


# Origen, excelencia y unidad

pilares del liderazgo de Rioja



**Un millón de visitantes**  
*disfrutan de un enoturismo diverso,  
sostenible y rentable*

Pedro Ballesteros MW: «El futuro del vino  
no está solo en el suelo, está en las personas»

De Grupo Rioja a Esencia Rioja:  
120 años de historia para afrontar el futuro



**ELEVE LA IMAGEN  
DE SU BOTELLA**

DESDE EL DISEÑO HASTA LA PRODUCCIÓN,  
NUESTRO EQUIPO LE ACOMPAÑARÁ  
CON LA GAMA MÁS COMPLETA  
DE SOLUCIONES DE CIERRE



**RIVERCAP AHORA ES CREALIS IBERIA**

Camino del Soto, 29, 01306 Lapuebla de Labarca

Carrer de França, 23, 08700 Igualada

[www.crealisgroup.com](http://www.crealisgroup.com)

*Close to you Open to the future*

# EDITORIAL

## Rioja es ver, sentir y vivir

Se cumple un año al frente de Rioja de Raquel Pérez Cuevas y de su Equipo de gestión. La presidenta identificaba tres aspectos esenciales en la DO Ca. Rioja que han hecho el camino de este año y el de los 100 que suma la organización: origen, excelencia y unidad. Ver el origen, sentir la excelencia y vivir la unidad.

Rioja es ver el origen de los vinos. El enoturismo brinda con una copa especial la llegada de más de un millón de turistas a Rioja en 2025 con el objetivo de disfrutar del vino desde el origen. Los enoturistas vienen a ver las viñas, las bodegas, los vinos y las historias personales de quienes los hacen. Nos siguen gustando las historias de las personas. El último libro "Los lugares del vino" del Master of Wine, Pedro Ballesteros, sitúa en el centro a quienes trabajan la tierra. El libro Cien por Cien del Centenario de la DO, escrito por Javier Pascual, ya establecía el valor en las personas del vino.

Rioja es sentir todo aquello que la rodea para interpretar la excelencia de sus vinos. Sentir Rioja es estar orgulloso de pertenecer a una de las denominaciones de origen del vino más representativas a nivel internacional. El reconocimiento de marca de Rioja se proyectará aún más en los próximos años. El futuro pasa por una marca aún más fuerte y señalada, en la que proyectos como el de Neymar Jr., que publicamos en La Prensa del Rioja hace unos días, escojan Rioja por ser referencia de calidad y representación de una línea de negocio.

Rioja es vivir un territorio que te acoge, te acompaña, te deleita. Las bodegas, los viñedos, el patrimonio y las personas, en el centro. "Rioja solo es y será grande si sumamos todos", indica en la memoria anual de este año, Raquel Pérez Cuevas. Vivir Rioja unidos por una estrategia a largo plazo que sea económicamente viable y socialmente sostenible hacen más fuerte a esta convivencia. Rioja integra a 13.000 viticultores y alrededor de 600 bodegas y es capaz de anteponer los intereses colectivos a los individuales.

En este viaje por ver, sentir y vivir se podría tomar la fotografía de la promoción de las bodegas y los vinos. Otros lugares del mundo con producción vinícola nos lo cuentan. "EE.UU. pasó de unas 7.500 en 2019 a 11.000 en 2026. Más bodegas compitiendo por el mismo consumidor exigen un tipo de inversión diferente, y la publicidad se vuelve necesaria", son palabras de Barbara Gorder, consultora de marketing de Sonoma Valley.

Ver y "Saber quién eres". Sentir y "Te mereces un Rioja". Y vivir a través de "Vivete un Rioja". Espléndidas campañas de origen, excelencia y unidad. #JuntosVivimosRioja



TIEMPO DE VINOS  
Jorge Solana. Editor.

## Editorial

pág. 3 Rioja es ver, sentir y vivir, por **Jorge Solana**

## En portada

pág. 4 Rioja supera el millón de visitantes con un enoturismo más fuerte, diverso y rentable, por **Mirian Terroba**

## Reportajes

pág. 10 Laguardia, el corazón vitivinícola de Rioja Alavesa, por **Mirian Terroba**

pág. 14 El entusiasmo de los profesionales marca el primer Salón Blancos de Rioja, por **Mirian Terroba**

pág. 20 De Grupo Rioja a Esencia Rioja: 120 años de historia para afrontar el futuro, por **Mirian Terroba**

pág. 28 Pedro Ballesteros MW: «El futuro del vino no está solo en el suelo, está en las personas», por **Mirian Terroba**

pág. 32 Los sumilleres de Rioja crean un foro para dialogar sobre el vino, por **Mirian Terroba**

pág. 34 El reto de quitar alcohol sin perder el vino, por **Mirian Terroba**

pág. 36 La ciencia del vino desde el suelo hasta la percepción, por **Mirian Terroba**

## Consejo Regulador

pág. 24 Raquel Pérez sitúa el origen, la excelencia y la unidad como pilares del liderazgo de Rioja  
- Equilibrio y calidad definen las normas de vendimia 2026 en Rioja  
- Rioja califica la cosecha 2025 como 'Excelente'

## Actualidad de Rioja

pág. 36 Concurso de Vinos de La Rioja

pág. 38 Noticias del vino

pág. 48 El Descorche, por **Javier Pascual**

PORTADA: Archivo Consejo Regulador DOCa. Rioja



A photograph of two women standing in a wine cellar, smiling and holding wine glasses. The cellar is filled with rows of wine bottles on shelves, and the lighting is warm and focused on the women. The text is overlaid on the top left of the image.

*Rioja supera  
el millón de visitantes  
con un enoturismo  
más fuerte, diverso y rentable*

*La Denominación consolida  
su liderazgo y afianza un modelo  
basado en la diversificación  
y el aumento del valor por experiencia*

**Texto: Mirian Terroba**  
[redaccion@laprensadelrioja.com](mailto:redaccion@laprensadelrioja.com)

Más de un millón de personas ya han descubierto Rioja a través de su enoturismo. En 2025, la DOCa consolida un modelo que supera los 1,16 millones de registros y genera un impacto económico de más de 214 millones de euros, confirmando su posición como uno de los grandes destinos del turismo del vino en Europa. Pero más allá de las cifras, el cambio es de fondo: el visitante ya no

llega solo a “ver bodegas”, sino a vivir experiencias cada vez más completas, planificadas y diversas, mientras el territorio ha sabido transformar su oferta en un ecosistema que combina vino, gastronomía, cultura y ocio.

En este contexto, Rioja avanza hacia una nueva fase de crecimiento cualitativo, donde la profesionalización del sector, la inversión en nuevas experiencias y la creciente disposición al gasto dibujan un enoturismo más sofisticado y competitivo.



El enoturismo en la DOCa Rioja se encuentra en un punto de madurez avanzada. La combinación de una base sólida de bodegas abiertas al turismo, una creciente profesionalización del sector y una oferta cada vez más diversificada ha situado a la denominación como uno de los destinos enoturísticos más importantes de Europa. En 2025, este modelo no solo se consolida, sino que entra en una nueva fase: la del crecimiento en valor más que en volumen.

La región supera los 1,16 millones de registros enoturísticos, una cifra que integra visitas a bodegas, experiencias en wine bars y participación en eventos. De ellos, las bodegas registran 930.364 visitas, lo que supone un crecimiento del 1,96% respecto al año anterior. El dato refleja un comportamiento estable: el destino sigue creciendo, pero lo hace de forma moderada, apoyado en una base ya muy consolidada.

Más allá del volumen, el elemento clave del año es la evolución económica del sector. El enoturismo genera en Rioja un impacto de 214,38 millones

de euros, lo que confirma su papel como motor económico dentro del territorio vitivinícola. El crecimiento no se explica solo por el aumento de visitantes, sino por una mayor capacidad de generar valor en cada experiencia, impulsada por la diversificación de la oferta, la mejora de las infraestructuras y el aumento del gasto medio.

Este cambio de ciclo se apoya también en la inversión. En 2025, las bodegas han destinado alrededor de 6,8 millones de euros al enoturismo, una cifra que prácticamente duplica la inversión del año anterior. Este esfuerzo se concentra en digitalización, mejora de instalaciones y creación de nuevas experiencias, lo que refuerza la competitividad del destino.

El enoturismo ha dejado de ser una actividad complementaria para convertirse en un eje estructural del negocio vitivinícola. En conjunto, 226 bodegas están abiertas al turismo, y el sector continúa integrándose como una línea estratégica dentro de las empresas. Su peso económico es especialmente relevante en las bodegas pequeñas, donde puede representar



La Carrera Solidaria en Viña Pomal



Quinta edición de Samaniego in Wine que volvió a reunir a amantes del vino y la gastronomía en una experiencia que refuerza el atractivo de la localidad como destino enoturístico de referencia.



Los representantes internacionales de Great Wine Capitals en el Jardín de las Variedades de Bodegas Valdelana.



Bodegas Faustino.

hasta una cuarta parte de los ingresos. La actividad enoturística, además, se expande más allá de la visita tradicional. El sistema actual integra más de 600 eventos anuales, wine bars, experiencias gastronómicas y actividades corporativas. Este ecosistema amplía el impacto del vino en el territorio y contribuye a la desestacionalización de la demanda.

Dentro de esta estructura, el segmento MICE adquiere un papel creciente, con un impacto estimado de 2,5 millones de euros, reforzando la capacidad de Rioja para atraer público profesional y diversificar usos de las bodegas.

El resultado es un modelo en transformación. Rioja no crece únicamente en visitantes: crece en complejidad, en inversión y en capacidad de generar experiencias de mayor valor añadido. El destino evoluciona hacia un enoturismo más sofisticado, donde el vino es el punto de partida de una experiencia que integra territorio, cultura, gastronomía y ocio.

### *226 bodegas, experiencias premium y una oferta cada vez más diversificada*

La oferta enoturística de la DOPa Rioja ha alcanzado un nivel de madurez que combina tradición vitivinícola con una creciente sofisticación en la experiencia del visitante. En 2025, 226 bodegas están abiertas al turismo, de las cuales 132 forman parte de las Rutas del Vino, consolidando una estructura territorial amplia y organizada.

La actividad enoturística no es reciente. Las bodegas cuentan con una media de 15,5 años de experiencia, y un 25% supera ya las dos décadas de actividad, lo que evidencia la consolidación del sector como línea estratégica dentro del negocio del vino.

Este proceso de profesionalización se refleja en la organización interna: el 70,45% de las bodegas dispone de un departamento específico de enoturismo o relaciones públicas, lo que permite una gestión más especializada del visitante. Los equipos presentan además un alto nivel de cualificación, con una media de 10,1 años de experiencia y un 69,3% de profesionales con estudios universitarios.

La base de la oferta siendo la visita clásica a bodega, prácticamente universal en Rioja, que incluye recorrido por instalaciones y degustación de vinos. Sin embargo, esta experiencia básica se ha ido enriqueciendo progresivamente con nuevas propuestas.

Entre los servicios más extendidos destacan las degustaciones de vinos y productos gastronómicos (70%), los eventos y reuniones (63,3%) y las experiencias premium (55,6%). Esta evolución muestra una clara transición desde un modelo centrado en la visita hacia otro basado en experiencias más completas y segmentadas.

Las infraestructuras también han evolucionado. Cerca del 65% de las bodegas cuenta con Wine Bar, mientras que más del 50% dispone de espacios para reuniones de empresa, lo que amplía el alcance del enoturismo hacia el segmento corporativo. A ello se suman bodegas con hotel, restaurantes abiertos al público, museos del vino o espacios culturales, configurando una oferta cada vez más híbrida.

La diversificación de experiencias es otro de los rasgos del modelo actual. Las bodegas ofrecen de media tres propuestas diferentes, entre las que destacan las catas especiales (56,7%) y las experiencias gastronómicas (48,9%), junto a actividades de temporada y vendimia.

El componente experiencial se refuerza con la actividad de eventos. En 2025, 37 bodegas organizaron más de 80 eventos culturales, musicales y

gastronómicos, que reunieron a más de 32.000 personas, consolidando el papel de las bodegas como espacios de dinamización del territorio.

### *El enoturista de Rioja: un visitante adulto, planificado y con creciente interés gastronómico*

El perfil del enoturista en la DOCa Rioja refleja un destino maduro, con una demanda estable y cada vez más sofisticada. La visita a bodega con degustación sigue siendo la experiencia dominante, pero el comportamiento del visitante ha evolucionado hacia un consumo más planificado, digital y orientado a experiencias de mayor valor añadido.

El núcleo del enoturismo sigue siendo la visita clásica, con un precio medio de 23,24 euros, que incluye recorrido por la bodega y cata de entre uno y dos vinos. Sin embargo, este producto convive con una oferta cada vez más amplia y segmentada.

Las experiencias premium, presentes en el 55,56% de las bodegas, alcanzan un precio medio de 42,65 euros, mientras que las visitas con comida en bodega ascienden a 72,67 euros. Este escalado de precios refleja una mayor disposición del visitante a pagar por experiencias más completas.

La gastronomía se ha convertido en uno de los principales motores del enoturismo. Más de la mitad de las bodegas ofrece servicios de restauración bajo petición y un porcentaje menor dispone de restaurante abierto al público, lo que refuerza la integración entre vino y cocina como parte central de la experiencia.

El perfil demográfico del visitante está claramente definido. Predomina el tramo entre los 45 y 65 años, seguido del grupo de entre 25 y 44 años, lo que configura un público adulto, con capacidad adquisitiva media-alta y motivación experiencial.

Las motivaciones principales se reparten entre el interés por el vino, la gastronomía y la experiencia cultural. El 79,52% se identifica como turista aficionado al vino, mientras que más de la mitad combina esta motivación con el interés gastronómico.

Uno de los cambios más relevantes es el comportamiento de planificación. El 86,93% de los visitantes llega con reserva previa, y la mayoría de estas reservas se realiza directamente con la bodega. Este dato refleja un turista más organizado, digitalizado y con decisiones de compra anticipadas.

El componente internacional también es significativo. El 36,02% de los visitantes procede del extranjero, con Estados Unidos, Reino Unido y Alemania como principales mercados emisores. Esta dimensión refuerza el posicionamiento global de Rioja como destino enoturístico.

En conjunto, el visitante actual no solo busca vino, sino una experiencia completa que combina territorio, gastronomía, cultura y ocio, en un modelo cada vez más orientado al valor y menos al consumo puntual.



Bodegueros de Villabuena en el Villabuena Wine Fest, una cita que reúne a bodegas, hostelería local y visitantes en torno al vino, la gastronomía y la cultura.



Enobus en Rioja Alavesa, una experiencia integral que combina transporte colectivo, visitas culturales, patrimonio arquitectónico, gastronomía y enoturismo en una sola jornada organizada.



Rituales de Primavera en Bodegas Ontañón, una experiencia enológica, gastronómica y sensorial que celebra el renacer de las cepas.



Wine Bar de Bodegas Marqués de Cáceres.

*El enoturismo entra en una nueva etapa: más premium, sostenible y conectado con el territorio*

Texto: Mirian Terroba  
redaccion@laprensadelrioja.com

El sector del enoturismo en Rioja y Rioja Alavesa vive un momento de transformación profunda. La sostenibilidad, la autenticidad, la tecnología y la cooperación entre agentes se consolidan como los grandes ejes de un nuevo modelo que busca diferenciarse en un mercado cada vez más global y competitivo. Esa fue la principal conclusión compartida tanto en el XVI Foro de Enoturismo de Rioja Alavesa, celebrado en Bodegas Marqués de Riscal, como en el encuentro anual del Best Of Club GWC Bilbao-Rioja, desarrollado en Palacios Vinos de Finca.

Ambos encuentros, celebrados con pocas semanas de diferencia, han servido para confirmar que el sector ha dejado atrás la fase exclusivamente inspiracional para entrar en una etapa marcada por la aplicación práctica de estrategias orientadas a generar valor añadido, reforzar la identidad territorial y mejorar la competitividad internacional del destino.

*Del debate a la acción*

El XVI Foro de Enoturismo de Rioja Alavesa, celebrado los días 16 y 17 de abril, puso el foco en la necesidad de avanzar hacia modelos más integrados, sostenibles y centrados en la experiencia. Bajo una perspectiva eminentemente práctica, el foro reunió a profesionales del vino, el turismo, la comunicación y la innovación para analizar cómo adaptar el sector a las nuevas demandas del viajero.

Uno de los mensajes más repetidos durante las jornadas fue que el enoturismo ha alcanzado una fase de madurez. Ya no se trata únicamente de reflexionar sobre tendencias, sino de implementar cambios reales en la gestión, la comercialización y la experiencia del visitante.

En este contexto, la sostenibilidad apareció como un concepto transversal que supera la dimensión medioambiental para incorporar también factores económicos y sociales. El objetivo, coincidieron los participantes, pasa por construir un modelo capaz de generar equilibrio y valor para el conjunto del territorio. La tecnología también ocupó un lugar destacado, especialmen-

*El XVI Foro celebrado en Bodegas Marqués de Riscal consolida un modelo más práctico, sostenible e innovador en el que la identidad territorial y la tecnología marcan el futuro del sector*

te el papel de la inteligencia artificial aplicada a la captación y fidelización de visitantes. La conclusión fue clara: las herramientas digitales deben servir para mejorar la eficiencia y personalizar experiencias, pero sin sustituir el componente humano que define al enoturismo.

Otro de los ejes centrales fue la autenticidad. El relato, la cultura local y la capacidad de transmitir identidad se consolidan como elementos decisivos para diferenciar destinos y propuestas en un mercado globalizado. En paralelo, el sector avanza hacia modelos más amplios e integrados, donde el vino convive con la gastronomía, el paisaje, el aceite o la cultura como parte de una experiencia completa.

*Premiumización y experiencias emocionales*

Esa evolución hacia propuestas más diferenciadas también centró buena parte del debate en el encuentro anual del Best Of Club GWC Bilbao-Rioja, que reunió en Palacios Vinos de Finca a bodegas, restaurantes, alojamientos y empresas reconocidas con los premios Best Of Wine Tourism.

La jornada analizó especialmente el crecimiento del viajero premium y el potencial del enoturismo de alto valor añadido. Los participantes coincidieron en que el lujo ha cambiado de significado: ya no se asocia tanto a la ostentación o al precio como a la autenticidad, la personalización y la dimensión emocional de la experiencia.

Durante la mesa redonda "Lujo y enoturismo: claves para seducir al viajero premium", profesionales del turismo, la gastronomía y las experiencias exclusivas defendieron la necesidad de evolucionar hacia modelos más selectivos, donde la atención al detalle, el confort y la gestión del tiempo resulten determinantes.

El viajero premium, señalaron, busca propuestas vinculadas al territorio y a la identidad local, lo que refuerza precisamente algunas de las conclusiones ya planteadas en el Foro de Rioja Alavesa: autenticidad, relato y singularidad como herramientas de diferenciación.

*La cooperación como reto estratégico*

Más allá de la excelencia de cada proyecto individual, ambos encuentros coincidieron en señalar otro reto clave para el futuro del sector: la cooperación.

El Best Of Club subrayó la importancia de reforzar las alianzas entre bodegas, restaurantes, alojamientos, agencias, guías especializados, instituciones y medios de comunicación para mejorar la competitividad internacional del destino. Una visión compartida también en el Foro de Rioja Alavesa, donde se defendió la necesidad de construir propuestas más integradas y conectadas con el territorio.





Manuel Ángel Romero, CEO de Dinamiza Asesores presentado las conclusiones del Monitor de Enoturismo de Rioja 2025 en el Best Of Club GWC Bilbao-Rioja

Mesa redonda "Lujo y enoturismo: claves para seducir al viajero premium",

La conclusión común es que el crecimiento del enoturismo no dependerá únicamente de la calidad de cada bodega o experiencia aislada, sino de la capacidad del territorio para articular una oferta coherente, diferenciada y sostenible.

Con cerca de 1,2 millones de visitas anuales a bodegas y un impacto económico superior a los 214 millones de euros en el eje Bilbao-Rioja, el sector afronta ahora el desafío de consolidar un modelo más profesionalizado, competitivo y emocionalmente conectado con el visitante para convertirse en protagonista.

