
Me gusta analizar ese tipo de costumbres, las veo como cambios que no te queda más remedio que aceptar.


Reservado para aquellos que ven
más allá de lo evidente
DRUIDE
Mystical Vodka
MADE IN ENGLAND
DISFRUTA DE UN CONSUMO RESPONSABLE. 40º





Un conjunto de sierras de relieve abrupto canalizan los vientos del Estrecho de Gibraltar y cobijan a la ganadería autóctona de cabra Payoya en el Parque Nacional de Los Alcornocales, en Cádiz.

En Alcalá de los Gazules, trabaja Jorge Puerto, maestro quesero de El Gazul, para quien decidir tomar las riendas del negocio de ganado y leche de cabra que su padre dejaba en 1990 por jubilación, fue la apuesta de su vida.

En 1998 comienza a pensar en producir quesos artesanos y tarda cuatro años en elaborar el concepto y en construir la fábrica. Su idea era potenciar la cultura local, apostar por la cabra Payoya y hacer unos quesos totalmente naturales.

El tiempo le ha dado la razón, actualmente vende a todo el mundo y los premios nacionales e internacionales corroboran su esfuerzo.

Ya era famoso hace muchos años el queso en aceite de Alcalá de los Gazules que embarcaban en sus bodegas los barcos que zarpaban de la bahía de Cádiz.

La cabra payoya, un animal rústico que vive y duerme en el campo, ha sido protagonista histórica de esta tierra tradicional de pastores y queseros. Desde esta arraigada raíz, Jorge Puerto desarrolla su concepto de ganadería ecológica con 200 cabras payoyas para elaborar quesos curados, semicurados, aromáticos -con pimentón, aceite de oliva virgen extra, matenca ibérica o romero-, frescos, ecológicos, yogures y requesón, que presenta en dos marcas: El Gazul y Montes de Alcalá (ecológico).

Son la climatología y la piedra de la zona las que hacen los pastos diferentes y por tanto, la leche de las cabras con un aroma característico, muy rica en ácidos grasos.

José Argudo, Brand Manager de Bodegas Tío Pepe, es un apasionado y gran conocedor del marco de Jerez y del conjunto de la provincia de Cádiz, en su labor continuada de buscar interesantes recorridos a los vinos de González Byass. Conoce el queso que Jorge Puerta elabora en Alcalá y enseguida se da cuenta de que la potencia del vino de Jerez limpia el paladar y contrarresta magníficamente la grasa del queso de cabra payoya, convirtiendo este enlace en una exquisita experiencia gastronómica.

Elige entonces un Cream como Solera 1847 para jugar con el concepto agridulce y el entusiasmo de una reunión de expertos enólogos y gastrónomos dejó claro la viabilidad del proyecto, basado en la autenticidad y calidad que ambos productos reunían. Ahora, los quesos de El Gazul flotan durante 45 días en Solera 1847 para convertirse en un nuevo queso aromatizado que transita por lo mejor de la gastronomía gaditana.





A la izquierda: Jorge Puerto corta diferentes tipos de queso de Los Gazules. En el centro, José Argudo, Brand Manager de Bodegas Tío Pepe, en primer término sentado, junto a Jorge Puerto en la finca de Alcalá de los Gazules con el ganado de cabra payoya. Sobre estas líneas, Solera 1847 junto a los quesos de Los Gazules.

Queso de cabra Payoya con Solera 1847

Cuando la cabra supo que le gustaba el vino

Dos enamorados de la provincia de Cádiz, dos profesionales de la gastronomía y el vino, se unen para alumbrar una nueva propuesta gastronómica. Jorge Puerta, de la quesería El Gazul, y José Argudo, de Tío Pepe, se atreven a inventar un sabor, el queso de cabra Payoya curado y macerado 45 días en vino Solera 1847. El resultado, sofisticado y delicioso.

ALGUNOS PREMIOS:

World Chesse Awards
2011. Súper Oro
Queso Montes de Alcalá
World Chesse Awards
2011. Medalla de plata
Quesos artesanos de cabra
Organic Chesee Award
2012. Primer premioQueso
Montes de Alcalá ECO
World Chesse Awards
2012. Medalla de bronce
Quesos semicurado y curado

BAR RESTAURANTE
JUANITO

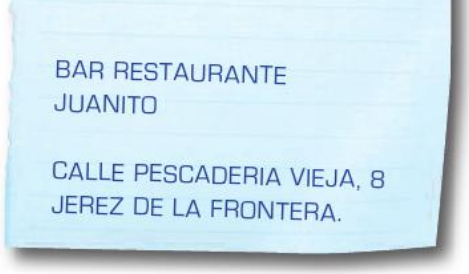
CALLE PESCADERIA VIEJA, 8
JEREZ DE LA FRONTERA.

Bar Juanito

Faustino o la lección de entender una profesión con alegría

Se habla de sus alcachofas, de su simpatía y de su amor por la ciudad de Jerez y el fino, pero Faustino deja conscientemente, tras su amable presencia, la esencia de su victoria. El trabajo duro, desde niño, el respeto por la cocina jerezana y su instinto para hacer feliz a la gente, también son aderezos fundamentales de su cocina.

Un reportaje de Javier Estrada,
con fotografías de ©mOnsclub.



Faustino posa para la revista VidaVidVino en el comedor del Bar Juanito, junto a un cuadro homenaje a las alcachofas y una copa de Tío Pepe en la mano.

Una carcajada gigantesca rebota en las paredes de la estrecha calle jerezana Pescadería Vieja. Marca de la casa. La alegría de Faustino ya se escribe en poemas y se canta en sevillanas. Estamos en el Bar Juanito, un templo gastronómico de Jerez de la Frontera, que la guía Michelín no se cansa de recomendar año tras año.

Su nombre es Faustino, pero la mayoría de la gente que pasa por su establecimiento le llama Juanito, como se llamaba su padre y fundador del tabanco donde todo comenzó hace ya setenta años.

"Yo soy un afortunado de la vida, creo que tiene que haber Dios porque estoy tocado por una varita", comenta Faustino Rodríguez (Jerez de la Frontera, 1947). "Quién me iba a decir a mí, con un bar tan pequeñito, que me conociera tanta gente".

Es el mayor de siete hermanos y heredero del pequeño bar que su padre abrió en la Plaza de la Yerba, uno de los primeros en servir tapas, en vez de avellanas y altramuces, como se acostumbraba en la época.

Fueron los pajaritos fritos los que, al principio, dieron fama al bar y desde entonces, la expectación no ha dejado de elevarse, hasta el punto de que hoy visitar la ciudad de Jerez y no pisar el Bar Faustino, se considera una falta grave.

"Jugué poco"

"Como hermano mayor, cuando volvía del colegio, mi madre me mandaba al bar a ayudar a mi padre. Jugué poco, nunca tuve vida infantil, ni juvenil", explica Faustino con una copa de Tío Pepe en la mano.

"Me acuesto tarde y me levanto temprano. Lo primero que hago por las mañanas es irme a "charlar", que es como llamo yo a irme a vender, a trabajar. Yo ya sé dónde paran cada una de las personas que quiero ver", así comienzo el día. Luego al Bar Juanito a trabajar y a atender a mi gente, a cada cliente le ofrecemos alegría servida con buen vino y buena comida", continúa este jerezano ilustre que derrocha simpatía.

"La gente cuando entra en el Bar Juanito quiere sentarse conmigo, lo que no saben es que después de diez minutos, el que no se quiere marchar soy yo, ya me tienen que echar con agua caliente. Eso es lo que yo he bordado, el trato directo con mis clientes. La otra clave es que todo lo que yo no me comería, nunca lo he puesto de tapa".

Su padre fallece en 1981 y se queda sin el bar. Se dedicó a llevar tapas a las cacerías, hasta que encontró un pequeño local en la calle Pescadería Vieja. "Un local muy pequeño donde no podíamos poner terraza porque la calle daba pena verla. Después se ha puesto la más bonita de Jerez", dice orgulloso.




TIO PEPE
PALOMINO
FINO
Bar
Juanito
Fausto

Volvieron los clientes atraídos por el ambiente alegre que Faustino era capaz de crear y las cuatro tapas que su padre ya había consagrado. Y comienza así su aventura en solitario. (Actualmente tienen 58 tapas en la carta).
Con 45 años, el Ayuntamiento de su ciudad le hace Rey Mago, algo que le emociona y le involucra absoluta y definitivamente con Jerez.
"Sin ni siquiera saber conducir yo viajé por Andalucía, España y hasta Nueva York, para ver lo que la gente hacía", continúa Faustino.
En seguida llegaron más reconocimientos y el restaurante alzó el vuelo y se empezó a conocer en todas partes.