*Expertos del sector del vino, la gastronomía y el turismo de alta gama destacan en el Best Of Club GWC Bilbao-Rioja la necesidad de cooperación y generación de valor para consolidar la experiencia y el posicionamiento internacional del destino*

# DUO

**INNOVACIÓN RESPONSABLE**  
Garantizar la máxima calidad, el secreto de nuestro éxito.



**ExcellentCork®**  
Tapones Sintéticos



Huella de carbono reducida



Producción y consumo responsables



Compromiso continuo con el medio ambiente



Centrador de sacacorchos



100% Reciclable



Máxima calidad  
Garantía absoluta



Reutilizable  
Fácil retapado

[www.excellentcork.com](http://www.excellentcork.com)





# Laguardia, el corazón vitivinícola de Rioja Alavesa

*Concentra el 26,8 % del viñedo de Rioja Alavesa y más del 5 % del total de la DOCa Rioja, en un territorio donde siglos de historia, patrimonio y conocimiento bodeguero dan forma a vinos con identidad propia*

**Texto: Mirian Terroba**  
[redaccion@laprensadelrioja.com](mailto:redaccion@laprensadelrioja.com)

**H**ablar de Laguardia es hablar de vino. Situada en el corazón de Rioja Alavesa y protegida por la Sierra de Cantabria, esta villa medieval ha construido durante siglos una estrecha relación con el viñedo hasta convertirse en uno de los territorios de mayor peso dentro de la Denominación de Origen Calificada (DOCa) Rioja.

“Laguardia es un poco el corazón de la comarca de Rioja Alavesa”, afirma Iker Madrid, de Bodegas Casa Primicia, una frase que resume la importancia histórica y vitivinícola de una localidad que ha sabido mantener su identidad a través del vino. Fundada sobre una colina y rodeada de viñedos, la villa ha desarrollado una cultura vitivinícola profundamente ligada al paisaje, al patrimonio y a una forma de entender la elaboración basada en el origen.

## *Un territorio estratégico dentro de la DOCa Rioja*

Los datos del Consejo Regulador de la DOCa Rioja correspondientes a 2025 confirman la dimensión vitivinícola de Laguardia. El municipio cuenta con 3.498,08 hectáreas de viñedo inscrito, de las cuales 3.259,16 hectáreas corresponden a variedades tintas y 238,92 hectáreas a variedades blancas.

Esta superficie representa el 5,39 % del viñedo inscrito de la DOCa Rioja, que alcanza las 64.921,72 hectáreas. Pero la relevancia de Laguardia se aprecia todavía más dentro de su territorio de referencia: Rioja Alavesa. La superficie inscrita en Álava asciende a 13.040,75 hectáreas, de las que Laguardia reúne el 26,82 %, es decir, más de una cuarta parte del viñedo alavés se encuentra en su término municipal.

Estos datos reflejan el papel estratégico de Laguardia dentro de la denominación y consolidan a la localidad como uno de los grandes centros vitivinícolas de Rioja Alavesa, tanto por extensión de viñedo como por tradición elaboradora, concentración bodeguera y prestigio enológico.

Con una superficie municipal de 81,08 kilómetros cuadrados y situada a 630 metros de altitud, Laguardia reúne unas condiciones naturales privilegiadas para el cultivo de la vid. Los suelos arcillo-calcáreos y la protección que ejerce la Sierra de Cantabria frente a los vientos del norte favorecen una maduración lenta y equilibrada de la uva.

Precisamente esta ubicación es uno de los factores que Madrid considera determinantes para explicar la personalidad del territorio. “Hemos sido unos privilegiados porque estamos un poco resguardados por la sierra”, señala, destacando un microclima que permite desarrollar una viticultura con carácter propio.

La dimensión vitivinícola de Laguardia también se refleja en su tejido empresarial. Según la estadística del Consejo Regulador correspondiente a 2025, el municipio cuenta con 57 bodegas inscritas en la DOCa Rioja, una cifra que representa aproximadamente el 8,9 % de las 640 bodegas contabilizadas en la denominación.

Esta concentración confirma el peso de Laguardia como uno de los principales núcleos bodegueros de Rioja Alavesa. Grandes firmas de prestigio internacional conviven con bodegas familiares que mantienen viva una tradición transmitida de generación en generación.

Esta diversidad empresarial es una de las fortalezas del municipio, donde conviven proyectos históricos y nuevas iniciativas centradas en la expresión del viñedo, la diferenciación por origen y la búsqueda de vinos con mayor identidad territorial.

Pero si hay un elemento que distingue a Laguardia de otros municipios vitivinícolas es el patrimonio que se esconde bajo sus calles. El casco histórico conserva más de 232 bodegas subterráneas o calados históricos, excavados entre los siglos XII y XVI para elaborar y conservar el vino aprovechando la temperatura constante del subsuelo.

Este entramado de galerías y bodegas constituye uno de los conjuntos de arquitectura vinícola subterránea más singulares de Europa y demuestra hasta qué punto el vino forma parte de la historia y de la identidad de la localidad.

### Identidad propia

La personalidad de los vinos de Laguardia nace de una combinación de factores naturales y humanos: un paisaje de viñedos en terrazas, suelos mayoritariamente arcillo-calcáreos, una climatología marcada por la influencia atlántica y la tradición de generaciones de viticultores.

El resultado son vinos reconocidos por su elegancia, equilibrio y capacidad de envejecimiento dentro de la DOPa Rioja.

La variedad protagonista es la Tempranillo, que encuentra en este territorio unas condiciones óptimas para desarrollar vinos con estructura, intensidad aromática y buena acidez. Sus perfiles suelen mostrar fruta roja y negra, notas especiadas, taninos finos y una gran capacidad de evolución con la crianza.

Junto al Tempranillo, los viticultores mantienen variedades tradicionales como Graciano, Garnacha y Mazuelo, que aportan complejidad y frescura. En blancos destacan variedades como Viura y Tempranillo Blanco.

Los vinos de Laguardia representan una interpretación de Rioja Alavesa basada en la finura frente a la potencia, donde el equilibrio entre fruta, suelo y madera adquiere un papel protagonista. Son vinos que buscan transmitir el paisaje y la personalidad de cada parcela.

Uno de los grandes valores del municipio es su patrimonio de viñas viejas, muchas de ellas cultivadas en vaso y con bajos rendimientos. Estas parcelas históricas han impulsado una nueva generación de vinos donde el concepto de terruño adquiere cada vez mayor importancia.



La recuperación de viñedos antiguos, los vinos de parcela, la menor intervención en bodega y la apuesta por los vinos de municipio reflejan una evolución del sector hacia elaboraciones con una identidad geográfica más marcada.

### El valor de un territorio

Además de su dimensión productiva, Laguardia ha sabido convertir su patrimonio vitivinícola en una experiencia turística. Sus bodegas, sus calados históricos y su casco medieval han transformado la localidad en uno de los destinos enoturísticos más reconocidos.

“El enoturismo va en positivo y esperamos que continúe creciendo tanto en valor como en volumen”, explica Iker Madrid, quien considera que la combinación de vino, patrimonio y paisaje constituye uno de los grandes activos de futuro del municipio.





Iker Madrid, de Bodegas Casa Primicia.

Cada año miles de visitantes recorren sus viñedos, participan en catas y descubren una localidad donde la cultura del vino está presente en cada calle, cada bodega y cada rincón del casco histórico.

En un contexto de creciente demanda de vinos ligados a su territorio, Laguardia representa uno de los grandes modelos vitivinícolas de Rioja Alavesa. Su paisaje de viñedos, la singularidad de sus bodegas y el conocimiento acumulado durante generaciones explican la personalidad de un municipio estrechamente vinculado al vino.

Para Iker Madrid, el valor de Laguardia va más allá de los datos: “Tiene un encanto especial, una historia y un microclima muy adecuado, donde todavía existe capacidad para hacer cosas muy bonitas y muy buenas”.

Una reflexión que resume el espíritu de un territorio donde el viñedo, el patrimonio y las nuevas generaciones de bodegueros siguen construyendo el futuro del vino.

### *Casa Primicia, raíces con futuro*

Si Laguardia es uno de los grandes símbolos vitivinícolas de Rioja Alavesa, Bodegas Casa Primicia representa la unión entre patrimonio, tradición familiar y evolución del sector.

Su historia está ligada a uno de los edificios más singulares de la villa: la Casa Primicia, una antigua bodega del siglo XV vinculada a la Iglesia y a la recaudación de diezmos y primicias de la comarca. “En nuestro caso, la historia está ahí”, explica Iker Madrid, representante de la tercera generación

de la familia al frente de la bodega. Tras recuperar el proyecto familiar en las décadas de los años 70 y 80, Casa Primicia inició en 1985 un proceso de modernización que incorporó nuevas tecnologías sin perder la esencia del edificio histórico, que hoy continúa siendo un espacio de envejecimiento y un elemento clave de su propuesta enoturística.

La filosofía de la bodega parte de una idea fundamental: el vino nace en el viñedo. “Buscando lo que entiendo que debiera ser una bodega de Rioja: obtener la mejor calidad de uva posible para que al final acabe siendo la mejor calidad de vino posible”, señala Madrid.

Casa Primicia trabaja con viñedos propios situados en el entorno de Laguardia, sobre suelos arcillo-calcáreos y a más de 550 metros de altitud. Son parcelas pequeñas seleccionadas por su calidad: “El viñedo más grande que tenemos es de 10 hectáreas y el siguiente ya no llega ni a 3”, explica.

El Tempranillo es la variedad principal, acompañado por variedades tradicionales como Mazuelo, Graciano y Garnacha, además de blancas como Viura y Tempranillo Blanco. La bodega también apuesta por variedades minoritarias, como demuestra su vino elaborado con Maturana 100 %, con una producción limitada.

La sostenibilidad se ha convertido en otro de los pilares del proyecto. Actualmente, más de la mitad del viñedo propio está certificado en ecológico, acercándose a las dos terceras partes de la superficie cultivada.

La evolución de Casa Primicia combina tradición e innovación. “Tú siempre tienes una filosofía y una manera de hacer las cosas y de alguna manera un sello de identidad”, afirma Madrid.

Esa identidad se refleja en una gama que reúne desde vinos jóvenes, crianzas, reservas y grandes reservas hasta elaboraciones más singulares como Carrabalseca, su línea ecológica; Flor de Primicia; el Reserva de Familia Julián Madrid; Cofradía Casa Primicia o la colección Pensante. Para Iker Madrid, el estilo de la bodega se resume en una palabra: “Elegancia”. Vinos equilibrados, con presencia de fruta y una madera integrada, donde el objetivo es expresar el carácter del viñedo de Laguardia.

Con más de cinco siglos de historia vinculados al vino, Casa Primicia afronta el futuro desde una idea clara: mantener sus raíces, cuidar el viñedo y seguir elaborando vinos que transmitan la personalidad de un territorio único.



Bodegas Casa Primicia



Viñedo ecológico Carrabalseca de Bodegas Casa Primicia

# SÜBR

**Protección perfecta  
para vinos de alta gama**

Elija la permeabilidad más baja  
del mercado para una evolución  
homogénea en cada botella.



**VINVENTIONS**

[www.vinventions.com](http://www.vinventions.com)



## *El entusiasmo de los profesionales marca el primer Salón Blancos de Rioja*

**Texto:** Mirian Terroba  
[redaccion@laprensadelrioja.com](mailto:redaccion@laprensadelrioja.com)  
**Fotos:** Ester Chiquero

**E**l entusiasmo por los más de 75 vinos descubiertos marcó el primer Salón Blancos de Rioja, celebrado en Madrid e impulsado por La Prensa del Rioja, con la asistencia de cerca de 250 profesionales entre sumilleres, prescriptores, distribuidores y prensa especializada. La cita sirvió como escaparate de una categoría en plena transformación y como reflejo de una realidad cada vez más evidente: los blancos de Rioja dejaron de ocupar un papel secundario para consolidarse como una propuesta sólida, diversa y con identidad propia dentro de la denominación.

Veintiuna bodegas mostraron hasta qué punto los vinos blancos de Rioja habían dejado de responder a un único modelo para desplegar un abanico amplio de estilos, interpretaciones y formas de entender el origen. Los asistentes coincidieron en destacar la calidad, la diversidad y el potencial gastronómico de la categoría, subrayando que los blancos de Rioja ya se situaban al nivel de los tintos más reconocidos de la denominación.

Por el salón pasaron profesionales con larga trayectoria en el sector como los sumilleres Custodio López Zamorra y Jesús Flores, junto a sumilleres, divulgadores e influencers como el Master of Wine Pedro Ballesteros,

*Más de 250 profesionales destacan la calidad y diversidad de la categoría, desde vinos jóvenes hasta blancos de guarda, y coinciden en señalar su momento de madurez*

Luis Miguel Fernández (@luis\_wine\_expert), la actriz y sumiller Rosalía Castro, Hosanna Peña De Arrúe (@queridilla\_elperumedelvino), Alberto Andrés (Elsumilleraustero), Ana Iglesias o el periodista Sergio Sauca, reflejo del creciente interés que despertaba la categoría.

Durante décadas, los vinos blancos tuvieron un papel secundario en Rioja frente a los tintos, pero en los últimos años habían experimentado una profunda evolución que amplió su diversidad y revalorizó sus orígenes. Gracias a nuevas variedades, técnicas de elaboración y una mayor confianza del sector, la categoría vivía una etapa de expansión con estilos que abarcaban desde vinos jóvenes hasta blancos de guarda, así como elaboraciones centradas en el origen.

Los más de 75 vinos presentados permitieron recorrer, copa en mano, un territorio en el que convivían blancos jóvenes y expresivos con elaboraciones con crianza, vinos de parcela y propuestas que exploraban nuevas técnicas enológicas. Más que una suma de referencias, el conjunto dibujó una radiografía clara de hacia dónde se dirigían los blancos de Rioja.

### *Evolución, legado y potencial de futuro*

En este contexto, el histórico sumiller Custodio López Zamorra destacó el recorrido realizado durante el salón y la amplitud de propuestas porque “he encontrado cosas muy curiosas, muy interesantes y también vinos complejos. Incluso algunas referencias me han sorprendido, como un 100% monovarietal de verdejo. He encontrado desde vinos jóvenes hasta elaboraciones fermentadas y criadas en distintos formatos”.

Recorriendo este paisaje, afirmó que se apreciaba claramente la evolución de los blancos. “Lo que había hace 20 años no tiene nada que ver con



Lo que existe hoy: es una auténtica maravilla. Yo llevo en el mundo del vino profesionalmente desde principios de los años 70, y en aquella época ya había vinos muy buenos. Sin embargo, el cambio que ha experimentado Rioja en los últimos años es enorme. No solo por el avance en el conocimiento, sino también por el trabajo en bodega, el uso de distintas variedades y el desarrollo de vinos fermentados y criados en barrica”.

López Zamorra, sumiller del Zalacaín durante más de 40 años, consideró que la viura “es una variedad maravillosa, casi única, con una identidad propia muy marcada. Además, su combinación con otras variedades como garnacha blanca, malvasía o chardonnay ha enriquecido notablemente el panorama. Estos vinos funcionan muy bien en gastronomía. No es complicado maridarlos, al contrario. Hay blancos que describiría como vinos con alma de tinto, por su estructura y complejidad”.

El enólogo, sumiller y formador Jesús Flores puso el acento en el carácter exclusivo del salón y en la calidad de las bodegas participantes, además de señalar el interés de muchas de las referencias desconocidas incluso para profesionales experimentados. “El salón me parece exclusivo porque hay pocas bodegas, pero las que han venido presentan vinos increíbles. Para alguien con experiencia en el mundo del vino, muchos de estos vinos no los conocía, lo cual ya dice mucho del nivel”.

Flores insistió además en el potencial de futuro de los blancos de Rioja, subrayando el mayor coste y complejidad de su elaboración, pero también la necesidad de seguir apostando por ellos ante el crecimiento del consumo de vino blanco a nivel internacional.

### *Tendencias globales y diversidad de estilos*

Desde la perspectiva del mercado internacional, la importadora y consultora para Latinoamérica Natalie Porras destacó el cambio en las tendencias de consumo y el posicionamiento que debían ocupar los blancos de Rioja. “El blanco se está poniendo muy de moda” y el consumidor había evolucionado hacia un mayor interés por este tipo de vinos, situando a Rioja como una referencia natural en esta categoría.

“He visto cosas que sorprenden, propuestas muy distintas, con estilos completamente diferentes, desde elaboraciones en huevo de hormigón hasta vinos con crianza en madera, pasando por distintas variedades y ensamblajes, incluso sauvignon blanc. Creo que la diversidad en blancos refleja perfectamente la diversidad que caracteriza a Rioja como denominación”.

En cuanto al valor profesional de este tipo de iniciativas, subrayó su utilidad como herramienta de análisis del mercado. “Este tipo de salones ayudan mucho a nivel profesional porque permiten entender las tendencias, conocer qué están haciendo los elaboradores y tener una visión más





completa del sector. No solo ves a las grandes bodegas, sino también a proyectos más pequeños, lo que aporta una perspectiva diferente sobre hacia dónde va el negocio y cómo puede evolucionar el consumidor en la búsqueda de nuevas alternativas”.

Uno de los rasgos más evidentes de los vinos presentados fue precisamente esa diversidad estilística. En el ámbito de los blancos jóvenes, referencias como Biurko Sauvignon Blanc 2025, Barón de Ley 2025, Bordón Blanco 2025, Tuercebotas Tempranillo Blanco 2025, Tierras de Murillo 2025 o Coto Mayor Blanco 2025 mostraron perfiles frescos, directos y marcados por la expresión varietal.

En estos vinos convivieron variedades tradicionales como la viura con otras más recientes en la denominación, como el tempranillo blanco o la garnacha blanca, además de la presencia de variedades internacionales como la sauvignon blanc. El resultado fue una gama de vinos accesibles en su planteamiento, pero diversos en matices, que reflejó la riqueza actual del viñedo riojano.

### *Revalorización de la madera y blancos de guarda*

Junto a los vinos jóvenes, un segundo grupo de vinos evidenció la revalorización de los blancos más tradicionales de Rioja, en los que el tiempo y la crianza formaban parte esencial de su identidad y que hoy se reivindicaban como una de las expresiones más singulares de la denominación.

Bagordi Blanco Fermentado en Barrica 2024, Montecillo Garnacha Blanca 2023, Faustino I Gran Reserva Blanco 2021, Gonzalo de Berceo Tempranillo Blanco 2024, Marqués de Reinoso Tempranillo Blanco 2024, Paloma de Sacramento 2023, Mi Lugar Blanco 2022, Terroir de Zinio Tempranillo Blanco 2024, GMT-125 2024 o Valserrano Blanco Gran Reserva 2019 representaron esta corriente, en la que la madera actuó como un elemento de integración y no como un rasgo dominante.

El sumiller y divulgador Luis Miguel Fernández (@luis\_wine\_expert) insistió en el interés de la categoría y en su potencial, especialmente en los blancos de guarda. “El blanco de Rioja tiene un potencial brutal, siempre que lo dejemos envejecer. La viura es una uva excepcional para ello”.

Fernández señaló también el desconocimiento que todavía existía en torno a la categoría: “No entiendo por qué Rioja se conoce más por el tinto que por el blanco. Este tipo de salones ayudan a difundir que hay mucho más fuera del tinto”.

En su análisis, destacó la calidad de los vinos catados, comparables a grandes blancos internacionales. “Hemos probado vinos a la altura de Borgoña o de grandes blancos del mundo, con una relación calidad-precio muy destacable”. Para él, la clave definitoria de la categoría era clara: “Elegancia y tiempo. Los blancos de Rioja ganan con los años”.

### *Nuevas elaboraciones y el origen como eje del discurso*

Más allá de la madera, algunos proyectos apostaron por técnicas que buscaban reforzar la textura y la expresión del vino sin alterar en exceso su perfil varietal. Fue el caso de Vega Vella Garnacha Blanca en Huevo de Hormigón 2023 o Valyerro Blanco 2025, donde el uso de depósitos alternativos y el trabajo sobre lías contribuyeron a generar vinos más untuosos y precisos.

Estas elaboraciones reflejaron una tendencia creciente hacia la mínima intervención y el control del proceso enológico como vía para respetar al máximo la identidad de la uva y del viñedo.