La alcachofa
El Bar Juanito es famoso por su tapa de alcachofas, -Primer Premio Nacional de Tapa- una deliciosa receta que armoniza de maravilla con Tío Pepe.
"Eso fue un pelotazo, y lo más curioso es que es una receta de mi abuela que hacía en su casa, porque en el bar no había sitio para cocinar. También hacían Costillas de cerdo en adobo, Urta aliñada con picadillo, unas tapas espectaculares", recuerda el dueño del Bar Juanito.

La tapa
En el año 2002 cinco cocineros españoles dieron la comida en Sevilla para una importantísima reunión de políticos. Era la cumbre de los mandatarios de la Unión Europea. Y ahí estaba Faustino y su alcachofa junto a El Bulli, Arzak y los mejores cocineros de todos los rincones de España. De este momento, Faustino recuerda: "Eso sí, se llevaron un mes para pensar qué vino servirían con las alcachofas. Yo les dije que toda la vida lo había servido con fino y al final no me hicieron caso y pusieron un vino rosado del Penedés", cuenta con gesto desencantado.
"No sé a quién podemos atribuirle el invento de la tapa, pero lo que sí sé es que yo la he llevado por toda España".

La ciudad de Jerez
"A mí esta ciudad me lo ha dado todo. Y me siento parte de ella.
Yo *roneo* (echarse flores) mucho de mi profesión, me encanta. Me gusta ver a la gente comer en mi casa, que me digan que está rico y que, además, paguen (risas). A mí es que me ha gustado mucho esto desde muy pequeño. Luego, también he puesto mucho esfuerzo de mi parte".

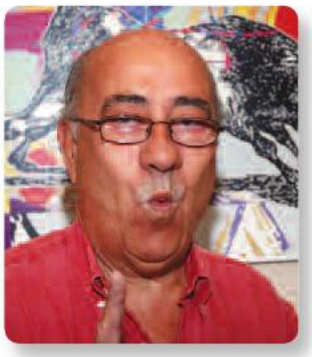
Los vinos de Jerez
Enamorado de su tierra, declara: "Hablar de vinos me lastima. Nací vendiendo vino. Llevo sirviendo vinos de Jerez toda una vida, siempre con comidas ricas, bien cocinadas y variadas. No sabíamos lo que era un maridaje.
En Jerez se ha bebido siempre una copa de oloroso o amontillado para empezar y, después, fino, con la tapa de alcachofa, y más fino, y Costillas y Pescado aliñado... y se comía de todo, acompañado de vinos de Jerez. No entiendo cómo no hemos cuidado esto".

"Jerez a la Champion"
"Me gustaría decir que mi ciudad, la ciudad de Jerez, tiene los mimbres para estar en la Champion, para estar arriba del todo. Pero no le damos valor a lo que tenemos y se nos va de las manos. Espero que la gente joven se dé cuenta y echen esto "pá alante", concluye Faustino.
Sus hijos han puesto en marcha la empresa llamada Alta cazuela, un servicio de cocina de calidad para clientes privados y restaurantes. También tienen servicio de cátering, que desarrollan con el chef Ángel León, y una línea de comida envasada para hacer en el microondas.
La simpatía ha sido emblema de su éxito, pero no hay que olvidar su buena propuesta gastronómica, basada en el recetario local, y haber conseguido crear un restaurante y terraza muy acogedores y llenos de esencia jerezana.

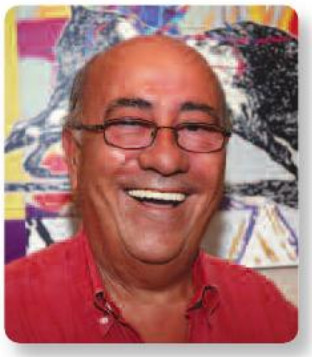
MINI ENTREVISTA SIN PALABRAS

Conocido también por su gran expresividad, Faustino contesta sólo con gestos.

¿Alcachofas?



¿Jerez?



¿España?

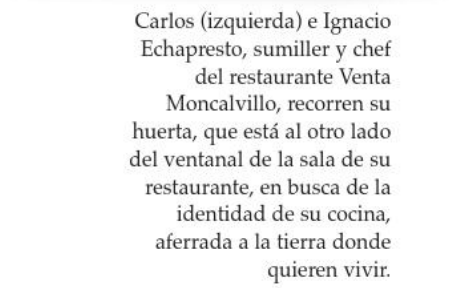


RESTAURANTE VENTA MONCALVILLO

CRTA. DE MEDRANO, 6
DAROCA DE RIOJA. LA RIOJA

Venta Moncalvillo

La exaltación de la tierra y la vanguardia



Carlos (izquierda) e Ignacio Echapresto, sumiller y chef del restaurante Venta Moncalvillo, recorren su huerta, que está al otro lado del ventanal de la sala de su restaurante, en busca de la identidad de su cocina, aferrada a la tierra donde quieren vivir.

Es emocionante encontrarse con una historia tan auténtica como la que protagonizan los hermanos Echapresto y su restaurante Venta Moncalvillo. El entusiasmo y una nada habitual claridad de ideas les han llevado a conseguir servir placenteras experiencias sobre imaginativos platos y proyectar armonías desde excelentes vinos, sin dejar de mirar lo que la tierra donde han decidio quedarse les da.

Un reportaje de Javier Estrada,
con fotografías de ©mOnsclub.

Un pequeño pueblo de La Rioja de 30 habitantes, a poco más de diez minutos de Logroño, unos padres agricultores, la Sierra de Moncalvillo y los ríos Ebro y Daroca son el escenario para que dos jóvenes hermanos decidieran que su futuro tenía que pasar por quedarse en tan privilegiado entorno.
Quince años después, el restuarante Venta Moncalvillo, una estrella Michelín. Una aventura fascinante.

Objetivo cumplido

Carlos Echapresto es el hermano que se enamoró de los vinos y cuenta orgulloso: "llevamos quince años disfrutando de lo que hacemos. El primer objetivo fue crear un negocio para quedarnos a vivir en el pueblo. Así que objetivo cumplido".
Ignacio, el hermano cocinero, es un gran chef, tímido y con las ideas muy claras. No le gusta otorgarse mucha importancia, pero sabe que el camino recorrido ha sido trabajado paso a paso. "Profesionalmente siempre hemos sabido que había que avanzar, pero con los pies en el suelo".

El camino

"Ha sido un trabajo muy duro. Éramos dos chavales de poco más de 20 años, dirigiendo un establecimiento en el que, de pronto, teníamos que servir un vino a los 250.000 expertos que hay en La Rioja", comenta el hermano sumiller.
"Luego tocó aprender y decidimos proponer vinos de otras regiones; algunos nos llamaron de todo... Enseguida supimos que si un plato va mejor con un Jerez que con un Rioja, proponíamos el vino de Jerez. O si encontrábamos un regaliz que no se producía en La Rioja y le daba los matices que querías al plato, ¿por qué no íbamos a utilizarlo?"
La personalidad ya era evidente, más de un comensal les espetó, carta de vinos en mano: "¿pero no os da vergüenza poner vinos de fuera de La Rioja?". Y ellos contestaban con un plato de Ignacio que armonizaba de maravilla con un vino que proponía Carlos.
"Otro momento complicado fue cuando en nuestro camino pasamos del chicharro, al besugo y de la cinta de lomo, al solomillo. Muchos de los clientes sólo vieron que habían aumentado los precios. Ha sido una lucha constante. Al final reconocida", apunta Ignacio.
Las claves de su éxito han sido: "el trabajo y la constancia, creer en tus ideas y el apoyo de la familia".
Luego se sabe que la casa donde hoy se encuentra el restaurante es la misma donde nacieron, que la cuadra de la casa de sus padres es hoy el comedor, que su madre ya cocinaba a diario en el bar que antes fue Venta Moncalvillo, que también su madre fue la que cosió los visillos que cubren hoy las ventanas o que les pareció caro el presupuesto para hacer las cristaleras de colores de la sala y aprendieron ellos mismos a hacerlas.










SOLERA
1847

De izquierda a derecha y de arriba a abajo:
-Pichón asado y guisado con pera, paté de sus higaditos y piñones.
-Bogavante con espuma de coliflor y ajada (pimientos salteados con ajitos).
-Ravioli de calabacín con chipirón encenbollado.
-Bizcocho con Campari.

Custodio y la tapa ganadora

Muchas veces se habla de que la profesión de cocinero es una de las más generosas del mundo, se trabaja para hacer disfrutar a los demás y una de las mayores satisfacciones es cuando, desde la cocina, se ve a los comensales estremecerse con el trabajo de cocina y bodega.