Otra de las claves que atravesó buena parte de los vinos presentados fue la atención al origen. Referencias como Las Planas 2019, Dominio de ARVS Garnacha Blanca 2024 o Marqués de Tomares 2019 pusieron el foco en parcelas concretas, viñedos viejos o zonas específicas que condicionaban de manera decisiva el carácter del vino.

Altitud, tipo de suelo, edad de las cepas o exposición fueron factores que aparecieron de forma recurrente en las descripciones, evidenciando una creciente sensibilidad hacia la expresión del territorio como elemento diferenciador dentro de la categoría.

La sumiller Rosalía Castro, vinculada a Vinology | Wine Bar & Kitchen, puso el foco precisamente en el descubrimiento de nuevos proyectos y en el potencial aún infraestimado de los blancos de Rioja. "Rioja es una zona muy especial para mí, y creo que los blancos están poco valorados, aunque hay cosas muy interesantes".

Durante su visita, subrayó el trabajo con la viura, destacando su acidez, su capacidad de guarda y el enfoque cuidado en la elaboración. "La viura en Rioja fermenta muy bien y tiene una gran capacidad de envejecimiento, pero aquí se aprecia un trabajo muy preciso".

También valoró proyectos familiares, donde la incorporación de nuevas generaciones impulsó estilos más actuales, incluyendo espumosos y vinos elaborados con variedades como garnacha blanca y tempranillo blanco. "Hay mucha tendencia hacia vinos más frescos, tanto para chateo como para gastronomía, siempre con mucha elegancia".

Finalmente, puso en valor el contacto directo con los elaboradores porque "escuchar a quien hace el vino aporta un valor añadido muy importante a nivel profesional".

### *Tradición y modernidad, en equilibrio*

Junto a los vinos monovarietales, numerosos ejemplos recurrieron al ensamblaje de variedades blancas como herramienta para construir equilibrio. Viura, tempranillo blanco, garnacha blanca, malvasía o sauvignon blanc se combinaron en distintas proporciones para lograr perfiles que integraron frescura, estructura y complejidad.

Esta práctica, histórica en Rioja, se adaptó a un contexto en el que las nuevas variedades y estilos ampliaron las posibilidades enológicas, permitiendo a las bodegas ajustar sus vinos a diferentes perfiles de consumo y mercado.

El periodista y comunicador Sergio Sauca destacó el carácter anticipador del salón, que consideró "una cita que se adelantó a lo que ya estaba ocurriendo y, sobre todo, a lo que estaba por venir. Los blancos en Rioja, en mi opinión, eran el futuro".

Subrayó que la categoría se encontraba en un proceso de transformación que la acercaba cada vez más a una identidad propia dentro de la denominación, impulsada por la recuperación de variedades tradicionales y la incorporación de nuevas uvas que ampliaban el abanico estilístico. "Rioja era viura, pero ahora aparecían tempranillo blanco, garnacha blanca, matu-rana e incluso propuestas con sauvignon blanc en determinadas zonas, que resultaban muy interesantes".

Sauca defendió el valor de la diversidad y consideró que "la diferencia de Rioja no estaba en hacer vinos más caros o más puntuados, sino en hacer vinos diferentes". En ese sentido, reivindicó la importancia histórica de los blancos, junto a tintos y claretes, y abogó por recuperar tanto los blancos de guarda como los tintos de larga crianza que habían definido la identidad de la región.



*Veintiuna bodegas  
y más de 75 vinos  
evidencian la evolución  
de una categoría que  
amplía estilos, refuerza su  
vínculo con el origen  
y combina tradición  
y modernidad*



Asimismo, puso en valor el papel de iniciativas como este salón para visibilizar ese cambio y reforzar la presencia de los blancos de Rioja tanto en el canal profesional como en el consumidor final.

### *Una categoría en expansión*

Profesionales de la hostelería como Arturo Estévez García, sumiller y gerente de hostelería, destacaron la dualidad de la oferta de blancos de Rioja, desde vinos jóvenes orientados al consumo por copas hasta referencias de mayor complejidad y crianza, subrayando su utilidad tanto en restauración como en consumo cotidiano.


El desarrollo actual de los blancos de Rioja no podía entenderse sin la evolución técnica iniciada en las últimas décadas del siglo XX, cuando la incorporación del acero inoxidable y el control de temperatura en las fermentaciones permitió mejorar la precisión enológica y preservar mejor los aromas primarios.

Desde entonces, la categoría siguió evolucionando mediante la incorporación de nuevas variedades autorizadas, el desarrollo de distintas técnicas de elaboración —como el trabajo sobre lías, las fermentaciones en barrica o el uso de depósitos alternativos— y una mayor atención al viñedo como origen del vino.

Desde blancos ligeros y aromáticos hasta vinos de larga crianza pensados para evolucionar en botella, pasando por elaboraciones que exploraban el origen o nuevas técnicas enológicas, la oferta mostró una notable riqueza de estilos.

Las opiniones recogidas tras la jornada apuntaron, en definitiva, a un cambio de percepción: los blancos de Rioja dejaron de considerarse una categoría secundaria para consolidarse como una propuesta sólida, en crecimiento y con identidad propia.

Más que una tendencia puntual, el Salón Blancos de Rioja puso de manifiesto una realidad: los vinos blancos de Rioja habían consolidado un lenguaje propio, en el que convivían tradición y modernidad, y en el que cada bodega aportaba su propia interpretación de un territorio que seguía ampliando sus posibilidades.



# Las decisiones que tomas, se ven en la cosecha.

*Con la comida no se juega*

En Bayer Crop Science creamos productos científicamente testados que protegen los viñedos de plagas y enfermedades y promueven un crecimiento saludable. Porque nosotros, al igual que tú, **pensamos que es demasiado lo que nos jugamos.**



# De Grupo Rioja Esencia Rioja: 120 años de historia para afrontar el futuro

*La histórica asociación bodeguera adopta una nueva identidad para reforzar su legado exportador, su vínculo con la vitivinicultura y su papel en el futuro de la DOCa Rioja*

**Texto: Mirian Terroba**  
redaccion@laprensadelrioja.com

La histórica asociación Grupo Rioja inicia una nueva etapa bajo el nombre de Esencia Rioja, una transformación que trasciende el cambio de identidad corporativa para reivindicar más de un siglo de liderazgo en la construcción del prestigio internacional de la Denominación de Origen Calificada Rioja.

La Asamblea General de la entidad aprobó por unanimidad su nueva denominación social, que pasa a ser oficialmente Asociación de Exportadores Vitivinícolas de Rioja, acompañada de una profunda renovación de imagen y posicionamiento estratégico. El nuevo nombre recupera el ADN exportador que ha marcado la trayectoria de la organización desde sus orígenes y amplía su alcance hacia la vitivinicultura, poniendo en valor tanto el viñedo como la elaboración de vinos.

La nueva marca, Esencia Rioja, sintetiza precisamente ese papel histórico desempeñado por sus bodegas: protagonistas de algunos de los principales hitos de la Denominación y guardianas de una tradición que ha definido la identidad de Rioja durante más de un siglo.

## *Un legado que se remonta a 1907*

La transformación conecta directamente con los orígenes de la asociación. Esencia Rioja se reivindica como heredera directa del “Sindicato de Exportadores de Vinos de la Rioja”, fundado el 28 de abril de 1907 por 16 bodegas pioneras. Aquella organización evolucionaría años después hacia la “Asociación de Exportadores de Vinos de la Rioja”, consolidando desde entonces una vocación internacional que acabaría convirtiéndose en una de las señas de identidad de Rioja.

La historia de la asociación ha atravesado distintas etapas que reflejan también la evolución del propio sector vitivinícola riojano. En 1968 surgió el Grupo de Criadores y Exportadores de Vinos de Rioja, primer consorcio bodeguero que destinó fondos propios a promocionar la marca Rioja en mercados internacionales. Posteriormente, con la apertura democrática y las nuevas leyes asociativas, nació en 1981 la Asociación de Empresas Vinícolas de la Zona Rioja, cuya fusión con el Grupo de Exportadores en 2008 dio lugar a Grupo Rioja.

Ahora, bajo el paraguas de Esencia Rioja, la organización recupera explícitamente ese legado pionero con un claim que resume su trayectoria: “Pioneros Exportadores desde 1907”.

Actualmente, la asociación agrupa a más de 60 bodegas de todas las tipologías —desde grandes grupos empresariales hasta pequeñas bodegas familiares— que representan más del 75% del valor total de comercialización del vino de Rioja. Además, sus bodegas compran uva a más de 11.000 viticultores y generan más de 2.700 empleos directos en la región.

## *Mucho más que un cambio de imagen*

Desde la asociación insisten en que la renovación no responde únicamente a una cuestión estética o de marketing, sino a la necesidad de poner en valor el papel histórico desempeñado por sus asociados en la construcción del prestigio de Rioja.

La presidenta de Esencia Rioja, Raquel Pérez Cuevas, subrayó durante la presentación que “nos han confiado las generaciones anteriores un legado que es nuestra obligación proteger, mejorar y transmitir a las futuras generaciones”.

Ese posicionamiento se sustenta en una serie de principios que la entidad considera fundamentales para el futuro de la Denominación: la defensa de la viticultura y la enología de calidad, la protección del paisaje vitivinícola, el impulso del enoturismo, el fortalecimiento de las marcas y la apuesta decidida por la internacionalización.

La asociación defiende además un modelo que combine tradición y modernidad: apoyar nuevas figuras ligadas al viñedo sin renunciar al valor patrimonial de las menciones tradicionales, entendidas como máxima expresión del ensamblaje y la crianza que caracterizan históricamente a Rioja.

## *Una jornada para analizar el futuro de Rioja*

La nueva etapa de Esencia Rioja se escenificó durante la jornada “Pioneros Exportadores desde 1907”, celebrada en Bodegas Marqués de Cáceres tras la Asamblea General, con el apoyo de Saica Pack y Caja Rural de Navarra Acción Social.





El encuentro reunió a profesionales del sector, expertos en estrategia y representantes institucionales para reflexionar sobre el pasado, presente y futuro de Rioja en un contexto de transformación del consumo y de los mercados internacionales.

Una de las mesas redondas centrales, titulada "Alianza estratégica, ADN exportador: Esencia Rioja", contó con la participación del periodista y escritor Javier Pascual, autor del libro del Centenario de la DOCa Rioja; Ricardo Moreno, CEO de TSMGO; e Iñigo Torres, director general de Esencia Rioja.

Durante el debate, Javier Pascual repasó la evolución histórica de la organización y defendió que Esencia Rioja representa hoy "el último eslabón" de una línea sucesoria iniciada hace más de un siglo por las primeras bodegas exportadoras de Rioja.

Por su parte, Ricardo Moreno explicó el proceso creativo detrás del cambio de identidad, basado en la integración entre historia, estrategia y branding, con el objetivo de reforzar el posicionamiento internacional de la asociación sin perder sus raíces.

### Madrid, laboratorio de tendencias

Otro de los ejes de la jornada fue el análisis de Madrid como espacio estratégico para el futuro del vino y de la marca Rioja. En la mesa redonda "Las claves para la mejora del posicionamiento de Rioja en Madrid y la propuesta de valor de los nuevos clubes de socios" participaron Diego Elvira, Brand Manager de Forbes House; Juan Rodríguez, Senior Manager de Estrategia en Accenture; José Miguel Herrero, director general de Alimentación del MAPA; e Iñigo Torres.

Los participantes coincidieron en que Rioja mantiene una marca sólida y reconocida, pero debe reforzar su presencia en los nuevos espacios donde hoy se generan tendencias, influencia y hábitos de consumo.

Diego Elvira destacó el papel creciente de los clubes privados y espacios premium como lugares donde convergen gastronomía, relaciones profesio-





nales y experiencias vinculadas al vino. Según señaló, el desafío actual no consiste solo en atraer consumidores, sino en generar vínculos emocionales y recurrentes con ellos.

En la misma línea, Juan Rodríguez explicó que Madrid se ha convertido en un auténtico banco de pruebas de nuevas tendencias de consumo que posteriormente se expanden a otros mercados. Advirtió además de que los consumidores jóvenes muestran una menor fidelidad a las denominaciones tradicionales y se relacionan con el vino de manera más informal y experiencial.

José Miguel Herrero defendió, por su parte, una visión más abierta y flexible para acercar el vino al consumidor contemporáneo, destacando la capacidad de Rioja para competir en entornos internacionales gracias a su prestigio, diversidad y capacidad de adaptación.

### *Tradición, cohesión y proyección internacional*

La nueva etapa de Esencia Rioja busca precisamente equilibrar esos dos mundos: preservar la herencia histórica que convirtió a Rioja en la denominación más prestigiosa de España y, al mismo tiempo, adaptarse a los nuevos escenarios globales de consumo.

La asociación reivindica así su papel histórico como motor exportador y como una de las organizaciones que más ha contribuido a construir la imagen internacional de Rioja. Pero también se presenta como un actor clave para afrontar los retos futuros del sector: la sostenibilidad, la transformación del consumo, la conexión con nuevas generaciones y la necesidad de mantener el prestigio de la marca Rioja en los mercados internacionales.

Con su nueva identidad, Esencia Rioja pretende reforzar precisamente esa idea: que el futuro de Rioja solo puede entenderse desde el respeto a la esencia que la convirtió en referente mundial del vino español.

### *'De crianzas con Esencia Rioja' consolida su éxito en su segunda edición*

El evento 'De crianzas con Esencia Rioja' reunió a miles de personas en la emblemática zona de La Laurel de Logroño, en una edición marcada por la alta participación, el ambiente festivo y el clima veraniego que acompañó durante toda la jornada.

La iniciativa, en la que participaron más de 50 establecimientos hosteleros, volvió a agotar las 1.000 inscripciones disponibles en pocas horas, replicando el éxito de su primera edición. El formato permitió al público disfrutar de tres pinchos, a elegir entre los bares participantes, acompañados de otros tantos vinos de crianza de las bodegas de Esencia Rioja, asumiendo únicamente el coste de la gastronomía, mientras que la asociación bodeguera invitaba a los vinos.

Esencia Rioja impulsa esta propuesta por su estrecha relación con la hostelería, principal canal de comercialización de los vinos de la denominación, y con el objetivo de poner en valor la categoría de 'Crianza', históricamente distintiva en el mercado nacional.

Uno de los aspectos más destacados fue la presencia de jóvenes aficionados al vino, que pudieron descubrir distintas referencias de crianza en un entorno de consumo moderado y centrado en la experiencia gastronómica.

El evento, promovido junto a la Asociación Hostelera de La Laurel y el Gobierno de La Rioja, se consolida como un ejemplo de promoción del consumo responsable de vino de Rioja, maridado con la gastronomía local en uno de los enclaves más representativos de Logroño.



### Señorío de Valdiestro Rosado 2025 - BODEGAS NAJERILLA

Es un vino elaborado íntegramente con uva Garnacha procedente de viñedos del Alto Najerilla, en la DOCa Rioja. Su elaboración sigue el método tradicional de sangrado, con una maceración a baja temperatura y fermentación controlada entre 16 y 18 °C para preservar toda la intensidad aromática de la variedad. El resultado es un rosado fresco, afrutado y equilibrado, con notas de frutos rojos y una agradable acidez que lo convierte en una opción ideal para aperitivos, arroces, pescados y cocina mediterránea. Esta referencia refleja el compromiso de Bodegas Najerilla con la calidad, la expresión del viñedo y la identidad de los vinos riojanos, manteniendo un estilo fresco y elegante que pone en valor el potencial de la Garnacha en Rioja.

[www.bodegasnajerilla.es](http://www.bodegasnajerilla.es)



### Clemente García Viura - BODEGAS CLEMENTE GARCÍA

Es un vino que muestra el potencial de la Viura cuando procede de viñedos viejos y se trabaja con paciencia y respeto por el viñedo. Elaborado con uvas cultivadas de forma ecológica en parcelas de unos 70 años situadas a 650 metros de altitud, en el Valle del Najerilla, es un vino de producción muy limitada que refleja el carácter de un paisaje y de una forma de entender la viticultura. La vendimia se realiza de forma manual en cajas de 16 kilos para preservar la calidad de la uva. Afrutado, goloso y sedoso, destaca por sus aromas cítricos y de hierbas aromáticas sobre un sutil fondo de madera. En boca es fresco, fino y elegante, con un final largo y persistente. Ideal para acompañar pescados, mariscos, arroces o quesos suaves.

[www.bodegaclementegarcia.com](http://www.bodegaclementegarcia.com)



### Valenciso Rosa 2025 - BODEGAS VALENCISO

Valenciso estrena la añada 2025 de Rosa, un rosado de producción limitada a 4.800 botellas que refleja una visión actual y singular del rosado de Rioja. Fresco, lleno de fruta y con una marcada personalidad, está concebido para acompañar momentos de disfrute y buena mesa, desde un aperitivo informal hasta una larga cena entre amigos. Con esta nueva elaboración, la bodega refuerza su compromiso con la calidad, la expresión del viñedo y una forma de entender el rosado basada en la autenticidad y el origen. Versátil en la mesa, Valenciso Rosa 2025 encuentra su mejor expresión junto a arroces, pastas, cocina asiática o pescados azules, convirtiéndose en un aliado gastronómico para múltiples ocasiones.

[www.valenciso.com](http://www.valenciso.com)



### Barón de Ley Verdejo - BODEGAS BARÓN DE LEY

Representa una de las propuestas más singulares de Rioja: un Verdejo elaborado en una tierra tradicionalmente asociada a otras variedades, reflejando la diversidad y riqueza vitivinícola de la región. Un blanco fresco, expresivo y gastronómico que sorprende por su personalidad, ideal para acompañar mariscos, pescados, arroces, pastas y quesos, es un blanco versátil y refrescante que invita a descubrir otra cara de Rioja. Procede de la Finca Los Almendros, un viñedo de suelos pobres y pedregosos donde la Verdejo muestra toda su personalidad. En nariz aparecen aromas exóticos, hinojo, manzana verde y notas cítricas. En boca resulta fresco, equilibrado y untuoso, con sabores de fruta tropical y un final largo y agradable.

[www.barondeley.com](http://www.barondeley.com)



## Raquel Pérez sitúa el origen, la excelencia y la unidad como pilares del liderazgo de Rioja



La presidenta del Consejo Regulador de la DOCa Rioja, Raquel Pérez Cuebas, ha presentado la Memoria del Centenario, un documento que recoge el balance de un año histórico para la denominación y que plantea las bases de su futuro tras la celebración de los cien años de la primera denominación de origen de España.

Pérez Cuebas destaca que 2025 ha sido mucho más que una efeméride: "Rioja se ha mirado en el espejo para reconocerse en cien años de esfuerzo, superación y éxitos compartidos". La presidenta subraya que la conmemoración se

produjo en un contexto complejo para el sector vitivinícola, marcado por la caída del consumo mundial de vino y la incertidumbre de los mercados, una situación ante la que Rioja ha apostado por reforzar su principal valor diferencial: la calidad.

"Volver a la raíz, al origen y preservar por encima de todo la excelencia de nuestras viñas, bodegas y vinos" ha sido, según Pérez Cuebas, la respuesta de la denominación, en una estrategia centrada en la defensa del origen y del valor de Rioja.

La celebración del centenario, que culminó en febrero de 2026, reforzó la proyección nacional e internacional de la denominación con actos institucionales y actividades en distintos mercados. Para la presidenta, la conmemoración confirmó que "ir por delante" forma parte del ADN de Rioja desde sus orígenes.

La memoria pone en valor la dimensión colectiva de una denominación formada por 13.000 viticultores y cerca de 600 bodegas, una estructura que, según Pérez Cuebas, ha sabido priorizar el interés común para preservar el prestigio de la marca Rioja. "En esta memoria queda reflejada una verdadera declaración de intenciones: Rioja solo es y será grande si sumamos todos", afirma. El año 2025 tuvo además un significado histórico al ser el año en que Raquel Pérez Cuebas se convirtió en la primera mujer en presidir el Consejo Regulador de la DOCa Rioja. Natural de Quel y vinculada al sector desde su infancia, defiende una visión de futuro basada en la unidad: "Los próximos cien años de Rioja ya han empezado a escribirse".

La Memoria del Centenario marca el cierre del Plan Estratégico desarrollado desde 2021 y anticipa una nueva etapa para Rioja, con prioridades centradas en reforzar los sistemas de garantía de calidad, poner en valor el origen y el terruño, impulsar figuras como los Vinos de Viñedo Singular y los Vinos de Pueblo, y afrontar los retos derivados del cambio climático y la sostenibilidad.




**Un plan para reforzar la dimensión colectiva** - La DOCa Rioja ha presentado la agenda estratégica 'Somos Rioja', un plan con horizonte 2029 destinado a fortalecer la cohesión del sector vitivinícola y afrontar retos como la caída del consumo de vino y los nuevos hábitos de los consumidores.

La iniciativa se estructura en cuatro ejes: servicio al inscrito, sostenibilidad, excelencia y creación de región. El plan contempla nuevas herramientas digitales, formación y simplificación administrativa para facilitar la actividad de viticultores y bodegas, con especial atención al relevo generacional. También apuesta por una sostenibilidad que combine protección ambiental, rentabilidad y arraigo territorial, con medidas para preservar el viñedo viejo y centenario de Rioja.

El eje de excelencia se centra en reforzar la calidad, la innovación y la competitividad del sector, mientras que 'Creando Región' busca estrechar la relación entre Rioja y la sociedad mediante la colaboración con universidades, formación, gastronomía y enoturismo. Durante la presentación, Raquel Pérez Cuebas destacó la importancia de la unión para afrontar la actual coyuntura: "Para salir de esta coyuntura, es absolutamente necesario reforzar nuestra unidad como Denominación". Por su parte, Pablo Franco señaló que "el futuro de Rioja pasa por reforzar la conexión entre quienes forman parte de ella cada día y por seguir construyendo una visión común de Denominación".

Bajo el lema #JuntosVivimosRioja, la agenda pretende consolidar una identidad compartida entre Consejo Regulador, bodegas, viticultores y sociedad, proyectando una Rioja más unida, cercana y competitiva.



*El Consejo Regulador refuerza el Plan de Equilibrio con el apoyo del 97% del sector a un modelo que limita rendimientos, asegura la estabilidad de la producción y abre la puerta a vinos de menor grado alcohólico*

## *Equilibrio y calidad definen las normas de vendimia 2026 en Rioja*

El sector vitivinícola de la Denominación de Origen Calificada (DOCa) Rioja afronta la próxima campaña de vendimia con un objetivo claro: mantener el equilibrio del mercado y reforzar los estándares de calidad. El Consejo Regulador ha aprobado, con un respaldo del 97% de los votos, las normas que regirán la campaña 2026, en una decisión que consolida la estrategia del Plan de Equilibrio impulsado por la denominación.

Las normas mantienen el amparo del 90% del rendimiento autorizado para las variedades tintas, con un máximo de 5.850 kilogramos por hectárea, mientras que las variedades blancas conservarán el 100% del rendimiento, limitado a 9.000 kilogramos por hectárea. Asimismo, se mantienen los rendimientos de transformación amparables: un 69% para la uva tinta y un 70% para la uva blanca destinada a la elaboración de vino blanco.

La producción que supere estos límites deberá destinarse íntegramente a destilación, incluida la desviación del 4% contemplada por causas climáticas.

La presidenta del Consejo Regulador de la DOCa Rioja, Raquel Pérez Cuevas, ha destacado que estas normas “responden a la autoexigencia que siempre ha caracterizado a Rioja y a la responsabilidad compartida de todo el sector con el futuro de la Denominación”. Asimismo, ha reconocido el esfuerzo de viticultores y bodegas en la contención de rendimientos como una muestra del compromiso colectivo con la calidad y la sostenibilidad.

La campaña 2026 incorpora además las modificaciones del pliego de condiciones que permiten elaborar vinos con menor graduación alcohólica. Así, podrán ampararse vinos tintos, blancos y rosados con hasta 1,5 grados menos, y espumosos con hasta un grado menos. En el caso de las uvas blancas, la graduación mínima se reduce de 10,5% a 9% vol., ampliando las posibilidades de elaboración sin perder la identidad varietal.

Junto a las normas de campaña, el Consejo Regulador ha activado un Plan Especial de Seguimiento Vitivinícola con 24 medidas destinadas a reforzar el control de la próxima cosecha y garantizar el cumplimiento de los criterios de calidad establecidos por la DOCa Rioja.

La iniciativa se integra en la Agenda Somos Rioja, dentro del eje de Excelencia, y contempla actuaciones de vigilancia y seguimiento del viñedo antes,

durante y después de la vendimia. Entre ellas se mantiene el sistema de predicción de cosecha basado en inteligencia artificial y tecnología avanzada, una herramienta destinada a mejorar la planificación y facilitar el ajuste a los rendimientos autorizados.

El dispositivo incluye también nuevas medidas de control, como la detección de viñedos en situación no productiva, el seguimiento de parcelas que permanezcan sin vendimiarse tras finalizar la campaña y una supervisión reforzada de operadores que no hayan cumplido los rangos establecidos en ejercicios anteriores.

*La DO intensifica el control de la vendimia 2026 con inteligencia artificial, nuevas herramientas de supervisión y un canal anónimo de comunicación con los inscritos para fortalecer uno de los sistemas de garantía más exigentes del sector vitivinícola*

Además, se pone en marcha el Buzón del Inscrito, un canal de comunicación directa con los Servicios Técnicos del Consejo Regulador que permitirá trasladar incidencias y observaciones relacionadas con la evolución del viñedo de forma confidencial.

Para desarrollar este operativo, cerca de una treintena de profesionales se incorporan al dispositivo específico del Plan Especial de Seguimiento, que se suma al equipo habitual de más de 130 profesionales desplegado durante la vendimia.

Con estas medidas, Rioja refuerza un modelo basado en el control, la responsabilidad compartida y la búsqueda de la máxima calidad de la cosecha, con el objetivo de preservar el prestigio de la denominación y la confianza de consumidores y mercados.



**Rioja impulsa nuevas oportunidades en Reino Unido.-** El Consejo Regulador de la DOCa Rioja ha reforzado su estrategia internacional en Reino Unido, uno de sus mercados prioritarios, con un programa de promoción destinado a consolidar relaciones comerciales y dar a conocer la diversidad de los vinos de la Denominación.

Dentro de estas acciones, una decena de sumilleres, importadores y minoristas británicos recorrieron las tres zonas de Rioja y cataron más de un centenar de vinos para conocer de primera mano la calidad, los estilos y las elaboraciones de la DOCa. En la iniciativa participaron 22 bodegas, incluyendo encuentros de cata rápida organizados por el Consejo Regulador.

Los asistentes destacaron la diversidad entre bodegas tradicionales y modernas, así como la calidad y variedad de los vinos riojanos, subrayando que la experiencia les permitirá ampliar su selección de Rioja en el mercado británico.



**Rioja conquista Suiza con una experiencia gastronómica de alto nivel.-** La DOCa Rioja ha reforzado su posicionamiento internacional con una acción promocional en Suiza celebrada en el Beau-Rivage Palace de Lausana, referente de la alta gastronomía europea. Cerca de una treintena de importadores, sumilleres, periodistas y líderes de opinión participaron en una nueva edición del encuentro "Rioja Prestige Tasting". La jornada incluyó una cata dirigida por el experto David Schwarzwälder, quien presentó 16 vinos seleccionados para mostrar la diversidad y evolución de Rioja, combinando estilos tradicionales y nuevas tendencias, especialmente en vinos blancos de viñedos viejos. En total, se ofrecieron 25 referencias de la Denominación. Concluyó con una cena maridada en el restaurante Pic at the Beau-Rivage Palace, con dos estrellas Michelin, reforzando el vínculo entre gastronomía y vino. La iniciativa forma parte de la estrategia internacional del Consejo Regulador para consolidar el liderazgo y la imagen de Rioja como una denominación diversa, contemporánea y de máxima calidad.



**El MINI Open Tennis de Madrid vive la experiencia Rioja.-** La DOCa Rioja ha reforzado su estrategia de vinculación con el ocio y la cultura contemporánea durante el MINI Open Tennis de Madrid, un evento que reunió a cerca de 5.000 asistentes y combinó deporte, música, moda y tendencias urbanas. La iniciativa forma parte de la campaña "Vívete Un Rioja", con la que la Denominación busca asociar su marca a experiencias sociales y nuevos estilos de consumo.

Rioja contó con espacios exclusivos para degustar vinos tintos, blancos y rosados, integrando su propuesta enológica dentro de la experiencia global del torneo, al que asistieron numerosas personalidades del deporte y la cultura. Tras la competición, en la que participaron 51 equipos, Mini Shop se proclamó vencedor del torneo y recibió un trofeo formado por botellas de Rioja de gran formato. Además, la DOCa entregó el "Premio Rioja" en la categoría paralela impulsada por el equipo internacional LVBL, reforzando así su presencia en eventos vinculados al estilo de vida y el entretenimiento.



**30ª edición de "Un libro y un Rioja".-** La 30ª edición de "Un libro y un Rioja, el placer de la cultura" volvió a convertir la lectura y el vino en protagonistas de la Semana del Libro en La Rioja. La iniciativa, impulsada por el Consejo Regulador de la DOCa Rioja junto a la Asociación de Librerías de La Rioja, ADER y el Ayuntamiento de Logroño, reforzó un año más el vínculo entre cultura y vino a través de actividades y promociones especiales en las librerías riojanas. Durante la campaña, celebrada con motivo del Día del Libro, las librerías salieron a la calle ofreciendo descuentos y repartiendo 3.200 botellines conmemorativos de Rioja, consolidando una propuesta que cumple tres décadas fomentando la lectura y el producto local. La edición también sirvió para reconocer el talento joven con el concurso de cartel y diseño de la etiqueta de los botellines, cuya propuesta ganadora fue la de Nuria Calvo Abad, alumna de la ESDIR, con una imagen inspirada en la unión entre el vino y la lectura a través de un estilo geométrico y contemporáneo.

## Rioja califica la cosecha 2025 como 'Excelente'

Un total de 2.176 muestras de vino analizadas, evaluadas por un panel de 134 profesionales, respaldan la calificación de "Excelente" otorgada a la cosecha 2025 por el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Calificada (DOCa) Rioja.

El proceso de evaluación se apoya en un sistema reglado en el que cada muestra es catada por cinco jueces en condiciones de cata ciega, garantizando así la objetividad del resultado. El sistema de calificación de añada en Rioja es de los más rigurosos que existen, en línea con el elevado nivel de exigencia que la DOCa aplica a sus procesos de certificación.

Cada una de las muestras de vino es catada por cinco jueces, lo que supone emitir cerca de 11.000 valoraciones sensoriales. El objetivo último es garantizar la máxima autenticidad a consumidores y profesionales. Este modelo combina análisis técnicos y sensoriales con el objetivo de asegurar la autenticidad de la calificación final.

En línea con el informe técnico del Consejo Regulador, la directora técnica de la DOCa Rioja, Alejandra Rubio, ha destacado el perfil de calidad de los vinos de esta cosecha: "Estamos ante vinos de cualidades positivas muy notorias, destacando entre los jóvenes su gran calidad, frescura e identidad de los territorios y diversidad de Rioja; además de presentar un elevado potencial de envejecimiento".

Así, la añada presenta un perfil diferenciado por tipologías. En los blancos y rosados, predominan vinos limpios y frescos que destacan por su carácter aromático y floral. Asimismo, presentan una acidez bien integrada y una buena estructura en boca, consolidando la evolución positiva de estas categorías en las últimas campañas.

Por su parte, los tintos muestran un notable equilibrio y una mayor estructura que en años anteriores. A ello se suma una elevada complejidad aromática, con protagonismo de la fruta roja y una amplia gama de aromas positivos. Asimismo, registran niveles altos de polifenoles e inten-



*Un panel de 134 catadores respalda una añada del Centenario marcada por el rigor del sistema de cata y la alta calidad de los vinos, con blancos frescos y aromáticos y tintos complejos y estructurados*

sidad colorante, características propias de añadas excepcionales, junto a un destacado potencial de envejecimiento.

La campaña 2025 estuvo marcada por unas condiciones climáticas exigentes, con lluvias superiores a lo habitual en primavera y durante la floración que provocaron una fuerte presión de mildiu y obligaron a intensificar los trabajos en viñedo. Aunque la enfermedad pudo controlarse, los rendimientos fueron bajos en algunas zonas.

Alejandra Rubio destacó la capacidad de adaptación y el alto nivel de profesionalización del sector riojano ante un contexto cada vez más variable e impredecible. La mejora meteorológica en la fase final permitió una maduración óptima y una vendimia escalonada y selectiva, con uvas en excelente estado sanitario.

## Estos son los vinos institucionales de Rioja para 2026

El Consejo Regulador ha seleccionado los vinos que ejercerán como embajadores de la Denominación de Origen Calificada Rioja durante el año 2026 en los distintos actos de carácter institucional. El proceso de selección ha contado con la participación de 158 muestras, presentadas por 59 bodegas pertenecientes a la DOCa Rioja. Todas ellas han sido evaluadas mediante una cata ciega realizada por un panel integrado por expertos del sector, configurado como un comité mixto para asegurar la pluralidad de criterios y el máximo rigor técnico. Las ocho referencias finalmente elegidas reflejan la riqueza y diversidad del panorama vitivinícola de Rioja y se presentan con las etiquetas corporativas del Consejo, expresamente diseñadas para cada una de las categorías.

### Blanco genérico 2025

Bodegas Valdemar, S.L. (Oyón, Álava)

### Blanco fermentado en barrica 2025

Viñedos del Ternerero, S.L. (Miranda de Ebro, Burgos)

### Rosado genérico 2025

Bodegas y Viñedos Ilurce, S.A.T. (Alfaro, La Rioja)

### Tinto genérico 2025

Bodegas Campoameno, S.A. (Alfaro, La Rioja)

### Tinto crianza 2023

José Basoco Basoco (Villabuena de Álava, Álava)

### Tinto reserva 2022

Bodegas Ramírez de la Piscina, S.L.

(San Vicente de la Sonsierra, La Rioja)

### Tinto gran reserva 2017

Bodegas Faustino, S.L. (Oyón, Álava)

### Espumoso reserva 2021

Viñedos de Aldeanueva, S. Coop.

(Aldeanueva de Ebro, La Rioja)





*El Master of Wine ha presentado en Briñas Los lugares del vino, una obra en la que replantea el concepto de terroir y reivindica el papel del viticultor como protagonista del futuro del sector*

**Pedro Ballesteros MW: «El futuro del vino no está solo en el suelo, está en las personas»**

Texto: Mirian Terroba  
redaccion@laprensadelrioja.com

**P**edro Ballesteros Torres MW es uno de esos profesionales que han contribuido a cambiar la forma de entender el vino español en el mundo. Ingeniero agrónomo, Master of Wine y uno de los grandes divulgadores internacionales del vino, ha dedicado buena parte de su trayectoria a analizar cómo los territorios construyen su identidad y cómo los vinos son capaces de transmitir la historia de quienes los hacen posibles.

Para Ballesteros, el vino no es únicamente la expresión de un suelo ni de una tradición inmutable; es la obra colectiva de personas que transforman un territorio y que deben recuperar mayor protagonismo económico, cultural y social. Antes de entrar en cuestiones como el terroir, los viñedos singulares o el futuro de Rioja, sitúa el debate en un elemento esencial: quienes trabajan la tierra.

En Los lugares del vino, el primer Master of Wine español propone una revisión profunda de algunos de los conceptos más asentados del mundo

*«El objetivo del vino no es trasladar paisajes ni llevar historias, sino convertirse en una memoria compartida con las personas»*

del vino y plantea una pregunta clave para el sector: ¿y si durante años hemos puesto el foco en el suelo y nos hemos olvidado de quienes lo trabajan?

Ballesteros defiende que los grandes vinos nacen de una combinación de naturaleza, cultura, historia y, sobre todo, de quienes trabajan y dan sen-

tido a un territorio. Más que una crítica al concepto de terroir, el libro es una reivindicación del papel del agricultor, de la capacidad humana para transformar el territorio y de la necesidad de devolver protagonismo a quienes viven y trabajan en el medio rural.

A lo largo de la conversación con el Master of Wine subyace una idea constante: el vino es una obra humana y el viticultor debe recuperar el protagonismo que ha perdido en el relato contemporáneo del vino. «El vino no es hijo ni consecuencia de ningún clima, ni de ningún suelo ni de ninguna tradición».

Lejos de negar la importancia del territorio, lo que cuestiona es una interpretación determinista del terroir que, a su juicio, ha terminado relegando a un segundo plano a quienes toman decisiones, asumen riesgos e innovan. «El vino es un producto agroalimentario que es la consecuencia de un cultivo intencional, un cultivo comercial».

Una de las principales aportaciones conceptuales de Los lugares del vino es la reinterpretación del concepto de terroir. Frente a una visión tradicional que lo vincula casi exclusivamente al viñedo y a las características naturales de una parcela, Ballesteros propone ampliar la mirada y entender el vino como el resultado de una sucesión de cinco ecosistemas conectados entre sí.

El primero es el viñedo; después llega la fermentación; continúa la crianza; sigue la evolución en botella y culmina en el consumidor. Es precisamente este último eslabón el que ocupa el lugar central de su planteamiento, porque es quien completa el sentido del vino.

«El quinto terroir, que es el que le da sentido a todos los demás terroirs, es el más importante, es el consumidor», explica. Para Ballesteros, un vino no alcanza su verdadera dimensión hasta que alguien lo disfruta y lo incorpora a su propia experiencia. «La persona que se bebe ese vino lo transforma en memoria y comunica esa memoria».

Desde esta perspectiva, rechaza una visión del vino como un simple vehículo para trasladar un paisaje o reproducir una parcela concreta. «El ob-



**Un libro para pensar** - 'Los lugares del vino' se aleja de la estructura de un tratado convencional sobre viticultura para convertirse en una reflexión sobre la relación entre las personas y el territorio. Cuando se le plantea si el libro tiene una dimensión filosófica, Ballesteros no lo rehúye. A lo largo de sus páginas conviven conceptos como energía, genética, política, cooperación o agricultura con cuestiones estrictamente vitivinícolas, porque para él todas forman parte de una misma conversación: la manera en que el ser humano interpreta, transforma y da sentido al entorno que habita.

El propio autor resume así su propósito: «Quiero estimular ideas y pensamientos». Quizá ahí resida una de las principales aportaciones del libro. No busca ofrecer respuestas cerradas sobre el vino, sino abrir nuevas preguntas: sobre quién crea valor, quién toma decisiones, cómo se construye la identidad de un territorio y qué papel deben ocupar las personas que lo trabajan. En el fondo, toda la argumentación de Pedro Ballesteros termina regresando siempre al mismo lugar. No al suelo. No al clima. No a la parcela. A las personas.

jetivo del vino no es trasladar paisajes ni llevar historias, sino convertirse en una memoria compartida con las personas».

Su planteamiento no niega la importancia del origen, sino que amplía el concepto de territorio para incluir también la intervención humana, la cultura y la experiencia. El vino deja así de ser únicamente un producto agrícola para convertirse en un «producto fundamentalmente emocional y fundamentalmente cultural».

### *El viticultor como protagonista*

Si hay una figura que recorre toda la conversación es la del agricultor. Para Ballesteros, cualquier reflexión sobre el futuro del vino debe partir de una idea fundamental: devolver protagonismo a quienes trabajan la tierra.

A su juicio, buena parte de los problemas del medio rural tienen que ver con una pérdida histórica de reconocimiento. «En un país como España los agricultores nunca han pintado nada», afirma.

No lo plantea únicamente como una cuestión económica, sino también como un problema de consideración social y de capacidad de decisión. Por eso defiende que el debate vitivinícola no puede desligarse del desarrollo rural. «Hay oportunidad de cambio. Y el cambio es responsabilidad del agricultor». Pero matiza que esa transformación no puede depender solo del esfuerzo individual, «tiene que ser colectivo».

La solución, en su opinión, pasa por construir nuevos modelos de gobernanza que permitan a los territorios rurales generar más valor, innovación y oportunidades.