Hay dos puntos álgidos en la vida profesional de los Echapresto: el paso definitivo fue el día en que los hermanos Echapresto conocieron a Custodio Zamarra, el gran sumiller del restaurante Zalacaín de Madrid. O mejor dicho, fue el generoso sumiller el que conoció el trabajo de Ignacio y Carlos y diagnosticó: "tenéis ganas, pero no tenéis ni idea. Veniros un par de meses a nuestras cocinas a aprender". Y así hicieron.

El otro hito fue cuando Ignacio, con 24 años, presentó unas Endibias con boletus edulis y vinagreta de azafrán (versión de unos cogollos vistos en la cocina del restaurante Zalacaín), al I Concurso de Pinchos de La Rioja.

Su idea es seleccionada pero Ignacio estaba de luna de miel. Le pasa la receta por teléfono a su hermano Carlos, que lo cocina, "la primera vez que cocinaba en mi vida", dice éste recordando gracioso el momento. Propone un vino para la tapa, lo presenta y gana el concurso.

"A partir de este momento, la gente empieza a venir al restaurante y comienza a pedir otro tipo de cocina", explica Ignacio.

Daroca

"El cliente ha sido muy generoso a la hora de entender lo que queríamos ofrecerles. Siempre hemos hecho una cocina lógica, basada en un argumento que nos une a Daroca por deseo propio y filosofía de trabajo. Hacemos una cocina tradiconal actualizada en texturas y presentación, que se identifique con nuestra tierra".

Otro concurso de pinchos resume esta idea: "Estábamos pensando en meter el foie en la carta, que entonces, en La Rioja sonaba a disparate. Fuimos al concurso con un foie en forma de corcho de vino. Ese plato sigue en carta y se llama Corchos de foie con reducción de Pedro Ximénez y uvas pasas", aclara Ignacio.

"Comenzamos a ir a congresos, a leer muchos libros y a ver que se podrían hacer otras cosas. Pero, lo que de verdad cambia, es que nos damos cuenta de que entre Logroño y Daroca hay 40 restaurantes que dan de comer patatas con chorizo y chuletillas, y vemos la oportunidad de hacer una cocina que ya nos estaba apasionando, enganchando".

Un estilo de vida

Dice Ignacio que es "culo de un sólo asiento", así que les cuesta aceptar desdoblarse para asesorar a otros restaurantes o embarcarse en otras aventuras. Ofertas no les faltan y están luchando con sus principios y elección de vida. Pero el éxito conlleva más movimiento.

Esto es un estilo de vida, así nos lo planteamos y eso defendemos. Cuando haces algo tan a gusto, que es lo que quiero y donde quiero, no hay nada complicado", concluye el chef Ignacio Echapresto, que nos confiesa su admiración por el trabajo y la forma de ser del chef asturiano Nacho Manzano.

Los Vinos de Carlos

"Ha sido muy complicado. Poco a poco das a probar vinos diferentes a tus comensales y vas abriendo las mentes.

En Rioja todavía se "bebe por compromiso", la gente bebe en función de a quién conoce en una bodega o si trabaja para ella. La gente joven es más abierta, le gusta probar otros vinos y disfrutar con las armonías de los platos. La estrella Michelín ha traído público nuevo que nos ha enseñado mucho.

Una carta de vinos se compone de 3 estilos: los que hay que tener, los que yo quiero tener y los que no me queda más remedio tener. Mi objetivo es tener más vinos de los que me gustan a mí. Que pueda disfrutarlos y comunicarlos", concluye Carlos Echapresto.

RESTAURANTE ABANTAL

CALLE ALCALDE JOSÉ
DE LA BANDERA, 7. SEVILLA.

Restaurante Abantal

Jóvenes con identidad y sobradamente capacitados

Se han ganado lo que tienen con esfuerzo y las ideas muy claras. Son un equipo ambicioso y trabajador que les gusta lo que hacen. Su capitán, el chef Julio Fernández Quintero, maneja la esencia de un proyecto lleno de luz, alegría y calidad. Algo tiene que ver Sevilla, la ciudad donde cocina, también su entusiasmo y su verdad.

A la derecha, el chef Julio Fernández Quintero preparando un cochinillo en las cocinas del restaurante Abantal.
Carabinero al vapor sobre arroz salteado de verduras y ali oli.
Pluma ibérica de bellota con guiso de remolacha, ciruelas pasas y patata.
Santiago de la Higuera, sumiller de Abantal, junto a Pilar Pérez Vaca y Gema Muñoz, segunda y tercera sumiller.

Una pularda rellena de higaditos y arroz cremoso de trufa convirtió a Julio Fernández Quintero en el mejor cocinero andaluz del año 2005.
Hacía muy poco tiempo que había abierto en su Sevilla natal el restaurante Abantal, un negocio pequeño (28 comensales), donde un joven equipo ha conseguido hacer mucho ruido y ser merecedor de una estrella Michelín.

El espíritu de Abantal es la cocina andaluza contemporánea, remarcando las influencias árabes arraigadas en la cultura andaluza. "Nos fijamos en nuestros mejores productos locales y, desde las elaboraciones tradicionales, le damos nuestro toque para convertirla en contemporánea", explica el chef y dueño del restaurante, Julio Fernández, que cree que: "las tapas han tenido una gran evolución y podemos decir que son culpables de que el sevillano que comienza a probar cosas buenas en una barra sea el mismo que al final le apetezca venir a sentarse y probar la cocina de Abantal".
Entre sus platos más interesantes encontramos el Tartar de atún rojo de Almadraba con ajoblanco malagueño, el Borriquete con verduras encurtidas y aire de adobo, el pargo de Conil con guiso de alcachofas o el lomo de cordero macerado, con cuscús de coliflor.
De postre, destaca la Poleá (gacha de posguerra) ligera con pistacho y helado de canela.
"Me baso en el mar. Me gusta mucho que mi cocina gire en torno a la lonja de Conil o de Motril, donde compro a diario", continúa el chef.

La gamba de Huelva

En su corta trayectoria ya ha podido firmar platos míticos que sus comensales no le dejan sacar de carta, como la gamba blanca curada en sal, la corvina y los platos con cerdo ibérico de bellota.
Actualmente se ve más trabajo con arroces en la cocina de Abantal.
"El objetivo es seguir buscando y conseguir que la propuesta gastronómica sea más potente".
Julio Fernández disfruta creando nuevos platos, rebuscando en la memoria histórica de su ciudad y sus gentes, pero lo que todavía le hace especial es que sigue en la cocina. Después, el premio, salir a la sala, acercarse a las mesas y sentir el reconocimiento directamente del comensal.

"La estrella Michelín te hace crecer mucho, pero aquí intentamos no hablar mucho de eso", continúa Julio Fernández, que cree que: "la cocina vuelve a los orígenes. Ha dado un paso a un lado, dejamos el *show* y lo superfluo y volvemos al producto, a la pureza. Sabiendo que todo eso nos ha servido".

A su lado, su escudero, Santiago de la Higuera, sumiller y parte del entusiasta equipo de Abantal. Como el resto de sus compañeros, es consciente de que es parte de un interesante engranaje y su día a día lo ocupa en aprender más y más sobre vinos.
"Tenemos una bodega pequeña y muy rotativa, donde salen muy bien los cavas. Además, pocos vinos internacionales, vinos distintos, de todas las denominaciones de España y mucho vino andaluz, por supuesto, del Marco de Jerez y otros como Ronda, la Sierra norte de Sevilla, Almería o Cádiz. Creemos que el que viene de fuera (cada vez más) pide saber lo que se bebe y se come aquí", explica de la Higuera, que dirige un equipo de tres sumilleres (ver foto) para una sala con 28 sillas. Impresionante.
Abantal significa delantal en castellano antiguo. Este equipo ha demostrado que lo lleva bien puesto.




VIÑA AB
AMONTILLADO


PINCA
MONCLOA
11



RESTAURANTE
LA SOPA BOBA

TRAVESÍA DE GUADARRAMA, 4.
ALPEDRETE. MADRID.

Restaurante La Sopa Boba

Malabarismos creativos de un chef

En La Sopa Boba el placer de la degustación de un plato es argumento suficiente para soportar proyectos y pasiones. El temperamento y fantasía de su cocinero, Fernando Limón, colocan su cocina entre aquellas que merece la pena vivir.
Viajero y descubridor de sabores, La Sopa Boba se sienta en las tabernas de Osaka para traerse la inspiración para su nueva carta. ¡Llama cuando vuelvas, Fernando!

A la derecha, el chef Fernando Limón en la sala de su restaurante, posa para Vida Vid Vino.

A la derecha, arriba: Cebiche de salmón salvaje de Alaska.
Sardinas marinadas y ahumadas.
Vieiras envueltas en panceta ibérica y ramallo de mar.

Fernando Limón (Valencia de Alcántara, Cáceres, 1967) aprendió a hacer croquetas con siete años y quien le enseñó fue su tía abuela Leoncia, cocinera del Rey Alfonso XIII cuando cazaba en Extremadura.
Llegó a Madrid para terminar el bachillerato y la mili le llevó a los fogones y de ahí a ganarse la vida en el equipo de cocina de Casa Paulino. Luego llegó la pasión y la formación en diferentes *stages* por España y Francia hasta coincidir con los hermanos Adriá en el Aula Choco Vic. Hace 16 años abrió La Sopa Boba y hace casi dos, reinauguró en otro local en Alpedrete (Sierra de Madrid).
La creatividad se mezcla con el genio de este cocinero que cuelga en sus paredes fotografías de grafitis de Banksy como una clara declaración de intenciones. Independiente y eterno buscador, Fernando Limón nos cuenta que cierra un mes para irse de vacaciones a Japón: "Nos vamos a terminar la nueva carta. Intentaremos ir a Osaka que nos han dicho que es la capital gastronómica. En sus tabernas, donde va su población, es donde se están haciendo cosas interesantes".
Sus vacaciones también las emplea para trabajar. "Para comer y probar, es lo que tiene la pasión por la cocina, que nunca paramos. Además, creo que hay que estar ahí".
Limón acaba de ser padre y dice que esa energía le sirve para estar a tope creativamente, así que tendremos que estar muy pendientes de su nueva carta.

Pescados de Alaska

En los últimos cinco años han estado viajando a Oriente, por lo que su carta tiene mucha influencia asiática.
En su sala este año ha triunfado el Salmón salvaje ahumado con humo de café, que sirven en la misma cafetera italiana donde se elabora.
Su cocina se basa en productos de temporada nacionales y otros de fuera, como las carnes del mundo, las algas y los exquisitos pescados de Alaska: el bacalao negro o la guindara.
"Oriente es influencia de futuro, continúa. No es una moda pasajera. Japón es mucho más que sushi. Lo interesante es que cocinan con muy poca grasa y nutricionalmente tiene mucha importancia y la tendrá más. Es fundamental eliminar grasas de los platos que hacemos ahora", declara Fernando Limón.

"Me gustan los vinos"

El chef y su equipo de sala guía a sus comensales por una variada y extensa carta de vinos. "Hemos creado platos a partir de vinos y siempre estamos pendientes de qué vinos pueden acompañar a lo que sale de cocina. Están pegando los Palo Cortado. Hay que llegar hasta los finos, después la gente se queda. Se suele tener un concepto equivocado de estos vinos. No hay información", concluye.









Es la primera vez en España que una bodega crea una fragancia a partir de los aromas de una variedad de uva

Viñas del Vero lanza su "Perfume de Gewürztraminer"

La constante búsqueda y la exploración de las posibilidades de una uva, un viñedo o una profesión, ofrecen la posibilidad de acanzar resultados mágicos. Ante nosotros un nuevo perfume que es mucho más. Un hecho histórico en la historia vitivinícola de España. Su nombre, Perfume de Gewürztraminer.

Un reportaje de Amparo Cuéllar.
Jefe de Marketing Viñas del Vero.

Viñas del Vero ha hecho realidad un innovador proyecto como es la creación de un perfume femenino basado en los aromas de su vino blanco más emblemático, Viñas del Vero Gewürztraminer Colección. Una fragancia original diseñada por el prestigioso perfumista escocés Jimmy Boyd y basada en el aroma de la variedad de uva junto a esencias de bergamota, rosa, muguet y musk.

Perfume de Gewürztraminer ofrece un innovador acorde de sensaciones con la misma delicadeza, sutileza y emociones que el vino transmite. Una fragancia joven, optimista, que se ha vestido con un frasco elegante, de líneas rectas, con un delicado lazo en tono verde y un tapón dorado como remate de una fragancia muy femenina.

Este novedoso lanzamiento supone un hito en la historia vitivinícola de nuestro país ya que Viñas del Vero es la primera bodega que ha creado junto a un perfumista una fórmula original que revoluciona los sentidos al convertir los aromas de un vino blanco en una fragancia femenina.
"La elaboración de un vino y un perfume tienen en común la cuidadosa selección tanto de las uvas, para elaborar el vino, como de las esencias y aromas, a partir de las cuales se elabora el perfume", explica Amparo Cuéllar, Jefe de Marketing de Viñas del Vero y alma de este proyecto.

"Perfume de Gewürztraminer" ha sido creado en una edición limitada para mujeres pasionales, innovadoras y con personalidad, que puede utilizarse a cualquier hora del día.

"El nuevo perfume ha sido creado en una edición limitada para mujeres pasionales, innovadoras y con personalidad"

¿A qué huele el perfume?



Lychees



Bergamota



Rosa



Muguet



Musk



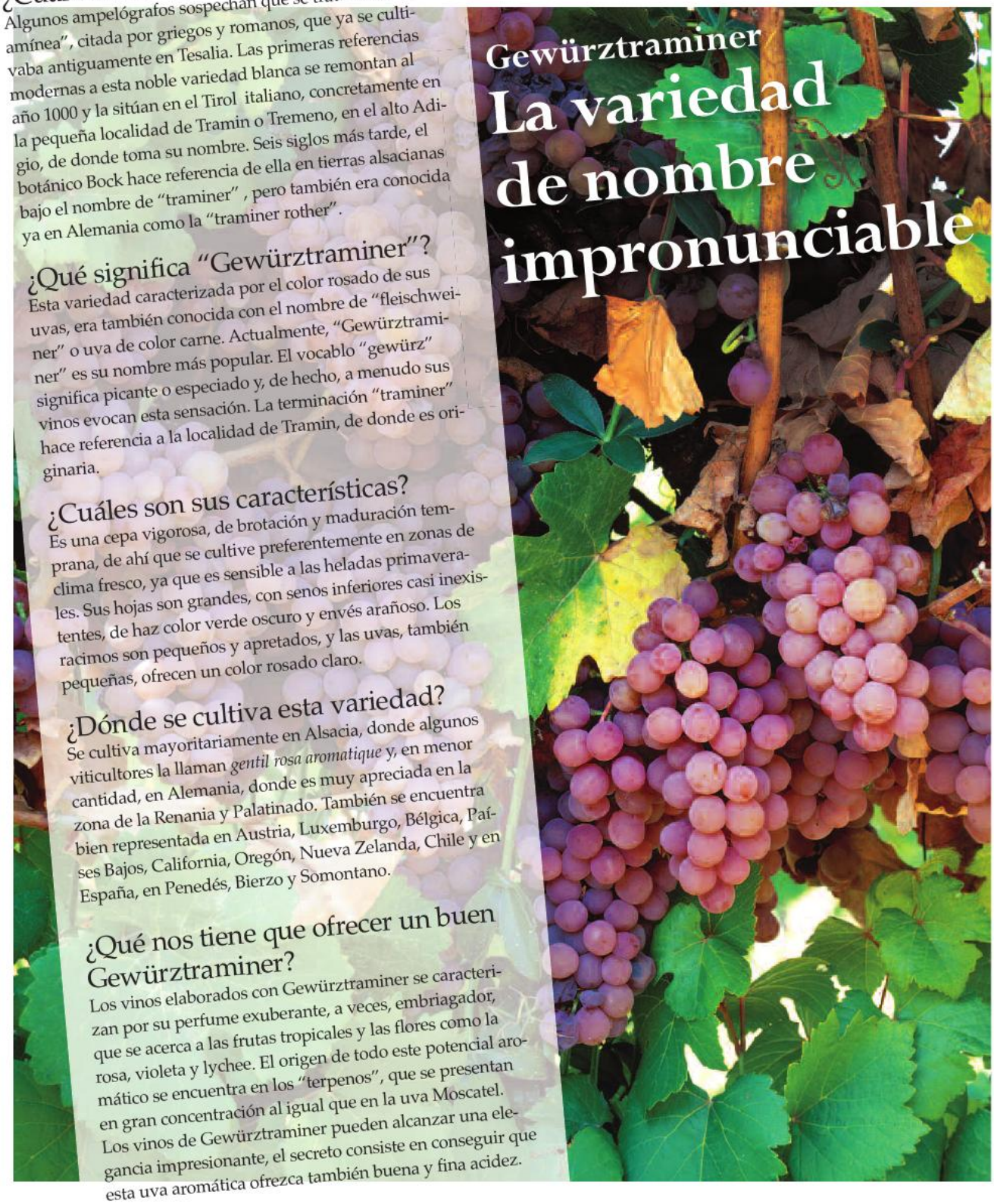
Perfume de Gewürztraminer
está disponible en 100 cl.
o acompañado de una botella de Viñas del Vero Gewürztraminer Colección de 75 cl. en un novedoso pack.