*«El quinto terruño, que es el que le da sentido a todos los demás es el consumidor»*

*«¿Por qué un montón de chavales jóvenes están obligados a hacerse bodegueros cuando podrían ser unos viticultores extraordinariamente buenos?»*

Ballesteros considera que el modelo actual todavía otorga un mayor peso a la bodega y al producto final frente al trabajo previo realizado en el viñedo. En su análisis, la uva no cuenta con un reconocimiento suficiente como elemento de calidad y el agricultor mantiene una fuerte dependencia de las decisiones de otros actores para obtener una rentabilidad acorde con su esfuerzo.

Su planteamiento no busca enfrentar a viticultores y bodegas, sino avanzar hacia un equilibrio mayor en el que quienes cultivan la tierra puedan capturar más valor y asumir un papel central en la construcción del futuro del vino.

### *Rioja, laboratorio del futuro*

La reflexión sobre el terruño y el papel de las personas lleva la conversación inevitablemente a Rioja. Para Pedro Ballesteros, la denominación reúne buena parte de los debates que marcarán el futuro del vino español: la gobernanza, la relación entre viticultores y bodegas, el reconocimiento de la uva, la evolución de las figuras de calidad, el papel de las cooperativas, el exceso de producción, la diferenciación territorial y el relevo generacional.

Su mirada parte de una profunda admiración por Rioja y de la convicción de que, precisamente por su historia y dimensión internacional, está llamada a liderar la transformación del modelo vitivinícola español. «Rioja es lo más

grande que hay; es el faro y la cabeza del vino de España», afirma. Por eso considera que la denominación puede convertirse en un auténtico laboratorio donde ensayar nuevas fórmulas de desarrollo.

Uno de los retos que identifica pasa por reforzar el reconocimiento de la calidad de la uva y del trabajo del viticultor. «En Rioja no existe la figura de la uva de calidad. Solamente existe el vino de calidad». En su opinión, esta circunstancia dificulta que algunos jóvenes puedan desarrollar una carrera profesional exclusivamente como viticultores, sin necesidad de elaborar y comercializar su propio vino. «¿Por qué un montón de chavales jóvenes están obligados a hacerse bodegueros cuando podrían ser unos viticultores extraordinariamente buenos?».

Para Ballesteros, avanzar hacia un modelo que reconozca mejor el valor de la uva permitiría reforzar la profesionalización del sector y ofrecer nuevas

*«Las personas tienen que ser el elemento central: se trata de que el agricultor gane pasta por lo que hace bien».*

oportunidades a quienes deciden dedicarse al cultivo de la vid. Pero insiste en que cualquier transformación debe empezar por devolver el protagonismo a las personas. «Las personas tienen que ser el elemento central». Y resume esa idea con una frase tan sencilla como reveladora: «Se trata de que el agricultor gane pasta por lo que hace bien».

Una de las cuestiones en las que más incide Ballesteros es en cómo se reconoce la calidad dentro del modelo actual de Rioja. A su juicio, la evolución histórica del sistema ha dado mayor protagonismo al vino elaborado y a la marca final, mientras que el valor de la uva y el trabajo del viticultor no siempre han encontrado un reconocimiento equivalente.

Su reflexión se centra especialmente en algunas figuras de calidad, como el viñedo singular. «La primera condición para que un viñedo sea Singular

*«En Rioja no existe la figura de la uva de calidad. Solamente existe el vino de calidad».*

en Rioja es una escritura notarial», afirma. Con esta frase plantea un debate sobre si el reconocimiento del valor de un viñedo debe depender únicamente de la propiedad o también de la calidad del trabajo realizado en él.

En esa línea, señala una carencia que considera relevante para el futuro del sector: «En Rioja hoy no es posible hacer uva de calidad legalmente. No existe esa figura». Para Ballesteros, reconocer mejor la calidad de la materia prima permitiría reforzar la posición del viticultor y abrir nuevas vías profesionales más allá de la elaboración de vino.

Su planteamiento pasa por que el agricultor pueda desarrollar su actividad con mayor autonomía y capacidad de negociación. «Tú no puedes hacer que tu vida profesional, que es vender uvas, dependa de la decisión de una bodega. Tienes que ser un empresario».

Esa necesidad de replantear el modelo se vuelve aún más urgente ante el escenario que dibuja para la próxima campaña. Ballesteros advierte de que las buenas condiciones del viñedo pueden provocar un exceso de producción. Ante esa situación, defiende un cambio de orientación: «Tienes que hacer mejores uvas, tienes que hacer menos uvas y de más calidad».

Otro de los asuntos sobre los que reflexiona Ballesteros es el papel de las ayudas públicas en el sector agrario. A su juicio, el modelo desarrollado durante las últimas décadas ha generado una elevada dependencia de las subvenciones, lo que dificulta avanzar hacia un sector más autónomo y profesionalizado. «No puedes tener a gente pidiendo para la reconversión, luego para la vendimia en verde, luego para arrancar viñas...».

No obstante, inmediatamente matiza que no responsabiliza de ello a los agricultores, sino al modelo de intervención pública construido durante décadas. Su propuesta no pasa por una supresión inmediata de las ayudas, sino por una transición progresiva. «Una política que tuviera una visión al 2035 o al 2040». Un horizonte en el que el agricultor pueda desarrollar su actividad con mayor autonomía, asumir riesgos y tomar decisiones como cualquier otro empresario.

En ese proceso concede un papel relevante a las cooperativas. «Una de las herramientas fundamentales para esto son las cooperativas». A su juicio, muchas tienen margen para evolucionar hacia modelos más orientados a la creación de valor para sus socios y para el conjunto del territorio.

En este proceso de transformación, Ballesteros considera que las cooperativas pueden desempeñar un papel clave si avanzan hacia modelos más enfocados a la creación de valor y al desarrollo económico de sus miembros y de su entorno. Porque, concluye, el objetivo no es únicamente producir vino, sino contribuir a generar riqueza y oportunidades en el medio rural.



Pedro Ballesteros MW, fue presidente del Comité Asesor de las dos catas magistrales que, en el marco de 'Rioja, Centennial Celebration', cerraron los actos del centenario de la DOCa.



GUÍA  
**PROVEEDORES**  
BODEGA

• La Prensa del Rioja •

**Nos renovamos para ser el escaparate online de referencia para las bodegas**

CONTENIDO EXCLUSIVO

MAYOR DIFUSIÓN

PROMOCIÓN EN RRSS

**¿ERES PROVEEDOR DE PRODUCTOS O SERVICIOS PARA BODEGAS?**

¡Date de alta para que te encuentren fácilmente!



- **Llegarás a más de 4.000 bodegas** españolas por nuestros distintos canales de difusión.
- Formarás parte de un excelente **escaparate para que tus clientes potenciales te descubran** y conozcan tus productos y servicios.
- Conseguirás incrementar **clientes, contactos y ventas**.
- La información de tu empresa enlazará directamente con las secciones de tu **página web o redes** que prefieras.
- Conseguirás **más visitas a tu web** para que tus clientes conozcan mejor tu empresa.
- Ofrecerás más **información a tus clientes**.
- Facilitarás el **contacto directo con tus clientes** que podrán contactar contigo desde la Guía de Proveedores de Bodega.

[www.guiadeproveedoresdebodega.laprensadelrioja.com](http://www.guiadeproveedoresdebodega.laprensadelrioja.com)

**¡NO TE QUEDES FUERA!**



## Los sumilleres de Rioja crean un foro para dialogar sobre el vino



**Texto: Mirian Terroba**  
**redaccion@laprensadelrioja.com**

El Centro de la Cultura del Rioja (CCR) acogió la celebración de «El Vino. Acto I», la primera cita de un ciclo de cuatro encuentros impulsado por la Asociación de Sumilleres de La Rioja y el Máster de Sumillería con el objetivo de generar debate en torno a los desafíos y oportunidades que afronta el sector vitivinícola.

La jornada reunió a profesionales del vino, bodegas, estudiantes y aficionados en un espacio concebido para analizar cuestiones como la evolución del consumo, la sostenibilidad, la innovación, el relevo generacional o la identidad de los vinos riojanos.

La apertura institucional corrió a cargo de Miguel Sainz, en representación del Ayuntamiento de Logroño, quien destacó la importancia de crear foros de encuentro para abordar los retos que marcarán el futuro del vino y agradeció la colaboración de las catorce bodegas riojanas y dos empresas vinculadas a la distribución y la enología que respaldan las actividades formativas de la escuela de sumillería.

Por su parte, el presidente de la Asociación de Sumilleres de La Rioja, Félix Paniego, explicó que el encuentro nace con vocación de continuidad y como una muestra de agradecimiento a las bodegas que respaldan la formación especializada en sumillería.

«El Vino. Acto I» pretende convertirse en un espacio de diálogo permanente sobre tendencias, consumo, formación, enoturismo y los desafíos que

afronta el mundo del vino. Según señaló Paniego, La Rioja debe mantener un debate constante sobre la evolución del sector para seguir siendo una referencia nacional e internacional en materia vitivinícola.

La programación de este primer encuentro se articuló en torno a cuatro conversaciones con bodegas riojanas de referencia, acompañadas de catas a ciegas de dos vinos en cada sesión.

### *Tradición, tecnología y fidelidad al estilo*

La Rioja Alta S.A. abrió el programa con la charla «Visión de ayer, hoy y mañana», a cargo de Guillermo Aranzabal. Durante su intervención repasó la evolución de la histórica bodega desde finales del siglo XIX y explicó cómo sus vinos han sabido adaptarse a los nuevos tiempos sin perder la identidad que ha definido a la firma durante generaciones.

Aranzabal señaló que en las últimas décadas los vinos de la casa han ganado en frescura, color y precisión gracias a los avances tecnológicos y al mayor conocimiento del viñedo. Sin embargo, defendió que el futuro pasa por seguir siendo fieles al estilo clásico de Rioja que ha convertido a la bodega en una referencia internacional. «Hay modas y las modas vuelven», resumió al referirse al renovado interés por los vinos de corte tradicional.

El director de La Rioja Alta destacó además la apuesta de la bodega por el viñedo y la trazabilidad, así como las inversiones realizadas en fincas como Torre de Oña. La firma cuenta actualmente con más de 80 hectáreas de viñedo propio y continúa ampliando su patrimonio vitícola con el objetivo de seguir elevando la calidad de sus vinos. También recordó que la bodega ha abandonado la elaboración de crianzas para centrarse exclusivamente en reservas y grandes reservas, manteniendo además hasta ocho cosechas en stock antes de su salida al mercado.

La cata permitió descubrir dos referencias emblemáticas de la casa: Viña Ardanza Selección Especial 2001 y Viña Alberdi Selección Especial 2021, presentado comercialmente hace apenas unas semanas.

### *Volver a las raíces para construir el futuro*

La segunda conversación correspondió a Javier Cornadó, de Señorío de Libano, quien presentó la ponencia «Raíces del futuro». Cornadó repasó la evolución de este proyecto familiar de Sajazarra, actualmente en manos de la tercera generación, y reivindicó una filosofía basada en la calidad antes que en el crecimiento.

El responsable de la bodega explicó que la familia nunca ha buscado una gran presencia comercial y que su prioridad ha sido siempre elaborar vinos capaces de reflejar la personalidad de Sajazarra. Tras la crisis de 2008, el proyecto inició un proceso de retorno a sus orígenes que culminó con la renovación del viñedo, una revisión de la estrategia empresarial y una apuesta más decidida por la identidad local.

Según explicó, los vinos han evolucionado mediante la incorporación de nuevas barricas, especialmente francesas, pero sin perder el carácter que históricamente ha definido a la bodega. La nueva generación trabaja además para reforzar la identificación de sus vinos con el municipio y el paisaje que los rodea, convencida de que el futuro pasa por diferenciarse a través del territorio.



*La jornada reunió a profesionales del vino, bodegas, estudiantes y aficionados en un espacio concebido para analizar cuestiones como la evolución del consumo, la sostenibilidad, la innovación, el relevo generacional o la identidad*

Los asistentes cataron Castillo de Sajazarra Reserva 2019, representando del estilo clásico de la casa, y Laroma 2022, una nueva referencia procedente de la parcela Villa Seca y criada íntegramente en barrica francesa.

### *El vino como interpretación del viñedo*

La tercera intervención estuvo protagonizada por Javier Bañales, director general de Martínez Lacuesta, quien presentó la ponencia «Fruto de la vid y del trabajo del hombre». Durante su exposición definió a la histórica bodega hareense como una casa de «afinadores de vino» y defendió una concepción de la enología basada en la interpretación del viñedo.

«El viñedo está ahí, pero necesita de un ser humano que lo interprete y le dé forma», afirmó Bañales, quien comparó el trabajo del enólogo con el de un artesano que moldea una pieza única. Para el responsable de Martínez Lacuesta, la coherencia entre lo que una bodega es, lo que hace y lo que comunica constituye uno de los pilares fundamentales de cualquier proyecto vitivinícola.

Bañales reivindicó el estilo tradicional de Haro, basado en vinos finos, elegantes y accesibles desde su juventud, y recordó que «hay que vender historias y personas, no taninos». También destacó la importancia del tiempo en la crianza y defendió que un vino fácil de beber no tiene por qué ser un vino simple.

Durante la cata se presentaron La Centenaria Martínez Lacuesta 2022, una visión más contemporánea marcada por la frescura y la precisión, y Martínez Lacuesta Gran Reserva 2005, ejemplo de la filosofía clásica de Rioja que ha acompañado a la bodega durante generaciones.

### *Quel y la Rioja recóndita*

La última de las conversaciones corrió a cargo de Pablo García Mancha, de Bodegas Queirón, con la ponencia «Quel, Queirón, Rioja recóndita». Su intervención estuvo centrada en la recuperación de la identidad histórica de Quel y en la reivindicación de un territorio que durante décadas ha permanecido en un segundo plano dentro de la denominación.

García Mancha recordó que la localidad cuenta con referencias documentales desde 1327 y destacó el valor patrimonial de enclaves como Contrebia Leucade, donde se encuentran algunos de los lagares más antiguos de Rioja. También explicó cómo la llegada de la garnacha desde Aragón tras la crisis del oídio contribuyó a configurar la identidad vitícola de la zona.

«Si Ontañón es Rioja, Queirón es Quel», afirmó para resumir la filosofía de un proyecto que busca expresar el carácter de su municipio a través del vino. La bodega trabaja en la recuperación y puesta en valor de un patrimonio histórico, paisajístico y cultural que considera esencial para entender el potencial de la Rioja Oriental.

La cata final estuvo protagonizada por Mi Lugar Blanco 2022 y Mi Lugar Tinto 2021, dos vinos concebidos para reflejar la personalidad del territorio y la singularidad de Quel.





Mesa redonda "El Crecimiento de los Vinos Sin Alcohol: Tendencias y Perspectivas", moderada por José Ignacio Junguitu, director adjunto de La Prensa del Rioja. En ella participaron Iván Sánchez, sumiller de Venta Moncalvillo, Irem Eren, Brand Ambassador Global de SOLOS y especialista en la categoría NoLo y Lucía González-Arenzana, investigadora del ICVV.

## El reto de quitar alcohol sin perder el vino

**Texto: Mirian Terroba**  
[redaccion@laprensadelrioja.com](mailto:redaccion@laprensadelrioja.com)

Preservar la identidad del vino durante el proceso de desalcoholización fue el gran reto abordado en la jornada técnica "Objetivo Menos Grado. Procesos, retos y oportunidades para ampliar el consumo de vino", celebrada el 18 de junio en el Centro de la Cultura del Rioja (CCR) de Logroño en el marco de Conecta Wine by La Prensa del Rioja. La cita reunió a expertos en tecnología, investigación y sumillería para analizar una categoría que está ganando protagonismo en el sector vitivinícola y que plantea nuevos desafíos enológicos y de mercado. La jornada puso el foco en cómo la innovación puede ayudar al sector a responder a los nuevos hábitos de consumo mediante vinos sin alcohol y de baja graduación capaces de conservar la calidad, la personalidad y la expresión que definen al vino.

### Conservar la identidad

El vino no está decayendo, se está redefiniendo. Con esta idea arrancó la intervención de Irem Eren, Brand Ambassador Global de SOLOS y especialista en la categoría NoLo (No Alcohol-Low Alcohol). En un proceso de transformación de la industria vitivinícola destacó el crecimiento sostenido de la categoría NoLo, impulsada por consumidores que buscan reducir el consumo de alcohol sin renunciar a la experiencia, la calidad y el valor emocional asociados al vino.

Uno de los aspectos centrales de la ponencia fue precisamente el reto técnico que supone la desalcoholización. Según explicó, la eliminación del alcohol puede provocar la pérdida de compuestos aromáticos esenciales y alterar el equilibrio y la estructura del vino, por lo que mantener su autenticidad representa uno de los grandes desafíos de la categoría. Para afrontar este reto, Eren presentó la tecnología desarrollada por SOLOS Technology, basada en la combinación de destilación al vacío y un sistema propio de recuperación de aromas que permite capturar y reincorporar los compuestos más delicados durante el proceso. El objetivo, explicó, es preservar al máximo el perfil sensorial original del vino y permitir que las bodegas desarrollen referencias NoLo sin renunciar a su identidad.

La visión científica de la jornada llegó de la mano de Lucía González-Arenzana, investigadora del ICVV, que abordó uno de los principales

*Expertos en tecnología, investigación y sumillería analizan en Conecta Wine los desafíos técnicos, los retos científicos y las oportunidades de mercado de una categoría en plena expansión*

desafíos técnicos de esta categoría: la estabilidad microbiológica de los vinos desalcoholizados. Durante su intervención explicó que la eliminación del alcohol reduce una de las principales barreras naturales frente a los microorganismos, lo que incrementa la vulnerabilidad de estos productos a posibles contaminaciones. Los resultados de la investigación presentada evidencian la necesidad de reforzar los controles de higiene y seguridad durante el proceso de elaboración, así como de desarrollar protocolos específicos que garanticen la estabilidad y seguridad de los vinos sin alcohol a lo largo de su vida útil.

### Una oportunidad para el sector

La jornada abrió un espacio para el debate con la mesa redonda "El Crecimiento de los Vinos Sin Alcohol: Tendencias y Perspectivas", moderada por José Ignacio Junguitu, director adjunto de La Prensa del Rioja. En ella participaron Irem Eren, Lucía González-Arenzana e Iván Sánchez, sumiller de Venta Moncalvillo, quienes aportaron las perspectivas de la industria, la investigación y la prescripción sobre una categoría que ya se demanda en la mesa.

A pesar de sus diferentes enfoques, los participantes coincidieron en una conclusión común: el consumidor actual demanda cada vez más opciones de moderación, lo que abre nuevas oportunidades para las bodegas y para la restauración y que el vino sin alcohol constituye una oportunidad para ampliar la base de consumidores y diversificar la oferta del sector vitivinícola. Su desarrollo futuro dependerá de la capacidad de combinar innovación tecnológica, investigación científica y una adecuada adaptación a las nuevas demandas del mercado.

Desde la perspectiva tecnológica e industrial, Irem Eren ofreció una visión centrada en los retos de producción y en la evolución que está experimentando esta categoría a nivel internacional. Durante su intervención defendió que el futuro pasa por profesionalizar el segmento, diseñar productos



**Un encuentro de Conecta Wine** - Esta iniciativa forma parte de Conecta Wine by La Prensa del Rioja, un proyecto nacido de la convicción de que el vino se piensa, se comparte y se comunica. Un punto de encuentro donde la información se transforma en conversación y donde vino, conocimiento e innovación se dan la mano para impulsar el futuro del sector vitivinícola.

específicamente pensados para la desalcoholización y seguir mejorando la calidad mediante la innovación y el desarrollo tecnológico.

Asimismo, subrayó que el vino sin alcohol no debe entenderse únicamente como una salida para los excedentes de producción, una cuestión especialmente relevante en Europa debido al histórico desequilibrio entre producción y consumo. En su opinión, la calidad del producto final depende en gran medida de la materia prima utilizada, por lo que resulta fundamental seleccionar adecuadamente variedades, parcelas y perfiles de vino capaces de ofrecer buenos resultados tras la desalcoholización.

La experta también destacó que el sector se encuentra en una fase de aprendizaje y mejora continua, tanto en el ámbito tecnológico como en el sensorial. Según explicó, los vinos de baja graduación, entre 5 y 7 grados, suelen ofrecer actualmente perfiles más cercanos al vino tradicional que los productos completamente desalcoholizados, respondiendo además a una demanda creciente de moderación por parte de los consumidores.

Por último, recordó que la elaboración de vinos sin alcohol supone un importante esfuerzo técnico y económico, ya que requiere producir primero el vino y someterlo después a procesos específicos para eliminar el alcohol, además de garantizar su estabilidad y calidad final. Aun así, consideró que la categoría tiene potencial para desarrollarse en todos los segmentos de mercado, desde las referencias más accesibles hasta las propuestas premium.

Por su parte, Lucía González-Arenzana puso el foco en la necesidad de reforzar la investigación científica y defendió que el crecimiento del sector debe sustentarse en una base sólida de conocimiento, clave para resolver los desafíos técnicos, regulatorios y de calidad que plantea esta categoría. Aunque ya existen estudios sobre análisis sensorial, caracterización aromática y técnicas de desalcoholización, advirtió de que todavía quedan importantes incógnitas por resolver relacionadas con la estabilidad microbiológica, la conservación, la evolución en botella y el comportamiento físico-químico de estos productos.

Asimismo, reclamó una mayor implicación de las administraciones públicas en la financiación de proyectos y la transferencia tecnológica, y subrayó que la investigación debe avanzar al mismo ritmo que lo hace el mercado. También señaló los retos regulatorios asociados a la producción ecológica y destacó que la estabilidad microbiológica constituye uno de los principales desafíos actuales, ya que la eliminación del alcohol supone la pérdida de uno de los factores naturales de protección del vino.

Iván Sánchez apuntó que la clave está en la experiencia de consumo y defendió que el vino sin alcohol no debe verse como un competidor del vino tradicional, sino como una categoría complementaria que amplía las ocasiones de consumo y atrae a nuevos públicos. Según explicó, su principal

competencia no está en el sector vitivinícola, sino en otras bebidas sin alcohol como refrescos, aguas especiales, kombuchas o cervezas 0,0. Además, recordó que muchos consumidores de vino sin alcohol también consumen vino convencional, alternando ambas opciones según el momento o las circunstancias.

Como responsable de un restaurante que ya incorpora referencias sin alcohol en su carta, señaló que la demanda existe y que este tipo de propuestas permiten que todos los comensales participen de la experiencia social asociada al vino. A su juicio, el valor de una copa en la mesa va más allá de la bebida en sí y forma parte de una experiencia compartida. Por ello, considera que la hostelería será uno de los principales motores del crecimiento y consolidación de esta categoría en los próximos años.

### *Del debate a la copa*

La jornada concluyó con una cata dirigida por Irem Eren bajo el título "Descubriendo el vino sin alcohol: una cata de nueva generación con SOLOS", en la que los asistentes pudieron conocer diferentes estilos de vinos desalcoholizados. La selección incluyó un Verdejo 0,5 % —en versión tranquila y espumosa—, un Reverse Pinot Bianco (0,2 %), los tintos Breakaway Pinot Noir (0,2 %) y Breakaway Merlot (0,2 %), así como un singular Moscatel Orange Wine (0,2 %) elaborado con maceración de pieles.

A través de estas referencias, la cata puso de manifiesto la creciente diversidad y calidad de la categoría, mostrando perfiles que iban desde vinos frescos y afrutados hasta elaboraciones más complejas y gastronómicas. Durante la sesión, Eren destacó el papel de las nuevas tecnologías de recuperación aromática para preservar el carácter varietal de los vinos tras la eliminación del alcohol, acercando cada vez más estas elaboraciones a la experiencia sensorial del vino tradicional.



José María Martínez-Vidaurre : «El viñedo del futuro será más preciso, más sostenible y mejor integrado en su entorno»



Ana Rosa Gutiérrez: «Los microorganismos son clave para controlar la vinificación»

# La ciencia del vino desde el suelo hasta la percepción

*Tres grupos del ICVV muestran cómo la investigación vitivinícola integra suelo, microbiología y percepción sensorial para afrontar los retos del vino del futuro*

**Texto: Mirian Terroba**  
[redaccion@laprensadelrioja.com](mailto:redaccion@laprensadelrioja.com)

La investigación vitivinícola ya no se limita a resolver problemas aislados del viñedo o de la bodega. El vino se aborda hoy como un sistema complejo en el que intervienen el suelo, la genética vegetal, los microorganismos, la química, la percepción sensorial y el comportamiento del consumidor. Bajo esta mirada integradora trabaja el Instituto de Ciencias de la Vid y del Vino (ICVV), cuya investigación combina ciencia básica, transferencia tecnológica y aplicación directa al sector vitivinícola.

Esta visión global queda reflejada en tres de los grupos de investigación del instituto, protagonistas de la serie "ICVV: La ciencia del vino / Investigación de vanguardia", publicada cada mes en nuestra web. Desde el estudio del viñedo y su adaptación al cambio climático, hasta el control microbiológico de la vinificación o la comprensión de cómo evoluciona y se percibe el vino, los equipos del ICVV trabajan sobre distintos niveles de un mismo sistema: la construcción de la calidad del vino.

## El viñedo del futuro

El grupo VitisGESTIÓN, coordinado por José María Martínez-Vidaurre, centra su investigación en el viñedo y en cómo deberá adaptarse a las nuevas condiciones climáticas y productivas. Sus trabajos abarcan desde el estudio de los suelos vitícolas y la viticultura de precisión hasta la conservación del patrimonio genético de Rioja y la selección de clones capaces de responder mejor al estrés hídrico, el aumento de temperaturas o la insolación.

El grupo desarrolla además estrategias agronómicas sostenibles — como cubiertas vegetales, acolchados orgánicos o manejo del dosel vege-

tal— y trabaja con tecnologías de monitorización y modelización orientadas a una gestión más precisa y sostenible del viñedo. Entre sus infraestructuras destaca un banco de germoplasma con más de 1.500 accesiones de variedades de Rioja y una colección internacional de más de 500 variedades de vid, base de investigaciones orientadas a preservar diversidad genética y anticipar la adaptación futura del viñedo.

A partir de este material vegetal, el equipo investiga la respuesta de variedades y clones frente a factores como el estrés hídrico, el aumento de temperaturas, la insolación o la duración del ciclo vegetativo, trabajando especialmente con variedades como Tempranillo, Graciano, Garnacha blanca o Viura. Sus trabajos han contribuido además al desarrollo de Tempranillo blanco y a nuevas estrategias para afrontar el impacto del cambio climático sobre la maduración, el equilibrio de la uva y la sostenibilidad del cultivo.

Otro de los grandes ejes del grupo es el estudio del suelo como base del viñedo y componente esencial del terroir. Sus investigaciones incorporan agricultura de precisión, cartografía edáfica y estudios sobre la relación entre relieve, roca madre, sistema radicular y comportamiento de la vid. Paralelamente, desarrollan ensayos sobre manejo sostenible del viñedo, desde cubiertas vegetales y acolchados orgánicos hasta estrategias de sombreado y aplicaciones foliares para mitigar los efectos del calentamiento global.

## Microorganismos para controlar la vinificación

La microbiología aplicada a la elaboración constituye el segundo gran eje de esta investigación integral. Ahí se sitúa el grupo GESVIN, dirigido por Ana Rosa Gutiérrez, que trabaja sobre uno de los elementos más decisivos y menos visibles del vino: los microorganismos.

Con un banco de casi 4.000 cepas construido a lo largo de décadas, el equipo investiga levaduras y bacterias capaces de controlar las fermentaciones, reducir alteraciones microbiológicas y disminuir el uso de sulfuroso en bodega. Su trabajo comenzó en los años noventa con la selección de microorganismos enológicos para uso industrial, una línea que continúa vigente y que ha dado lugar a levaduras y bacterias utilizadas actualmente en el mercado.

Las investigaciones del grupo han permitido avanzar en el control de fermentaciones, el estudio de problemas microbiológicos durante la crianza



Bajo la dirección de Purificación Fernández Zurbano (Universidad de La Rioja) y María-Pilar Sáenz Navajas (CSIC), el laboratorio explora cómo la química del vino, las características sensoriales y la percepción del consumidor se entrelazan

y la caracterización de microorganismos alterantes como *Brettanomyces*. Además, el equipo trabaja en procesos de bioprotección mediante levaduras no-*Saccharomyces*, capaces de limitar el desarrollo de flora alterante y, al mismo tiempo, contribuir al equilibrio del vino en un contexto de cambio climático.

Entre estas levaduras destaca *Lachancea thermotolerans*, capaz de acidificar de forma natural el vino y compensar parcialmente la pérdida de frescura derivada de la maduración acelerada de la uva. El grupo investiga también tecnologías físicas de desinfección —como plasma atmosférico frío o microondas aplicadas a barricas— y nuevas estrategias para reducir el sulfuroso utilizando quitosano procedente de residuos de champiñón, incorporando además un enfoque de economía circular.

En los últimos años, una de las líneas más relevantes del grupo se centra en los vinos desalcoholizados y sus problemas de estabilidad microbiológica, un ámbito en el que la ausencia de alcohol obliga a replantear buena parte de los mecanismos tradicionales de conservación y control microbiológico.

### Cómo se construye la percepción del vino

El tercer eje lo representa el Laboratorio de Análisis del Aroma, Sabor y Enología (LAAE-Rioja), liderado por Purificación Fernández Zurbano y María-Pilar Sáenz Navajas. Su investigación estudia cómo la composición química del vino se traduce en aroma, textura y percepción sensorial.

El laboratorio trabaja con técnicas avanzadas de análisis químico, modelización estadística y aprendizaje automático para comprender la evolución del vino, anticipar defectos y analizar cómo interactúan percepción, experiencia y respuesta del consumidor. Entre sus líneas estratégicas destacan el estudio de los procesos de oxidación y reducción, la textura del vino, la evolución en botella, el impacto del cambio climático y los desafíos sensoriales de los vinos desalcoholizados.

Uno de sus principales objetivos es construir modelos predictivos capaces de relacionar composición química, percepción y calidad sensorial, permitiendo anticipar cómo determinados cambios en la elaboración, la crianza o la conservación afectarán al vino. Para ello utilizan técnicas cromatográficas, espectroscópicas y eléctricas, combinadas con modelos de aprendizaje automático y análisis estadístico avanzado.

El grupo trabaja también en uno de los ámbitos más complejos de la percepción del vino: la textura y las sensaciones en boca. Frente a la relativa estandarización del lenguaje aromático, términos como “sedoso”, “estructurado” o “verde” siguen dependiendo en gran medida de la interpretación individual. Por ello, el laboratorio desarrolla referencias sensoriales objetivas y metodologías orientadas a mejorar la reproducibilidad y comunicación de estas sensaciones.

Otra de sus líneas fundamentales se centra en comprender cómo el consumidor construye la percepción del vino. Sus investigaciones muestran que la experiencia sensorial no depende únicamente de los compuestos químicos, sino también de procesos cognitivos, expectativas previas y factores culturales. Esta integración entre química, percepción y comportamiento del consumidor constituye una de las señas de identidad del grupo.

### Ciencia aplicada al sector

Aunque cada grupo trabaja en ámbitos distintos, los tres comparten una misma filosofía: generar conocimiento útil para ayudar al sector vitivinícola a afrontar un escenario marcado por el cambio climático, la sostenibilidad, la transformación tecnológica y la evolución de los consumidores. Todos ellos mantienen además una relación directa con bodegas, viticultores y empresas del sector, lo que permite trasladar la investigación a condiciones reales de cultivo y elaboración.

En conjunto, estas investigaciones muestran cómo el ICV ha consolidado un modelo científico basado en la integración de disciplinas y en la transferencia continua de conocimiento hacia el viñedo y la bodega. Un enfoque que entiende el vino no solo como producto agrícola o cultural, sino como un sistema vivo cuya complejidad exige cada vez más ciencia, más precisión y una visión global.



# CONCURSO DE VINOS DE LA RIOJA



## *Estos son los ganadores del Concurso de Vinos de La Rioja*

**F**undación Caja Rioja y CaixaBank han entregado los premios correspondientes a la 36ª edición del Concurso de Vinos de Cosechero de La Rioja y a la cuarta edición del Concurso de Vinos de Pueblo, certámenes que reconocen la calidad de los vinos elaborados por bodegas de la región.

En esta edición del Concurso de Vinos de La Rioja han participado 46 bodegas, siete de ellas por primera vez, con un total de 54 marcas procedentes de 25 localidades riojanas. En el certamen se han presentado 111 muestras de vino, distribuidas en 39 tintos, 40 blancos y 32 rosados.

Por su parte, el IV Concurso de Vinos de Pueblo ha reunido a 10 bodegas, tres de ellas nuevas, procedentes de ocho localidades riojanas, con un total de 15 muestras presentadas: 10 tintos, cuatro blancos y un clarete.

Los ganadores de todas las modalidades y categorías recibirán un trofeo diseñado por la asociación de artistas riojanos Amalgama y un diploma acreditativo. Además, dispondrán de un espacio para la presentación, exposición y venta de sus vinos durante la celebración del 57º Concurso Agrícola de La Rioja, que tendrá lugar el próximo 13 de septiembre de 2026 en el Paseo del Espolón de Logroño.

Asimismo, una selección de vinos de las bodegas premiadas protagonizará la IV Cata Popular organizada por la Cofradía del Vino de Rioja, prevista

*Fundación Caja Rioja y CaixaBank premian a los mejores vinos del XXXVI Concurso de Vinos de Cosechero de La Rioja y del IV Concurso de Vinos de Pueblo*

también para el 13 de septiembre y una presentación y cata dirigida por la misma entidad el 25 de junio en el Espacio Lagares de Logroño.

Gracias a la colaboración de la Dirección General de Desarrollo Rural de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Mundo Rural y Medio Ambiente del Gobierno de La Rioja, las bodegas que han obtenido el primer premio en cada modalidad podrán participar de forma gratuita, con un espacio estándar, en la próxima edición de Barcelona Wine Week, que se celebrará del 1 al 3 de febrero de 2027.

Ambos concursos se han consolidado como una plataforma de promoción para pequeños productores y bodegas de la región, poniendo en valor la diversidad y singularidad de los vinos riojanos.



**Un riguroso proceso de cata.** - El proceso de valoración se desarrolló a lo largo de dos jornadas. En la primera se analizaron 70 muestras correspondientes a las categorías de vinos rosados y tintos, mientras que en la segunda se cataron 56 vinos, repartidos entre blancos y vinos de pueblo. En total, el XXXVI Concurso de Vinos de Cosechero de La Rioja reunió 111 muestras presentadas por 54 bodegas, mientras que el IV Concurso de Vinos de Pueblo contó con 15 muestras procedentes de 10 bodegas participantes.

El jurado, integrado por técnicos vitivinícolas y expertos en cata bajo la dirección técnica de La Prensa del Rioja, estuvo formado por Alfredo Selas, Bego Álvarez, Blanca Fernández, Emma Villajos, Fernando Bóveda, Fernando Moreno, Goyo Gordaliza, Íñigo Crespo, Javier Cereceda, Javier Moral, Javier Pascual, Luis Miguel Vidal, María Martínez, Paco Galarreta, Pedro Martínez, Raúl Martínez y Roberto Cerezo.



## PALMARÉS

### Ganadores del 36º Concurso de Vinos de Cosecheros de La Rioja

#### Vino Tinto

- 1º Bodegas y Viñedos Castillo de Mendoza (San Vicente de la Sonsierra) – *Chirimendo*
- 2º Bodega San Miguel Sociedad Cooperativa (Ausejo) – *Campolosa*
- 3º Bodegas Perica (San Asensio) – *Mi Villa*

#### Vino Blanco

- 1º Bodegas Cornelio Dinastía SL (Navarrete) – *Vega Vella Eco*
- 2º Bodegas Marqués de Reinoso, S. Coop. (Autol) – *MR Garnacha Blanca 2025*
- 3º Cooperativa Vinícola Davalillo S.C.L. (Bodegas Señorío de la Estrella) (San Asensio) – *15 Arrobas 7 Cántaras*

#### Vino Rosado/Clarete

- 1º Bodegas Najerilla S. Coop. (Arenzana de Abajo) – Señorío de Valdiestro
- 2º Bodegas Marqués de Reinoso, S. Coop. (Autol) – Marqués de Reinoso Rosado
- 3º Cooperativa Vinícola Davalillo S.C.L. (Bodegas Señorío de la Estrella) (San Asensio) – *15 Arrobas 7 Cántaras*

### Ganadores del IV Concurso de Vinos de Pueblo

- 1º Bodegas Sonsierra (San Vicente de la Sonsierra) – *Sonsierra Tempranillo Tinto Joven 2025*
- 2º Bodegas Marqués de Reinoso, S. Coop. (Autol) – *MR Reserva Tempranillo Tinto Edición Especial 2022*
- 3º Queirón Viñedos Familiares (Quel) – *Queirón Mi Lugar 2021*



## Rioja lidera los XVII Premios Ecovino con 30 galardones

El Aula Magna del Edificio Quintiliano de la Universidad de La Rioja acogió el 15 de mayo la entrega de los XVII Premios Ecovino, una cita ya consolidada como la mayor competición de vinos ecológicos del país. El certamen, referente en el ámbito vitivinícola sostenible, reafirma su papel como plataforma de impulso a la agroecología y a la producción responsable.

El Certamen Ecovino está dedicado al fomento de la agroecología y la permacultura vitícola, así como a la promoción del consumo responsable de vinos ecológicos y otros productos agroalimentarios respetuosos con el medio ambiente. En esta edición, un panel formado por treinta expertos ha evaluado un total de 285 referencias presentadas, todas ellas certificadas en ecológico y procedentes de 36 zonas de producción.

El alto nivel medio de las muestras ha incrementado la exigencia del concurso, hasta el punto de que ha sido necesario alcanzar al menos 88 puntos para obtener una medalla de Plata, reflejo de la creciente calidad del vino ecológico en el panorama nacional.

Por regiones vitícolas, la DOCa Rioja ha vuelto a situarse a la cabeza del certamen con 30 trofeos, entre ellos 5 Grandes Oros, 2 Premios Especiales, 14 Oros y 9 Platas. Le siguen otras denominaciones y zonas como Manchuela, Cava, Toro, Utiel-Requena, Yecla, Eivissa-Ibiza, Castilla y Navarra.

El palmarés se completa con la presencia de numerosas regiones vitivinícolas como Tierra de León, La Mancha, Sierras de Málaga, Rueda, Terra Alta, Bierzo, Montilla-Moriles, Islas Canarias, Pago de Florentino, Pago Los Balagueses, Campo de Borja, Corpinnat, Bajo Aragón, Vinos de Madrid, El Hierro, Cigales, Ribera del Duero, Málaga y Jumilla.

Entre los galardones especiales, el Premio al Mejor Ecovino Sin Sulfitos Añadidos ha sido para Bagordi Tinto Sin Sulfitos 2025. El Premio Rivercap al Mejor Ecodiseño ha recaído en Pintablanca 2024, de Bodegas Lazo, mientras que el Premio Riojadesivos al Mejor Diseño de Etiqueta ha distinguido a Vega Vella Blanco 2025, de Cornelio Dinastía.

El Premio a la Excelencia Medioambiental ha sido otorgado a la asociación Subsierra, que recibirá la tradicional 'txapela' honorífica en reconocimiento a su labor.

En otras categorías, el mejor vermut ha sido VRMT 2018 de Bodegas Robles, mientras que el EcoMosto de Oro ha correspondido a Most Flor de Monastrell 2025, de Llopart. El EcoVinagre de Oro ha recaído en el Vinagre de Vino Ecológico 2022 de GOYVAL, y J. García Carrión ha sido reconocido con un Oro por su Sangría Orgánica.



## Así es El Rayo Olarra, el vino oficial del MUWI

El Rayo Olarra Edición Especial MUWI 2026 se consolida como mucho más que el vino oficial de MUWI La Rioja Music Fest: es una apuesta por convertir el vino en el eje de la experiencia cultural del festival. Nacido en los viñedos de El Cortijo y elaborado y embotellado en Logroño, Bodegas Olarra lo define como el primer "vino de pueblo" de la capital riojana, un proyecto que une territorio, música y gastronomía con una visión moderna y auténtica del vino.