Venta en bodega
o en la tienda *online*
www.tiendagonzalezbyass.com

PVP recomendado:
39,95 euros.

Gewürztraminer

La variedad de nombre impronunciable



¿Cuál es su origen?

Algunos ampelógrafos sospechan que se trata de la "uva amínea", citada por griegos y romanos, que ya se cultivaba antiguamente en Tesalia. Las primeras referencias modernas a esta noble variedad blanca se remontan al año 1000 y la sitúan en el Tirol italiano, concretamente en la pequeña localidad de Tramin o Tremeno, en el alto Adigio, de donde toma su nombre. Seis siglos más tarde, el botánico Bock hace referencia de ella en tierras alsacianas bajo el nombre de "traminer" , pero también era conocida ya en Alemania como la "traminer rother".

¿Qué significa "Gewürztraminer"?

Esta variedad caracterizada por el color rosado de sus uvas, era también conocida con el nombre de "fleischweiner" o uva de color carne. Actualmente, "Gewürztraminer" es su nombre más popular. El vocablo "gewürz" significa picante o especiado y, de hecho, a menudo sus vinos evocan esta sensación. La terminación "traminer" hace referencia a la localidad de Tramin, de donde es originaria.

¿Cuáles son sus características?

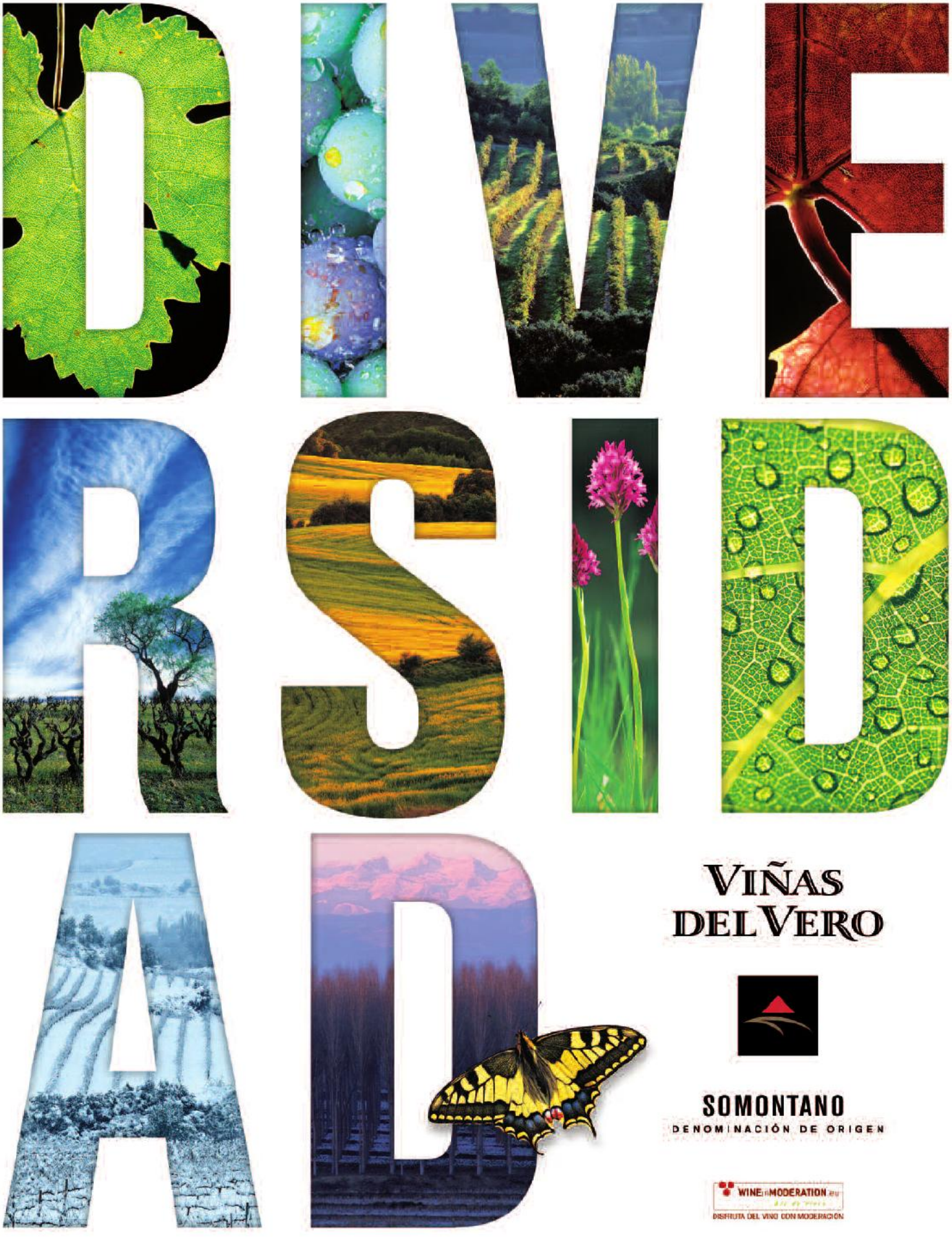
Es una cepa vigorosa, de brotación y maduración temprana, de ahí que se cultive preferentemente en zonas de clima fresco, ya que es sensible a las heladas primaverales. Sus hojas son grandes, con senos inferiores casi inexistentes, de haz color verde oscuro y envés arañoso. Los racimos son pequeños y apretados, y las uvas, también pequeñas, ofrecen un color rosado claro.

¿Dónde se cultiva esta variedad?

Se cultiva mayoritariamente en Alsacia, donde algunos viticultores la llaman *gentil rosa aromatique* y, en menor cantidad, en Alemania, donde es muy apreciada en la zona de la Renania y Palatinado. También se encuentra bien representada en Austria, Luxemburgo, Bélgica, Países Bajos, California, Oregón, Nueva Zelanda, Chile y en España, en Penedés, Bierzo y Somontano.

¿Qué nos tiene que ofrecer un buen Gewürztraminer?

Los vinos elaborados con Gewürztraminer se caracterizan por su perfume exuberante, a veces, embriagador, que se acerca a las frutas tropicales y las flores como la rosa, violeta y lychee. El origen de todo este potencial aromático se encuentra en los "terpenos", que se presentan en gran concentración al igual que en la uva Moscatel. Los vinos de Gewürztraminer pueden alcanzar una elegancia impresionante, el secreto consiste en conseguir que esta uva aromática ofrezca también buena y fina acidez.



VIÑAS DEL VERO

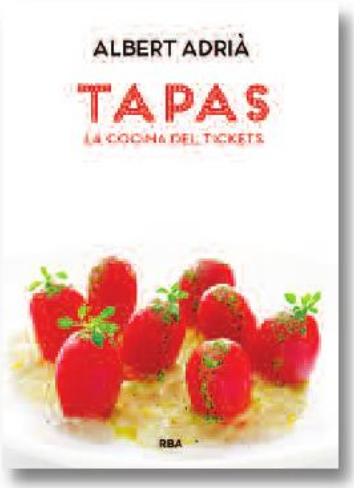
SOMONTANO
DENOMINACIÓN DE ORIGEN

WINE in MODERATION .eu
DISFRUTA DEL VINO CON MODERACIÓN

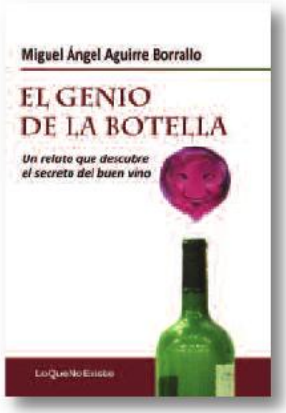
> **Apicius** reúne los 21 mejores platos de la última década de vanguardia. El Cuaderno de Alta Gastronomía conmemora su décimo aniversario con una edición de lujo. Edit. Montagud Editores.



> **Tapas, la cociona del Tickets**. Albert Adriá cuenta los dos conceptos que le mueve: emoción y diversión. Lo que llama "alta cocina de barrio" Edit. RBA.