La alianza entre MUWI y Bodegas Olarra refuerza el carácter enoturístico del festival, donde el vino deja de ser un simple acompañamiento para convertirse en protagonista. Cada botella de esta edición especial cuenta además con una identidad única: sus etiquetas, diseñadas por empresas riojanas, combinan los colores de MUWI y El Rayo Olarra mediante degradados distintos, de modo que no existen dos botellas iguales, igual que no hay dos conciertos ni dos experiencias idénticas.

El vino estará presente tanto dentro como fuera del festival. Además de poder degustarse en el recinto MUWI-Valbuena, con wine bar y cócteles elaborados con vinos de Olarra, numerosos locales de la calle Laurel también lo ofrecerán, vinculando la ciudad entera a la experiencia MUWI.

La programación en torno al vino será uno de los grandes atractivos de MUWI 2026. Habrá cenas maridaje, catas de El Rayo Olarra, experiencias sensoriales con chocolate, humor y vino, conciertos acústicos y rutas patrimoniales ligadas a la cultura vitivinícola de Logroño. También destacan las Experiencias MUWI-Olarra, que incluirán visitas a la bodega, degustaciones y sesiones musicales entre viñedos y jardines.

Con esta propuesta, MUWI convierte el vino en una expresión cultural completa: un símbolo de identidad riojana que conecta música, patrimonio, gastronomía y celebración.



La Alianza entre Bodegas Olarra y Muwi comenzó el año pasado con la presentación de El Rayo Olarra 22 como el primer 'Vino de Pueblo' Logroño.

**Seis bodegas de Rioja en el Top 50 de marcas de vino más admiradas del mundo.-** Rioja vuelve a consolidar su prestigio internacional con la presencia de seis de sus bodegas en el ranking "The World's Most Admired Wine Brands 2026", elaborado por la revista especializada Drinks International.

Las bodegas CVNE (Compañía Vinícola del Norte de España), La Rioja Alta, S.A., Marqués de Riscal, Ramón Bilbao, Faustino y Marqués de Cáceres figuran entre las 50 marcas de vino más admiradas del mundo, un reconocimiento que pone en valor tanto la tradición como la capacidad de innovación del sector vitivinícola de Rioja.

Entre ellas, destacan especialmente CVNE, que alcanza el puesto 9, y La Rioja Alta, S.A., que se sitúa en el puesto 10, consolidando la presencia de Rioja en el Top 10 mundial. Ambas bodegas, ubicadas en el histórico Barrio de la Estación de Haro, representan la excelencia y la continuidad de una tradición centenaria. Por su parte, Marqués de Riscal asciende hasta el puesto 20, reforzando su posicionamiento internacional no solo por la calidad de sus vinos, sino también por su proyección como icono enoturístico. En tanto, Ramón Bilbao se sitúa en el puesto 31, destacando por su enfoque innovador y su fuerte presencia en mercados exteriores. Marqués de Cáceres y Faustino ocupan los puestos 25 y 37, respectivamente, completando la presencia de Rioja en el Top 50 global.



El Legado, de Bodegas Faustino

**Las cooperativas de Rioja muestran sus grandes vinos en Madrid-** Madrid acogió el 27 de mayo la Cata de Grandes Vinos de Cooperativas de Rioja, impulsada por FECOAR, con el objetivo de poner en valor la evolución cualitativa de las cooperativas de la DOCa Rioja y su papel esencial en la construcción

del territorio vitivinícola. La jornada propuso un recorrido sensorial por distintos pueblos y paisajes de la denominación a través de una selección de vinos elegidos previamente mediante una cata a ciegas realizada por un panel independiente de expertos. La experiencia permitió trasladar a los asistentes a los orígenes de cada vino, reforzando el vínculo entre producto, paisaje y territorio.

El encuentro puso de relieve que las cooperativas atraviesan actualmente uno de los momentos de mayor calidad de su historia. El sector consolida una apuesta decidida por el embotellado, las marcas propias y la elaboración de vinos capaces de transmitir identidad, origen y singularidad. Se destacó el peso estructural del cooperativismo dentro de la Denominación de Origen Calificada Rioja, donde representa entre el 30% y el 35% de la producción total. El modelo agrupa además a más de 6.000 familias viticultoras y gestiona alrededor de 16.500 hectáreas de viñedo.



**Los rosados de Rioja triunfan en el Concours Mondial de Bruxelles 2026-** Los resultados obtenidos en esta edición de la Sesión de Vinos Rosados del Concours Mondial de Bruxelles refuerzan el posicionamiento de Rioja como una región de referencia internacional también en la producción de vinos rosados, que han destacado por su consistencia, calidad y capacidad para competir al más alto nivel en certámenes de prestigio global. Eguren Ugarte logra el Oro con su rosado, mientras Beronia Rosé 2025, Barranco de Turumbalas Rosé 2025, Arnegui Rosado 2025, Castillo de Albai Rosé 2025 y Antaño Rosado 2025 suman las Medallas de Plata.

Celebrada del 27 al 29 de marzo en Cirò, Calabria (Italia), la Sesión de Vinos Rosados reunió a 50 catadores internacionales que evaluaron a ciegas cerca de 1.100 vinos procedentes de 33 países, en una edición marcada por el alto nivel competitivo.

El reconocimiento a Eguren Ugarte cobra especial relevancia al ser el único vino rosado de Rioja distinguido con Oro en esta edición, consolidando a la bodega como un referente en la elaboración de rosados de alta calidad en el panorama nacional e internacional.





### Juan Díez del Corral, nuevo presidente de la Asociación de Bodegas por la Calidad del Rioja

Juan Díez del Corral, director de Bodegas Castillo de Cuzcurrita, ha sido elegido nuevo presidente de la Asociación de Bodegas por la Calidad (ABC) en la Asamblea celebrada recientemente. Releva en el cargo a Luis Martínez Lacuesta, de Bodegas Martínez Lacuesta, quien ha liderado la entidad durante una etapa marcada por la consolidación del criterio valor en la Denominación.

La nueva junta queda completada con Guillermo de Aranzábal Bittner (La Rioja Alta, S.A.) como vicepresidente y Ana Martínez Bujanda (Bodegas Valdemar) como secretaria.

ABC agrupa a 12 bodegas emblemáticas de la DOCa Rioja comprometidas con la excelencia como modelo de negocio y la reputación internacional para el conjunto de la Denominación.

La nueva junta impulsará varios temas estratégicos durante su mandato como aumentar la representatividad efectiva del criterio valor dentro de la DOCa Rioja, reforzar la credibilidad y posicionamiento de las categorías Reserva y Gran Reserva, ampliar la proyección internacional de las bodegas asociadas en mercados de gama alta y seguir afianzando los principios que gobiernan la Asociación.

### Can Yaman presume en Instagram de vino de Rioja

El actor turco Can Yaman ha compartido con 1,4 millones de seguidores en Instagram una fotografía de un obsequio muy especial procedente Rioja: varias botellas de vino Tuercebotas con un etiquetado personalizado, al parecer, detalle de Jesús Miguel Llorente, hermano del exfutbolista riojano Fernando Llorente.

Yaman, conocido principalmente por su trabajo en series de televisión románticas y dramas que han tenido gran popularidad tanto en Turquía como a nivel internacional, disfrutará de Tuercebotas Crianza Garnacha, elaborado por Bodegas del Medio, un vino ideal para que lo acompañe con legumbres, guisos de carnes rojas y asados, aunque también puede acompañar postres y chocolates negros, según recomienda la bodega.

Se trata de un vino de perfil aromático complejo, con notas de framuesa, mora, violetas y matices especiados. En boca se presenta carnoso, equilibrado y con textura aterciopelada, destacando por un final persistente. Su elaboración incluye fermentación alcohólica y maloláctica en depósitos de acero inoxidable a temperatura controlada inferior a 28 °C, seguido de una crianza de 12 meses en barricas nuevas de roble francés antes de su embotellado.



### Eduardo Hernáiz seguirá al frente de Bodegas Familiares de Rioja

La asamblea de Bodegas Familiares de Rioja ha renovado por unanimidad la presidencia de Eduardo Hernáiz, que continuará al frente de la asociación durante un nuevo mandato. La nueva Junta Directiva estará integrada por Ricardo Fernández como vicepresidente, Juan Carlos Sancha como portavoz, Pedro Torrecilla como tesorero e Inmaculada Escudero como secretaria.

Asimismo, la asamblea ha designado como vocales a Martina Besga, Mario Entrena, Ana Benés y Manuel Gómez Bernardo, completando así el órgano de dirección para esta nueva etapa.

Eduardo Hernáiz fue elegido presidente de la asociación en 2017 y, desde entonces, la organización ha experimentado un crecimiento significativo, alcanzando en la actualidad las 75 pequeñas y medianas bodegas asociadas.



**El espíritu pionero de Barón de Chirel se estrena en blanco** - Marqués de Riscal escribe un nuevo capítulo en su distinguida trayectoria con Barón de Chirel Rioja Viñas Centenarias 2024, su primer vino blanco elaborado en la Denominación de Origen Calificada Rioja (DOCa Rioja). Este lanzamiento coincide con la celebración del 40º aniversario de la primera añada de Barón de Chirel, un vino que marcó un punto de inflexión en la historia de Rioja y consolidó el espíritu audaz e innovador que ha definido a la bodega desde 1858.

Este excepcional blanco nace de uvas de las variedades Viura, Garnacha blanca, Malvasía y Maturana, procedentes exclusivamente de las cabezadas de viñedos centenarios de Rioja Alavesa, históricamente cultivadas con variedades tintas y conocidas como Patas Negras. Tradicionalmente, los viticultores plantaban las cepas blancas en las cabezadas de estas viñas viejas, en laderas de menor rendimiento, buscando equilibrar la productividad del terreno. Hoy, estas cepas centenarias producen racimos pequeños y sueltos, con uvas de extraordinaria calidad y concentración aromática, reflejando la riqueza y complejidad del terruño. Destaca por su acidez equilibrada y pH bajo, condiciones ideales para vinos de guarda que combinan frescura, finura y elegancia. Su elaboración a partir de viñedos centenarios aporta un carácter único y perdurable, manteniendo la esencia pionera que ha definido a Marqués de Riscal durante más de 160 años.



**Relevo generacional y renovación de imagen impulsan la nueva etapa de Bodegas David**

**Moreno-** Bodegas David Moreno inicia una nueva etapa marcada por la evolución generacional, la actualización de su imagen y el refuerzo de su equipo técnico, manteniendo intactos los valores que han definido su trayectoria.

La bodega, ubicada en el singular entorno del Alto Najerilla, avanza bajo el liderazgo compartido de Gemma y Paula Moreno, hijas del fundador, quienes continúan el legado de David Moreno con una visión renovada. Ambas asumen el reto de proyectar la marca hacia el futuro sin renunciar al principio que ha guiado a la familia durante décadas: el arraigo a la tierra.

Esta transición generacional supone una evolución natural en la que la experiencia del fundador se combina con el enfoque dinámico de la nueva generación. El objetivo es preservar la identidad de una bodega profundamente vinculada a su entorno y reconocida también por su cercanía con los visitantes, consolidando así su carácter familiar.

En paralelo, Bodegas David Moreno ha decidido actualizar la imagen de sus vinos. En un contexto de creciente competitividad internacional, la firma apuesta por una estética más acorde a las demandas actuales del mercado, sin alterar la esencia de sus elaboraciones.



**Vintae integrará en su proyecto el legado histórico de Bodegas Riojanas-** La compañía vinícola Vintae ha firmado con la banca un Plan de Reestructuración para incorporar a su proyecto Bodegas Riojanas, una de las casas históricas de la Denominación de Origen Calificada Rioja. La operación busca garantizar la continuidad de una bodega centenaria y de algunas de las marcas que contribuyeron a situar Rioja en el panorama internacional del vino.

El CEO y fundador de Vintae -de las compañías vinícolas más dinámicas del panorama español-, el riojano Richi Arambarri, ha señalado que la principal motivación de la compañía es “preservar el patrimonio de Rioja, una herencia que no podemos dejar perder y de la que debemos responsabilizarnos como riojanos y como bodegueros”.

Explica que «nosotros somos conscientes de la importancia histórica de una casa centenaria como Bodegas Riojanas, fundadora de la denominación, con marcas de renombre que pusieron Rioja en el mapa internacional del vino», subraya el CEO. Arambarri asegura además que “esta es una apuesta por nuestra tierra, es materializar el compromiso de devolver a Rioja la herencia que hemos recibido de su historia y de su patrimonio. Somos una empresa joven y hacernos cargo de una bodega centenaria es un sueño que esperamos hacer realidad, porque creemos firmemente que somos capaces de devolver el prestigio que la bodega y sus marcas tuvieron durante décadas”.



**Bodegas Virgen de la Vega presenta su apuesta por vinos más frescos y actuales-**

Bodegas Virgen de la Vega reunió en Haro a unos 60 profesionales de la hostelería, distribución y prensa especializada de Rioja Alta en una jornada para presentar sus nuevas elaboraciones y reforzar su apuesta por vinos más frescos, actuales y adaptados a las nuevas tendencias de consumo. El acto contó con la presencia de la consejera de Agricultura de La Rioja, Noemí Manzanos, y la cata fue dirigida por el enólogo Daniel Frías.

Durante la presentación se cataron los vinos Beturia Tinto 2025, renovado con un perfil más ligero y accesible; Dominio de Arvs Garnacha Tinta, una garnacha de edición limitada sin crianza en madera; Dominio de Arvs Crianza 2022 y Dominio de Arvs Reserva 2020, referencias de perfil más gastronómico y estructurado; y Vnvega 2021, una producción exclusiva de solo 1.000 botellas. En blancos y rosados se dieron a conocer Beturia Rosado 2025 y Beturia Blanco 2025, ambos enfocados en la frescura y versatilidad. Como gran novedad destacó ARVS 67 Blanco



Crianza 2023, elaborado íntegramente con viura y creado como homenaje a los 67 fundadores de la cooperativa. La cata concluyó con Barón de Terón Espumoso Brut Nature.

Fundada en 1965, la cooperativa mantiene hoy su esencia colectiva con más de 200 socios viticultores.



**Gómez Cruzado conmemora su 140 aniversario con una ambiciosa ampliación-**

La histórica bodega Gómez Cruzado ha conmemorado su 140 aniversario con la inauguración de unas nuevas instalaciones en el Barrio de la

Estación de Haro, un proyecto que marca el inicio de una nueva etapa para la firma riojana sin renunciar a la esencia que la ha acompañado desde su fundación en 1886.

La ampliación representa un importante

avance en la evolución de la bodega, tanto en capacidad productiva como en la organización de sus espacios. Las nuevas dependencias incluyen zonas de elaboración, una sala de depósitos de hormigón, una renovada sala de barricas, espacios destinados a catas y áreas sociales concebidas para reforzar la actividad de la empresa y mejorar la experiencia de visitantes y profesionales.

Durante el acto inaugural, el gerente de Gómez Cruzado, Alberto Játiva, destacó la visión de futuro que ha guiado el proyecto. “No pensamos en el hoy, pensamos en lo que puede venir mañana. Tenemos la responsabilidad de mejorar lo que hemos recibido, igual que nosotros recibimos una casa con una historia que conservar y proyectar. Nosotros hemos llegado, pasaremos, pero Gómez Cruzado continuará”, afirmó.



**Wine Enthusiast sitúa a Valdemar entre los mejores blancos de Rioja-** Wine Enthusiast ha reconocido a dos vinos blancos de Bodegas Valdemar, ambos procedentes de la histórica Finca Alto Cantabria, consolidando la apuesta de la bodega por esta categoría desde hace más de cinco décadas.

El Conde Valdemar Finca Alto Cantabria 2023, fermentado en barrica, ha obtenido 94 puntos y ha sido distinguido como el mejor blanco de Rioja por la publicación. A este reconocimiento se suma el Conde Valdemar Finca Alto Cantabria Espumoso Gran Añada 2020, que ha recibido la mención de “Hidden Gem”, destacándolo como una de las propuestas más singulares de la denominación.

Estos galardones llegan en un contexto de creciente protagonismo de los vinos blancos de Rioja en el mercado internacional. No obstante, la apuesta de Valdemar por esta categoría se remonta a los años 70, cuando, en un entorno dominado por los tintos, la bodega decidió centrarse en la variedad Viura y en la elaboración de blancos con identidad propia.

**Ferran Centelles y DIAM reúnen a Bodegas Familiares de Rioja en torno a grandes vinos de guarda franceses-**

Bodegas Familiares de Rioja continúa con los actos de celebración de su XXXV aniversario con una jornada formativa protagonizada por Ferran Centelles, reconocido formador, profesor, redactor para jancisrobinson.com y colaborador de la elBullFoundation. El encuentro reunió el 22 de junio a representantes de medio centenar de bodegas asociadas y a otros tantos sumilleres, responsables de vinotecas y profesionales de la distribución de Rioja y comunidades cercanas.

Con la colaboración de DIAM Bouchage, líder mundial en taponos de corcho tecnológicos, Centelles ofreció una cata exclusiva dedicada al concepto de los vinos de guarda franceses. Para la ocasión, seleccionó siete referencias de alta gama procedentes de algunas de las regiones vitivinícolas más prestigiosas del mundo: Borgoña, Burdeos, Champagne y Châteauneuf-du-Pape.



**Macán Clásico juega con la élite del tenis internacional en el Mutua Madrid Open 2026-**

Macán Clásico fue uno de los protagonistas del entorno del tenis internacional en el Mutua Madrid Open 2026 gracias a la experiencia sensorial impulsada por Tempos Vega Sicilia, donde compartió presencia con la élite del tenis mundial y fue uno de los vinos oficiales en los espacios más exclusivos. El evento deportivo se celebró del 20 de abril al 3 de mayo de 2026 en la Caja Mágica.

Elaborado por Bodegas Benjamin de Rothschild & Vega Sicilia en San Vicente de la Sonsierra, en el corazón de la Rioja Alta, el vino expresa la fusión entre la tradición centenaria de Rioja y una visión moderna, elegante y vibrante. Su perfil, marcado por notas de fruta roja, textura sedosa y un equilibrio preciso entre frescura e intensidad, lo convirtió en una referencia versátil y sofisticada, capaz de conectar con un público internacional en un contexto de máxima exigencia.

En paralelo, TEMPOS Vega Sicilia extendió la experiencia más allá del recinto deportivo, llevando el universo del torneo a la ciudad de Madrid a través de una cuidada red de espacios gastronómicos y vinotecas. Macán Clásico se integró en el día a día gastronómico y de ocio, y se pudo disfrutar por copas en una selección de restaurantes, vinotecas y establecimientos gourmet de la capital, así como en zonas como La Moraleja, Pozuelo de Alarcón y Alcalá de Henares.



**Bodegas Amarem da paso a la nueva generación con Begoña-**

Treinta años después de que Juan Luis Cañas dedicara un vino a su madre, AMAREN, su hijo Jon Cañas ha presentado Begoña, el primer vino creado íntegramente por él para homenajear a la suya. Se trata de un blanco de producción limitada a 2.500 botellas que marca el inicio de un nuevo capítulo en la historia de la bodega perteneciente a la Familia Luis Cañas y que refleja su interés por explorar y reivindicar el potencial de los vinos blancos en Rioja.

Begoña 2021 nace de viñedos viejos situados a más de 500 metros de altitud en las fincas Barranto y Carralobos, encontradas tras ocho años de búsqueda. Después de otros cuatro años de elaboración, Begoña 2021 ve la luz tras seis elaboraciones distintas y una crianza en depósitos de microcemento y botella.

Más allá del homenaje familiar, este lanzamiento refuerza una nueva etapa liderada por Jon Cañas, quien en los últimos años ha impulsado iniciativas como la conversión de viñedos a viticultura ecológica, la conservación del viñedo viejo y la recuperación varietal. La nueva generación presenta ahora un proyecto propio ligado a desafíos como la sostenibilidad, el futuro del territorio y el relevo generacional en el viñedo.