> **El genio de la botella** es un relato que descubre el secreto del buen vino, escrito por Miguel Ángel Aguirre, Edit. LoQueNoExiste.



ESTILO DE VIDA



Azucareros vintage para espolvorear tus postres y recetas. De Cositas de Inés.

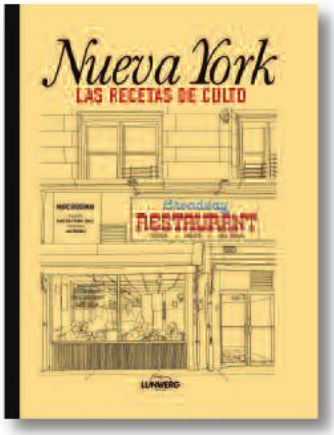
> **Vinos naturales de España** es un libro escrito por Joan Gómez Pallarés que descubre los vinos que son más naturales que otros. Edit. RBA.



> **À la Mère de Famille**, son las grandes recetas de Julien Merceron, famosa pastelería parisina fundada en 1761. Edit. Lunwerg.







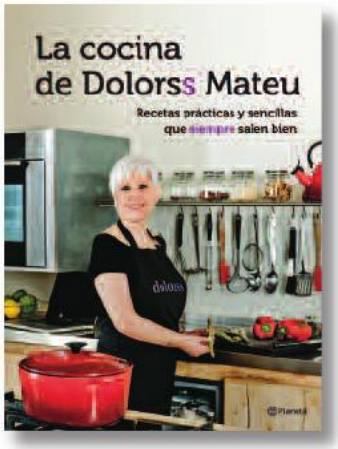
> **Nueva York, Las recetas de culto** es un recorrido culinario por la ciudad de los rascacielos a través de 130 recetas clásicas de la ciudad. Edit. Lunwerg.



> **El mundo del vino** es un compendio ilustrado con cientos de fotografías, que recorre variedades, regiones, protocolo, rutas o catas. Edit. Larousse.



> 4 libros editados por El Pais Aguilar, agrupados en la colección Chic & Delicius. (Abierto) **Gintonics**: 50 ingeniosas mezclas para sorprender al paladar. Por Ángela García y Hans Geel. En **Pizzas**, Laura Zavan propone 27 recetas para hacer pizzas en casa. desde la masa a los ingredientes. Ángela García y Hans Geel proponen 30 originales combinaciones de un clásico en **Mojitos** y en el libro **Hamburguesas**, Miranda Ballard descubre 30 recetas fast food de alta cocina gourmet.



La cocina fácil que seduce a miles de blogueros

Para Dolorss Mateu la cocina siempre fue una afición. Un día, se planteó recopilar sus recetas con fotos y explicaciones para que sus hijos las tuvieran. Y fue su familia la que decidió regalarle un blog cuando cumplió 50 años. A partir de entonces, se convirtió en una de las blogueras más populares del país y convirtió este espacio en su cocina virtual.

La cocina de Dolorss es un reflejo de su personalidad. "Todo lo que hacemos siempre refleja un poco de nosotros mismos, por eso mi cocina es sencilla, práctica y efectiva". La explicación clara y asequible de las recetas de este libro se basa en ingredientes que se encuentran con facilidad. "Lo más importante es transmitir honestidad, confianza y cercanía".

El menú de Dolors para agasajar y sorprender:

-De entrada: Timbal de pan con ceps, foie y salsa de Oporto o unos Canelones de espinacas con bechamel perfumada.

- Platos principales: Dados de solomillo rellenos de cebolla caramelizada con salsa de mostaza o Merluza con pasas y canela.

- De postre: Cucuruchos de trufa blanca y jalea de rosas.

- Para acompañar el café: Rosas del desierto de chocolate crujiente.

MÁS VINOS, MENOS COPAS

La cantidad de vinos que beberemos irá en función del número de comensales. En casa, lo ideal es que las botellas que se abran se consuman.
Si en la mesa hay siete u ocho comensales que van a beber vino y que les gusta disfrutar las armonías, es mejor más vinos y menos copas de cada vino.

RECOMENDACIONES PARA UNA COMIDA DE NAVIDAD

POR JUAN MANUEL TERCEÑO.

Comenzaría con charcutería y quesos acompañados de un fino Tío Pepe, un oloroso Alfonso o, incluso un Solera 1847.

Con entrantes fríos como salmón o canapés a base de caviar o salazones, pondría un Cava Gran Reserva Vintage, de Villarnau.

Para los platos de marisco o pescado, acompañaría con los varietales blancos de la Serie Colección de Viñas del Vero. Un último blanco perfecto sería el Gewürztraminer, que da una ruptura muy buena para pasar a los tintos, como el Finca Moncloa, Altos de la Finca o un Beronia Reserva, para pescados más grasos, como la merluza.

En los platos principales de carne, como cochinillo o cordero, me atrevería a proponer un Leonor Palo Cortado Es una armonía maravillosa.

Como remate hay que brindar y acompañar los postres con un cava semiseco -con más azúcar-, que sí será apropiado para acompañar dulce.

MEJOR CONSERVAR EN FRÍO

En la mayoría de las casas no hay conservadores de vino específicos para temperaturas intermedias.
Los vinos siempre estarán mejor conservados en frío que fuera del frío. Es preferible que estén en el frigorífico a que estén a temperatura ambiente (siempre en la parte menos fría de la nevera).
Para calentar los vinos será suficiente con sacarlos un tiempo antes, dependiendo de cada vino (lo que se llama "chambrear": dejar los vinos a su temperatura adecuada).
Hay que saber que los vinos blancos y rosados se sirven a 10-12°C; los tintos a 16-18°C; Cavas, finos y manzanillas a 7-10°C; olorosos y amontillados a 12-14°C.
Y hay que intentar mantener la temperatura adecuada durante la comida, sin dejar que se calienten demasiado.

CÓMO SE SIRVE UN VINO

Las botellas de vino se descorchan en la mesa delante de los comensales.
Igualmente, si por las características del vino hemos decidido decantar el vino, todo el proceso se hará también en la mesa.
No es cierto que es mejor dejar abierta una botella antes de servir con la excusa de que se oxigene. La poca porción de vino en contacto con el oxígeno es ínfimo y no merece la pena. En este caso hace más tener el vino 3 ó 4 minutos servido en tu copa que abrir la botella media hora antes.
En otros casos, como en los vinos más viejos, es interesante decantar.
Siempre se debe servir el vino por la derecha de los comensales

Se sirve el vino sin apoyar la botella en la copa.

Nunca se levanta la copa de la mesa para que nos sirvan el vino.

Nunca se llena la copa más de 1/3 de su capacidad.

CAMBIAR LA COPA

En un restaurante o un grupo de apasionados del vino, siempre se cambia de copa cada vez que se abre un nuevo vino o se envina las copas. Pero esto es imposible de hacer en una cena en casa con invitados, simplemente no tenemos cristalería suficiente. No hay que preocuparse, sabiendo que bebiendo vinos vamos de menos a más, el siguiente siempre debería ser más potente que el anterior. Si se termina con un cava dulce, se debería cambiar la copa.

Con la asesoría de Juan Manuel Terceño, sumiller de González Byass.



PROTOCOLO DEL VINO EN LA MESA

PRIMERO CATA EL ANFITRIÓN

El vino se descorcha en la mesa y será el anfitrión quien primero se sirva una pequeña cantidad para evitar que pequeños trozos de corcho puedan ser servidos en la copa de un invitado, así como para catar brevemente y asegurarse de que el vino que se va a servir está en perfectas condiciones para ser bebido.

Después, el protocolo manda servir primero al homenajeado (si lo hubiera), luego a las señoras, comenzando por las de más edad y después a los hombres, siendo el anfitrión siempre el último en llenar su copa.

CAVAS SECOS AL APERITIVO

En una comida / cena siempre se comienza de blancos a tintos, de más secos a más dulces y de más ligeros a más potentes.

Un error común es beber cavas secos al final de las comidas, cuando en realidad funcionan perfectamente en el aperitivo y como copa de bienvenida. Mucho mejor que brindar con un cava seco después de una comida copiosa.

"CANTAR" EL VINO

Sólo se hablará del vino en función de los invitados.

Si la familia o amigos que comparten mesa les gusta el vino, evidentemente querrán hablar de él. Pero en los demás casos valdría con un simple comentario tipo: "probrar este vino, a ver si os gusta".

LAS COPAS EN LA MESA

Existe un protocolo claro sobre cómo colocar las copas en la mesa, aunque en casa se recomienda no cargar la mesa con muchas piezas.

Las copas de colocan frente a los platos en linea recta, ligeramente descentrado hacia la derecha, siendo la del agua la que se sitúe a la izquierda para seguir, por su derecha, con la copa de vino tinto, copa de vino blanco y copa de cava.

También podemos complementar la formación con una copa para vinos de Jerez.

Ilustración de Diego Blanco.

Els Capricis de Vilarnau

Un vino moderno que homenajea a la historia del Penedés

Una bodega está viva cuando sus enólogos no abandonan nunca el entusiasmo por crear y proponer. Els Capricis de Vilarnau es el mejor ejemplo de vitalidad de un gran proyecto que no pierde la oportunidad de emocionar con sus vinos y transmitir de verdad una sensibilidad sincera desde sus raíces más profundas.

Un reportaje de Marc Riba.

"Tengo un recuerdo entrañable de cuando era niño", explica el Gerente y Enólogo de Cavas Vilarnau, Damiá Deas, mientras descorcha un nuevo vino blanco creado por él y su equipo y bautizado como Els Capricis-.
"Me gustaba mucho visitar la masía de mi padrino. Era muy común que en la zona norte y más húmeda de los terrenos, se construyera una pequeña bodega. Lo que allí encontrábamos eran barricas viejas, suelo de arena y patatas; el olor de esa bodega es un fuerte recuerdo de infancia, de buenos momentos, de algo auténtico. Pero no olía a roble, olía a castaño".

Homenaje al Penedès
El Xarel-lo, una variedad autóctona y representativa de la Denominación de Origen Penedès, fermentaba hace ya muchos años en barricas de madera de castaño, talada en el Montseny, (hoy Parque Natural), en las masías de los antepasados de estos enólogos.

"En 2008, en Vilarnau, encontramos un tonelero que se dedicaba a hacer barricas de castaño y, después de equivocarnos algunas veces (hasta 2011 no embotellamos), nos damos cuenta de que esta madera tiene el poro muy abierto, por lo que le daba una microoxigenación mucho más acelerada que el roble a la uva Xarel-lo.
La conclusión es que para una variedad como ésta, tan reductiva, el castaño respeta mucho al vino y le da el oxígeno justo, aunque no puedes pasarte de tiempo de estancia en la madera porque enseguida coge tonos licorosos y más pesados".

Vainillas y frescor
Els Capricis combina muy bien ese toque de vainillas sin perder la acidez, que hace que sea un vino fresco.
Es un vino blanco de crianza, monovarietal, que arranca su fermentación en depósito de inoxidable para, en un momento concreto, llevarlo a la barrica y que continúe su fermentación.

Así se consigue extraer las lías gordas y dejando sólo las lías finas se hace un *battonage* (Batoneo: remover el vino desde el fondo) cada 15 días, hasta completar una estancia en barrica de máximo tres meses y medio, para pasar el mismo tiempo en botella, antes de su salida al mercado.

Amplio recorrido
Un vino sorprendente con una posibilidad de armonización muy amplia, que iría desde unas ostras a una pasta con setas, quesos cremosos y hasta algunos postres.

Un vino sorprendente
"Els Capricis de Vilarnau es un Xarel-lo muy particular, sorprendente, honesto, con carácter y que dice lo que hemos querido transmitir. Dedicado a esa gente que quiere descubrir nuevas sensaciones en el mundo del vino", concluye Damiá Deas.



Els Capricis presenta aromas intensos a mango y piña, con fondo de flor seca de manzanilla. Saldrán 3.000 botellas de la cosecha 2013.



Damiá Deas, Gerente y Enólogo de Cavas Vilarnau.

¿Qué papel ha jugado la divulgación en el mundo del vino?

En un contexto socioeconómico en el que la oferta es muy superior a la demanda, se puede hablar de un escenario de máxima competencia. Parece evidente que la industria del vino necesita de un brazo fuerte y certero de marketing. Vida Vid Vino ha conversado con dos expertos en comunicación para analizar el camino recorrido y los nuevos retos.
Joaquín Parra, de Wine Up Tour, y José Luis Contreras, de Verema, son críticos con algunos de los conceptos de comunicación utilizados y optimistas en su futuro.

Un reportaje de Marc Riba.





El último estudio publicado por la consultora Castro Galiana sobre la comunicación del vino en la prensa (primer trimestre de 2013) comienza afirmando que "el vino es un producto técnico y variado que necesita ser explicado a los consumidores".
Continúa diciendo que "los consumidores tienen en los medios de comunicación un soporte primordial para asesorarse y recibir consejos y recomendaciones sobre marcas y bodegas".
Solo en los primeros tres meses de este año, los diarios impresos dedicaron el equivalente a 400 páginas a noticias y comentarios sobre temas del vino. El caudal informativo se triplica en el sector con publicaciones de contenidos de gastronomía, turismo o empresariales.
Por otro lado, si hablamos de medios digitales, las cifras muestran claramente cómo suman usuarios e inversión publicitaria.

Ante este escenario, Joaquín Parra, creador de Wine Up Tour y pionero en España del enoturismo inverso, comenta que "en nada se parece la comunicación y marketing de hace dos décadas a lo que hoy es en día y, mucho menos, a lo que será en cuestión de 4 ó 5 años (esto da para otras reflexiones)".
Crítico y contundente, añade: "La divulgación y los divulgadores han tenido una doble función. Una excelente y otra no tanto. Desde mi punto de vista, han dañado el sector que tanto aman y defienden. Hablando con datos en la mano, en estos últimos 15 años, se ha reducido el consumo de vino en España prácticamente a la mitad. Algo de responsabilidad habrán tenido, habremos tenido. Transcribo lo escuchado cientos de veces… Hay profesionales que se esfuerzan en hablar de vinos y explicarlos de forma que nadie los entiende (y así parecer mejores y más conocedores). Esto asusta a la mayoría de consumidores".

> "En los 15 últimos años se ha reducido a la mitad el consumo de vino en España. Algo tendrán que ver los divulgadores".
>
> Joaquín Parra, Wine Up Tour.

La parte buena, según Parra, es que "se ha generado una cultura de vino real y necesaria para cualquier producto. La comunicación ha ayudado a que mucha gente conozca lo que hay detrás de una bodega y sus elaborados y, sobre todo, que estén dispuestos a "invertir" unos cuantos euros más por disfrutar de un buen vino que, muchas veces, habrá llegado a conocerse gracias a los prescriptores.
Lo que hay que hacer necesariamente, es bajar a la tierra, hacernos entender cuando hablamos de vino, en definitiva, cambiar nuestras actitudes y nuestro vocabulario y adoptar éste al medio común de las gentes".
Sobre el futuro más inmediato, el director de Wine Up Tour opina que: "Con la generalización de Internet y las redes sociales se abre un nuevo frente, que también tiene dos caras, una negativa (cualquiera habla de vinos, con o sin criterio) y una buena, las bodegas pueden llegar directamente a los consumidores, quien desea informarse lo tiene a mano, sin necesidad de pagar por ello, sabiendo que ésta información llega directamente de los productores o, en su caso, de profesionales contrastados", concluye Joaquín Parra.

Por otro lado, José Luis Contreras, profesor de economía, apasionado del mundo del vino y la gastronomía y socio fundador del portal Verema, tiene claro que: "La comunicación es una pieza clave de cualquier estrategia de marketing. En el mundo del vino, donde el producto final posee un elevado componente cultural y la experiencia de su consumo puede ser emocionante, todavía adquiere más trascendencia una buena comunicación de todos estos valores intrínsecos a este maravilloso producto.
El boom del reconocimiento de las bodegas españolas en las últimas dos décadas ha venido de la mano de una mayor y mejor comunicación de sus productos. Al aumento de medios especializados en los años 90, sumamos el amplio reconocimiento nacional e internacional de los vinos españoles", continúa Contreras.

> "No hay que caer en el error de menospreciar las tareas de comunicación en contextos cada vez más competitivos. Los mercados, al fin y al cabo, son conversaciones".
>
> José Luis Contreras, Verema.

Sobre la importancia de Internet, el creador de Verema concluye afirmando que: "Internet ha acercado las bodegas directamente a sus potenciales consumidores. Pero no hay que caer en el error de menospreciar las tarea de comunicación en contextos cada vez más competitivos y de crisis. Los mercados, al fin y al cabo, son conversaciones".