**ESENCIA RIOJA reivindica en Madrid el potencial de sus blancos y tintos premium**

- ESENCIA RIOJA celebró en Madrid una nueva edición de su 'Cata Tendencias', un encuentro dirigido a profesionales del sector vitivinícola en el que la asociación mostró algunas de las elaboraciones más destacadas de sus bodegas asociadas. La cita reunió a los principales periodistas especializados en vino de ámbito nacional, así como a representantes de entidades comercializadoras y del canal hostelero.

El evento, celebrado en el espacio The Library Wine Boutique, tuvo como objetivo presentar algunos de los proyectos más relevantes del Rioja actual y poner en valor el trabajo de las bodegas que integran la asociación. Asimismo, ESENCIA RIOJA quiso reconocer el papel de la prensa especializada por su contribución a la divulgación y promoción del sector vitivinícola.

Durante la presentación, el director general de ESENCIA RIOJA, Iñigo Torres, y el periodista especializado Andrés Proensa, organizador del evento, destacaron que para esta cuarta edición se eligieron "dos de los caminos actuales por los que busca su futuro la DOC Rioja": los vinos blancos y los tintos premium. En total participaron 36 bodegas.



**El Centro de la Cultura del Rioja convierte el verano en una experiencia para todos los públicos**

- El Centro de la Cultura del Rioja (CCR) afronta los meses de verano con una propuesta diseñada para consolidarse como uno de los grandes focos culturales y enoturísticos de la ciudad. Con una programación que combina arte, patrimonio, divulgación del vino y actividades participativas para todos los públicos, el espacio municipal ofrecerá desde finales de junio una amplia agenda capaz de atraer tanto a visitantes como a familias logroñesas que buscan nuevas experiencias de ocio durante la época estival.

Entre las iniciativas más destacadas figura la llegada de 'La Città Infinita', una instalación participativa de referencia internacional que entre el 27 de junio y el 27 de agosto transformará el Ágora del CCR en una gran ciudad en construcción. A través del juego colaborativo, niños y adultos podrán diseñar espacios urbanos utilizando piezas de madera reutilizadas, en una propuesta que une creatividad, sostenibilidad y convivencia. La actividad, que ha pasado por algunos de los principales centros culturales del país, permanecerá en Logroño durante dos meses y se perfila como uno de los grandes atractivos familiares del verano.



**Sesenta profesionales del vino de Reino Unido participan en el Rioja Education Award 2026-**

El Rioja Education Award 2026 es un programa impulsado por CVNE, Curious Vines y Hatch Mansfield para formar y dar visibilidad a mujeres y personas no binarias del sector vinícola británico, con el objetivo de convertir las en futuras embajadoras de los vinos de Rioja. La iniciativa, que este año ha contado con la participación de 60 mujeres procedentes de distintos puntos del Reino Unido y con perfiles profesionales diversos, busca reforzar el conocimiento sobre el territorio y los vinos de Rioja entre profesionales del sector vitivinícola.

Como parte del programa, 12 finalistas participaron este 3 de junio en Londres en una clase magistral impartida por María Urrutia, directora de marketing y miembro de la quinta generación de la familia fundadora de CVNE, junto a la Master of Wine británica Sarah Jane Evans. La sesión estuvo centrada en la historia de la compañía y su contribución al desarrollo de los vinos de Rioja.



### VinoTEC se integra en NORA, la nueva plataforma de Orisha Agri-food

Orisha Agrifood, compañía europea especializada en el desarrollo de software para el sector agroalimentario, ha presentado NORA, una nueva plataforma que agrupa bajo una misma identidad sus principales soluciones digitales. Entre ellas se encuentra VinoTEC, que se integra junto a VisionAgro, NutriNAV y RutaNAV, que hasta ahora se ofrecían de manera independiente.

Desarrollado por Orisha Agrifood Ibérica, VinoTEC es un ecosistema de software de gestión empresarial en la nube, en modalidad de suscripción, orientado específicamente a bodegas. La solución permite gestionar de forma integral las operaciones del negocio en un entorno colaborativo y seguro. El sistema combina capacidades de ERP y CRM con herramientas de análisis de negocio (BI) e incorpora funcionalidades de inteligencia artificial generativa, facilitando la automatización de procesos y la toma de decisiones.

### Etilisa refuerza su liderazgo en etiquetas premium con sus nuevas instalaciones

El presidente de La Rioja, Gonzalo Capellán (en la foto), destacó durante la inauguración de las nuevas instalaciones de Etilisa que el crecimiento de su crecimiento refleja competitividad, creación de empleo y bienestar, especialmente positivo en un contexto de incertidumbre.

Las nuevas instalaciones de Etilisa -unos 5.000 m<sup>2</sup> - están diseñadas para aumentar su capacidad productiva con tecnología avanzada y reforzar su plantilla en el sector de etiquetas premium. La empresa, fundada en 2010 y actualmente integrada en el grupo Labelys, ha crecido de forma constante y cuenta con 52 trabajadores.

Las nuevas instalaciones refuerzan su expansión en La Rioja tras años de inversión y crecimiento continuado, además, Etilisa recibió en 2025 el Premio AIFEC a la Mejor Etiqueta del Año por su trabajo para el Vermut Conzia de Martínez Lacuesta.



### Excellent Cork alcanza la máxima calificación AA+ en la certificación BRC Packaging

Excellent Cork, empresa especializada en soluciones de cierre para la industria alimentaria y de bebidas, ha obtenido la máxima calificación AA+ en la certificación internacional BRC Packaging Materials, uno de los estándares más exigentes a nivel global en materia de calidad y seguridad alimentaria.

Este reconocimiento avala el cumplimiento de los más altos niveles en control de procesos, trazabilidad, gestión de riesgos y cumplimiento normativo, garantizando que los productos de la compañía responden a las exigencias más estrictas del sector.

La calificación AA+, la puntuación más elevada otorgada por el estándar BRC, pone de relieve la solidez del sistema de gestión de calidad de Excellent Cork, así como su compromiso continuo con la mejora y la excelencia operativa.

Desde la dirección de la empresa han subrayado el valor de este logro como resultado del trabajo colectivo del equipo y de una cultura corporativa orientada a la mejora continua. "Este reconocimiento es el reflejo del trabajo diario de todo nuestro equipo y de una filosofía basada en la mejora continua", señala Alberto Hernández Sola, Adjunto a Dirección de Excellent Cork. "Nuestro objetivo es ofrecer a nuestros clientes la máxima garantía de seguridad y calidad en cada uno de nuestros productos".

Con esta certificación, Excellent Cork refuerza su posicionamiento como proveedor de referencia para la industria alimentaria y de bebidas, consolidando su apuesta estratégica por la calidad, la innovación y la seguridad en todas sus soluciones de cierre.



## CREALIS unifica estructura y marcas al servicio de sus clientes

En un contexto de cambio estructural en la industria global del vino y las bebidas, el grupo CREALIS ha anunciado una profunda transformación de su organización industrial y comercial, con el objetivo de reforzar su competitividad, acelerar la eficiencia operativa y mejorar el servicio a sus clientes en todo el mundo.

“Nuestra prioridad es mantenernos a la vanguardia. Esto requiere una inversión constante en innovación, en nuestras herramientas industriales y en nuestros equipos”, explica su director general, Enrico Bracesco.

En este sentido, CREALIS avanza en la integración progresiva de sus ocho marcas históricas —Rivercap, Sparflex, Le Muselet Valentin, Enoplastic, Supercap, Pe.Di, Maverick y Corchomex— bajo una única identidad corporativa. El objetivo es simplificar la estructura del grupo y reforzar la coherencia de su oferta global.

Según su director general, “al unificar nuestras marcas, hacemos que nuestra oferta sea más clara, más cohesionada y más eficiente para nuestros clientes de todo el mundo”.

La transformación supone el paso de una estructura basada en entidades independientes a un modelo integrado a escala global. El grupo ha reorganizado su área comercial en un equipo único, dirigido por Jean-Pascal

*El grupo internacional especializado en soluciones de cápsulas y cierres para vino, que incluye Rivercap (Rioja Alavesa), refuerza además su estrategia de innovación y eficiencia operativa*

Rey, que centraliza la relación con los clientes y ofrece un punto de contacto único para toda la gama de soluciones.

En paralelo, la estructura industrial se articula ahora en dos grandes unidades de negocio: soluciones para cápsulas, cápsulas de espumoso y bozales, y soluciones de cierre para espirituosos, aceites y vinagres.

### Innovación e inversión como ejes estratégicos

En un entorno marcado por la presión de costes y la transformación del mercado, CREALIS mantiene una política de inversión sostenida, destinando entre el 6 % y el 8 % de su facturación anual a innovación, tecnología y mejora industrial.

Estas inversiones se orientan al desarrollo de nuevos materiales, la mejora de la sostenibilidad de los productos y la optimización de los procesos industriales, además del refuerzo del capital humano mediante formación y contratación.

“El rendimiento industrial no se decreta, se construye. Depende tanto de la tecnología como de las habilidades y el compromiso de nuestros equipos”, afirma Bracesco.

El grupo identifica un escenario de cambio profundo en el sector de las bebidas, impulsado por nuevas dinámicas de consumo y la premiumización de determinadas categorías.

Las bebidas espirituosas y los vinos espumosos se consolidan como los principales motores de crecimiento, donde el diseño del cierre y su aportación al valor percibido del producto adquieren cada vez mayor relevancia. El vino tranquilo continúa siendo un pilar fundamental del negocio, junto a otros segmentos como cerveza, agua, aceites y vinagres.

Además, Bracesco subraya el papel creciente del envase y el cierre como herramienta de diferenciación en el mercado: “El envase es ahora un vector estratégico. Debe proteger, diferenciar y elevar las marcas. Ese equilibrio es precisamente donde apoyamos a nuestros clientes”.

### Un grupo industrial global

Con 70 años de experiencia, CREALIS cuenta con 1.300 empleados, 13 centros de producción en Europa, América y Oceanía, presencia en más de 70 países y una producción anual de 5.000 millones de soluciones de cierre. Su facturación asciende a 235 millones de euros.

La compañía consolida así su evolución hacia un modelo global integrado, centrado en la eficiencia industrial, la innovación y el servicio al cliente en un mercado cada vez más exigente.



**Damián Rodríguez, nuevo General Manager de Crealis Iberia-** CREALIS ha anunciado un importante relevo en la dirección de su filial Iberia, con el nombramiento de Damián Rodríguez como nuevo General Manager de Crealis Iberia. Rodríguez sucede a José Sáenz de Santamaría Pombo tras 23 años al frente de la gestión de la región Iberia. Ambos directivos trabajarán de manera coordinada durante el periodo de transición, con el objetivo de garantizar la continuidad del negocio y consolidar el liderazgo de la compañía en la península ibérica, asegurando una transición ordenada y alineada con la estrategia global del grupo.

**Amorim impulsa la innovación sostenible en el tapón de corcho**

- Amorim refuerza su liderazgo en innovación con Naturity® y Bee W®, dos avances que mejoran el rendimiento del corcho natural y responden a las demandas de calidad y sostenibilidad del sector vitivinícola.

Naturity® elimina el TCA mediante un proceso natural basado únicamente en temperatura, agua y tiempo, preservando las propiedades del corcho y garantizando un cierre fiable que mantiene intacta la pureza aromática del vino. Esta tecnología resulta especialmente relevante para vinos de guarda, donde la consistencia y la evolución en botella son esenciales.

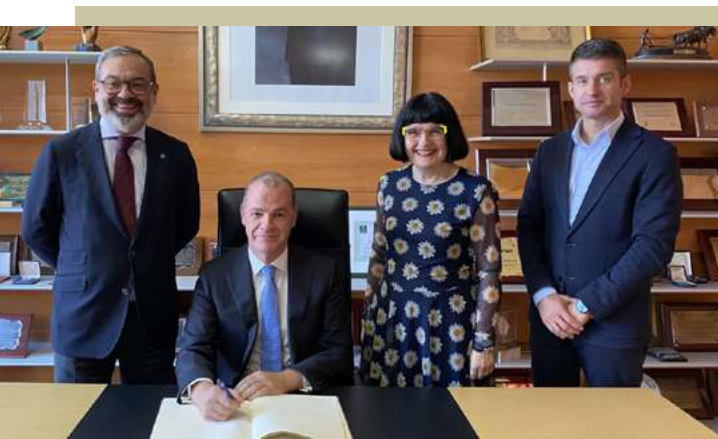
Por su parte, Bee W®, un tratamiento superficial elaborado con cera de abeja, facilita la inserción del tapón y optimiza la transferencia de oxígeno, favoreciendo una evolución más equilibrada del vino. Además, su carácter biodegradable responde a la creciente demanda de materiales sostenibles.

Con estas innovaciones, Amorim reafirma su compromiso con la ciencia, la sostenibilidad y la protección de la calidad del vino, consolidando al corcho natural como el cierre de referencia para preservar la autenticidad y la evolución de cada botella.



**El ICVV destaca en Montenegro su investigación sobre variedades de vid autóctonas**

- El Instituto de Ciencias de la Vid y del Vino (ICVV) tuvo un papel destacado en el Día Internacional de la Kratošija 2026, variedad autóctona fundamental en la historia vitivinícola de Montenegro, celebrado el pasado 24 de abril en Podgorica, donde reforzó su proyección internacional en investigación vitivinícola. En el encuentro, su directora, Mar Vilanova, presentó la labor científica del centro y sus principales líneas de investigación en el ámbito de la vid y el vino. Esta participación se enmarca en la consolidación del ICVV como referente en el estudio de variedades de vid autóctonas y minoritarias. El Instituto ha desempeñado un papel clave en el estudio de la diversidad genética de las vides montenegrinas desde 2012, dentro de una amplia red de colaboración científica que incluye a Montenegro, país con el que mantiene una cooperación activa desde hace más de una década.



**Rubén Auseré presidirá el Comité Organizador de ENOMAQ 2027 en el 50 aniversario del certamen**

- Feria de Zaragoza ha designado a Rubén Auseré, CEO de Industrias Auseré, como nuevo presidente del Comité Organizador de ENOMAQ 2027. El nombramiento llega en un momento especialmente significativo para el certamen, que celebrará su 50 aniversario del 26 al 28 de enero de 2027 en Feria de Zaragoza. Al frente del Comité Organizador, Auseré afronta esta nueva etapa con el objetivo de contribuir al crecimiento y evolución del salón. "Mi intención es ayudar a ENOMAQ a seguir adaptándose a los nuevos tiempos del sector, impulsando una visión más transversal, moderna y conectada con la industria de bebidas y alimentos líquidos. Queremos seguir siendo un espacio líder en innovación, sostenibilidad y competitividad", señala.

**Suterra refuerza su apuesta por el biocontrol con la compra de activos de Vestaron**

- La creciente apuesta por soluciones de biocontrol está acelerando la transición del sector vitivinícola hacia estrategias de gestión integrada de plagas más sostenibles y con menor dependencia de materias activas convencionales. En este contexto, la adquisición por parte de Suterra de los activos de I+D y las líneas de productos de Vestaron refuerza el mercado global de bioinsecticidas y tecnologías agrícolas de base biológica. La operación incluye las gamas Spear® y Basin™, ingredientes activos en desarrollo y el centro de investigación de Vestaron en Michigan, ampliando la capacidad de innovación y la oferta de soluciones sostenibles para cultivos de alto valor como el viñedo.

La operación incorpora además ingredientes activos y formulaciones actualmente en desarrollo, reforzando la capacidad de innovación de Suterra en el segmento de bioinsecticidas. La compañía prevé iniciar la fabricación de Spear® Lep bajo su propia marca y estructura de soporte técnico.





Javier Pascual  
Consejero y Fundador de La Prensa del Rioja

# El Descorche



## Una contribución esencial al desarrollo y liderazgo vitivinícola de la DOCa Rioja

La orientación comercial exportadora y el espíritu colaborativo constituyen dos elementos identitarios que han caracterizado tradicionalmente al sector bodeguero en Rioja y han impulsado la creación de organizaciones cuyo papel en la vertebración del sector ha contribuido decisivamente al superior desarrollo de la vitivinicultura riojana y a la valorización de sus vinos. Algo que, en definitiva, ha resultado esencial para que la región se convirtiera en líder de la vitivinicultura española. Son algunas de las conclusiones del estudio histórico sobre la evolución del asociacionismo bodeguero en Rioja que tuve la oportunidad de presentar en la jornada celebrada por la Asociación de Exportadores Vitivinícolas 'Esencia Rioja' (antes 'Grupo Rioja') el pasado mes de mayo y que ha servido de referencia para la renovación de la imagen de la principal organización empresarial del sector. Una organización que actualmente representa de forma paradigmática la tradición asociativa de las bodegas de Rioja y su carácter eminentemente exportador. Su presidenta, Raquel Pérez Cuevas, asumió que "es nuestra obligación proteger y mejorar el legado que nos han confiado las generaciones anteriores para transmitirlo".

Como puede deducirse de la investigación realizada, la Asociación de Exportadores 'Esencia Rioja' es actualmente depositaria de un legado histórico que se remonta a 120 años, el último eslabón de una 'línea sucesoria' de asociaciones de bodegas que tuvo su primer hito con la fundación del 'Sindicato de Exportadores de vinos de la Rioja' en 1907. En dicha 'línea sucesoria' destacamos en primer lugar el carácter exportador de las empresas bodegueras riojanas como el denominador común más significativo de las organizaciones que se han sucedido desde 1907. Un elemento identitario capaz de alinear voluntades para una mejor defensa de los intereses individuales y colectivos en lo que hemos denominado "el largo camino hacia la creación de valor". En segundo lugar, la coincidencia en fines y objetivos que ponen de manifiesto los estatutos de las asociaciones que se han sucedido en el tiempo marcan con claridad una línea de continuidad en la que resaltan la voluntad de garantizar la calidad y el origen, las inversiones en promoción y el papel de representación institucional y defensa colectiva de los intereses del sector. La identidad de las firmas bodegueras que han integrado las sucesivas asociaciones en cada periodo histórico y la diversidad de su tipología ha sido otro factor decisivo para establecer la 'línea sucesoria'. Por último, el papel de liderazgo en el desarrollo de la DOCa Rioja y su gobernanza es otro nexo común incontestable, ya que estas asociaciones han representado los intereses de una amplia mayoría del sector bodeguero y han impulsado las estrategias que han configurado el modelo de Rioja como generador de riqueza.

La nueva etapa iniciada ahora por la Asociación de Exportadores 'Esencia Rioja' representa el punto y seguido de una tradición asociativa que evidencia la capacidad demostrada históricamente por el sector vitivinícola riojano para organizarse y actuar colectivamente. Las inquietudes que en estos últimos años han podido apreciarse entre un amplio número de productores-comercializadores por establecer nuevas alianzas y asociarse para actuar conjuntamente son signo inequívoco de la vitalidad que mantiene el sector y el sentido de responsabilidad que van asumiendo las nuevas generaciones para participar en la gobernanza de la Denominación y diseñar su futuro.



### LA PRENSA DEL RIOJA

[www.laprensadelrioja.com](http://www.laprensadelrioja.com)

[info@laprensadelrioja.com](mailto:info@laprensadelrioja.com)

#### Director

Jorge Solana Aguado

#### Director Adjunto

José Ignacio Junguitu

#### Director Honorífico

Javier Pascual Corral

#### Redacción

Mirian Terroba Gonzalo

[redaccion@laprensadelrioja.com](mailto:redaccion@laprensadelrioja.com)

#### Publicidad y Marketing

Mónica Peña Fernández

[publicidad@laprensadelrioja.com](mailto:publicidad@laprensadelrioja.com)

D.L.: LO - 588 - 1985

ISSN 2479-8622.

#### RECONOCIMIENTOS

2024

Premio Planeta Rioja

2017

Gourmand Awards 'Best Wine Magazine in the World'

2015

Premio Rioja Capital

2010

Premio FECOES

1996

Premio Imagen del Rioja

1994

Premio al Fomento Turístico de la Comunidad Autónoma de La Rioja

1993

Mención de Excelencia de la OIV en publicaciones



Publicación de referencia para los amantes del vino de Rioja

ESTÉS DÓNDE ESTÉS,  
¡LÉENOS!



[www.laprensadelrioja.com](http://www.laprensadelrioja.com)