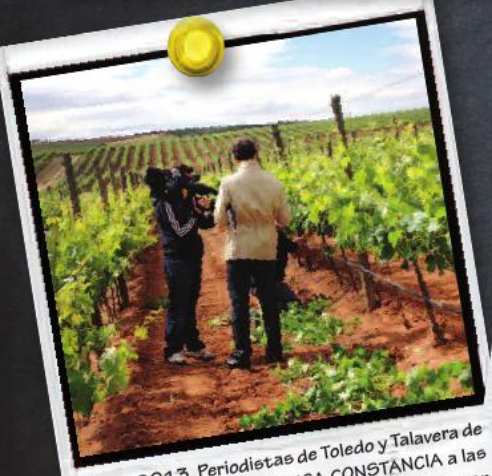
Octubre 2013. BODEGAS BERONIA participa en el ciclo de catas "Lo Mejor del Vino De Rioja", organizadas por el diario La Rioja y en la que María Jesús Sáez, enóloga de la bodega, guió a los asistentes por los 40 años de la bodega.



Octubre 2013. BODEGAS BERONIA fue protagonista en el evento Leyendas del Real Madrid celebrado en China, en el que ex jugadores como Figo, Hierro y Michel Salgado estuvieron presentes.



Octubre 2013. BODEGAS TÍO PEPE participó en una nueva edición del Sherryfest en la que ciudades como Nueva York o Toronto descubrieron los secretos de los vinos de Jerez.



Mayo 2013. Periodistas de Toledo y Talavera de la Reina asistieron en FINCA CONSTANCIA a las tareas de la "Poda en Verde", de gran importancia para el cuidado del viñedo.



Junio 2013. El Embajador de la República Popular de China en España, el Excmo. Sr. D. Zhu Bangzao, visitó VIÑAS DEL VERO acompañado por Mauricio González-Gordon, -Presidente de González Byass-, Enrique Artasona -Director de Viñas del Vero- y José Ferrer -Enólogo de la bodega.



Septiembre 2013. VILARNAU celebró una cena para festejar la vendimia y compartir con amigos y clientes la emoción de este momento. Con una gran respuesta de público, se tuvo que cerrar las inscripciones tres días antes y colgar el cartel de "completo".



Julio 2013. VIÑAS DEL VERO viajó a México con la campaña "Somontano Wine Experience", que ha elegido este país como escenario de sus actividades unificando esfuerzos e inversiones para la proyección internacional de sus vinos.



Junio 2013. BODEGAS TÍO PEPE, a través de la "Flamenco Sherry Experience", juntó dos iconos de la cultura jerezana como el vino de Jerez y el cante flamenco en el "Ciclo Flamenco BBK" celebrado en Bilbao.



Junio 2013. Un grupo de 25 suizos amantes de Brandy de Jerez pudieron disfrutar de la gama completa de LEPANTO en una cata dirigida por el Master Blender, Luis Miguel Trillo, en el Hotel Alfonso XIII de Sevilla.



Septiembre 2013. El Equipo de González Byass UK recogió en Londres el International Trophy en la categoría de "Vino Generoso Seco por encima de 15 £" otorgado al Fino Tres Palmas en los Decanter World Wine Awards.



Junio 2013. BODEGAS TÍO PEPE, VIÑAS DEL VERO, BODEGAS BERONIA, THE LONDON Nº1, DRUIDE y FLOR DE CAÑA estuvieron presentes en la presentación de los nuevos diamantes de la Joyería Duran.



Junio 2013. González Byass estuvo presente en la 17ª edición de VINEXPO, una de las principales ferias internacionales del vino que se celebra en Burdeos. Esta edición contó con 48.000 visitantes de 148 países y 2.400 expositores de 44 países.

COMUNICANDO



Junio 2013. BODEGAS BERONIA participó una vez más en el Sexto Evento Anual de Vinos de La Rioja, "Tapas Fantásticas", celebrado junto al Puente de la Torre de Londres y que congregó a más de 10.000 personas.



Septiembre 2013. El equipo de "Hoy por Hoy" de Radio Huesca se desplazó a VIÑAS DEL VERO para retransmitir su magazine en directo desde la bodega.



Mayo 2013. El equipo de moda de la revista Forbes se trasladó a FINCA CONSTANCIA para elaborar su editorial de moda.

González Byass
Desde 1835
Familia de Vino

Revista Vida Vid Vino. Publicación semestral
Tirada 6.000 ejemplares
Esta revista terminó de escribirse el 15 de noviembre de 2013

vidavidvino

CONSEJO EDITORIAL

PRESIDENTE: Mauricio González-Gordon
VICEPRESIDENTE: Pedro Rebuelta González
DIRECTOR GENERAL: Jorge A. Grosse

DIRECTORA: Leticia Sánchez Lara
DIRECTOR ADJUNTO: Javier Estrada Gutiérrez

ASESORES EDITORIALES: Eugeni Brotons
Juan Carlos Zorío
Charlotte Hey

REDACCIÓN: Miguel Ángel García Ventura
Marc Riba
Alicia Tacheles
Fundación González Byass

COLABORAN EN ESTE NÚMERO: Amparo Cuéllar, Ana Luzón, Anabel Arriezu, Antoni Villanova, Antonio Flores, Beatriz Paniagua, Carles Abellán, Carlos e ignacio Echapresto, Carmelo Pérez, Cristina García Menéndez, Custodio Zamarra, Damiá Deas, Dolors Mateu, Faustino Rodríguez, Fernando Albarrán, Fernando del Cerro, Fernando Lemoniez, Fernando Limón, Francisco Miralles, Francisco Vicente, Heredado2 (Paloma y Juan Carlos), Joaquín Parra, Jordi Esteve, José Antonio Medina, José Argudo, José Luis Contreras, José Mª Marrón, José Peñín, Josep Roca, Javier Gutiérrez, Jorge Puerta, Juan Manuel Terceño, Juan Miguel Sola, Julián Barbolla, Julio Fernández Quintero, Luis Miguel Trillo, Mariano Ávila, Marcial Sevilla, Marina García González, Milagros Novo, Miquel Sen, Pedro García Mocholí, Pere Varias, Peter Allison, Rafael del Rey, Ricardo Quintana, Ricardo Gil, Salva Manjón, Santiago de La Higuera, Sarah Jane Evans, Sebastián Font, Segundo Alonso, Sergio y Javier Torres, Tamae Imachi, Valentín Monge.

DISEÑO: mOnsclub© para Placetcity
IMPRIME: Printing Media.
EDITA: Placetcity para González Byass

Vida Vid Vino no se hace responsable de las opiniones vertidas por sus colaboradores y anunciantes, ni se identifica necesariamente con las mismas.

Depósito legal: M-19314-2011
Distribuye: González Byass.

BODEGAS TÍO PEPE
C/ Manuel María González, 12
11403 Jerez de La Frontera (CÁDIZ)
T: 956 357 000
www.tiopepe.es
@bodegastiopepe

VILARNAU
Ctra. d' Espiells, km. 1.4 "Fican Can Petit"
08770 Sant Sadurní d'Anoia
(BARCELONA)
T: 93 891 23 61
www.vilarnau.es
@CavesVilarnau

BODEGAS BERONIA:
Ctra. Ollauri-Nájera, km. 1,8
26200 Ollauri (LA RIOJA)
T: 941 338 000
www.beronia.es
@BodegasBeronia

VIÑAS DEL VERO
Ctra. Barbastro-Naval, km. 3,7
22300 Barbastro (HUESCA)
T: 974 30 22 16
www.vinasdelvero.es
@VinasdelVero

FINCA CONSTANCIA
Camino del Bravo, s/n
45543 Otero (TOLEDO)
T: 925 86 15 35
www.fincaconstancia.es
@Fincaconstancia

FINCA MONCLOA
C/ Manuel María González, 12
11403 Jerez de La Frontera (CÁDIZ)
T: 956 357 000
www.fincamoncloa.com
@FincaMoncloa

GONZÁLEZ BYASS Madrid
C/ Alcalá, 21, 6ª planta
28014 Madrid
T: 91 490 37 00

www.gonzalezbyass.com
elrincondegb@gonzalezbyass.es

@gonzalez_byass

EL MISTERIO DE LAS 11 BARRICAS



11 BARRICAS “rebeldes” hacen que el vino evolucione de forma excepcional en su interior. ¿Por qué?. Quizá el bosque de origen, el ritmo de crecimiento del árbol, la madera más próxima al suelo o la de mayor altitud, el tostado del roble o, simplemente, la naturaleza, son los artífices de este milagro. Un misterio.

WINEinMODERATION.eu
Art de Vivre
DISFRUTA DEL VINO CON MODERACIÓN

www.fincamoncloa.com


DISFRUTA DE UN CONSUMO RESPONSABLE. 47º
Elementary, my dear ONE
Imported
THE LONDON
GIN
twitter.com/ginlondon1
facebook.com/thelondon1
One & Only
www.thelondon1.com