LA SALA: EL SERVICIO AL COMENSAL EMPIEZA A SER RECONOCIDO

Nº 269-ENERO-6 €

www.revistavinosyrestaurantes.com

CANARIAS Y AEROPUERTOS 6,20 €
PORTUGAL 6,35 €

VINOS Y RESTAURANTES





CRISTINA DÍAZ

Restaurante Maralba (Almansa)

Premio Michelin al Servicio de Sala 2025

XXIII Madrid Fusión Alimentos de España

30 años desde que España asombró al mundo

APERITIVO

Vermut, un pequeño gran placer

Vinos y destilados

SIN ALCOHOL

y baja graduación

Claves del nuevo año

2025

Desvelamos las TENDENCIAS en VINOS y RESTAURACIÓN

MÁS QUE UN APERITIVO



lustau.es | @vermutlustau

WINE in MODERATION
ELIGE | COMPARTE | CUIDA

Disfruta de un consumo responsable. 15°

VINOS Y RESTAURANTES

Directora:
Laura Curt

Redactora Jefe:
Laura Morales
redaccionvinos@curtediciones.com

Directora de Arte:
Imma Párrizas

Redacción:
Pilar Ansola, Isabel Fernández

Colaboradores: Miquel Sen, Enrique García Albelda, Joan Capell, Xavier Agulló, David Janer, Javier Campo, Meritxell Falgueras y Alfred Peris

Departamento Publicidad:
Lola Beceiro
publicidadrevistas@curtediciones.com

E-mail publicidad:
lcurt@curtediciones.com

Distribución y suscripciones:
distribucion@curtediciones.com
Suscripción anual: 70 €
Precio ejemplar: 6 €
Canarias y aeropuertos: 6,20 €
Impresión: Walstead Eurohueco
Distribución España: Sgel
Depósito Legal: DL B 26373-2002
Distribución Portugal: Logista

Edita: CURT EDICIONES SA

CURT EDICIONES, S.A.

Valencia, 279 - 3er piso.
08009 Barcelona.
Tel.: 933 180 101**. Fax:** 933 183 505.
www.curtediciones.com
Presidente Fundador:
Enrique Curt Gómez
Editora: Laura Curt Iborra

Los artículos que se publican son propiedad del editor, quedando prohibida su reproducción total o parcial sin la autorización precisa. El editor no se responsabiliza de la opinión de sus colaboradores redaccionales.
Printed in Spain.
Revista Mensual

Bar Vint-i-quatre (Barcelona)



Un brindis por 2025

Arrancamos el año con fuerza y deseos de mejorar en nuestro trabajo y contaros lo mejor posible todo lo que vaya aconteciendo en el mundo vinícola y gastronómico a lo largo de los 365 días que nos quedan por delante.

Para empezar, no dejéis de leer los tres reportajes centrados en el año que ahora estrenamos, uno sobre las tendencias en vino para este 2025, otro sobre las tendencias clave que revolucionarán la hostelería este año y un tercero que protagonizan las ciudades de Alicante y Cariñena junto con Cataluña. La primera será a lo largo de este año la Capital Española de la Gastronomía, la segunda, la Ciudad Europea del Vino, y Cataluña ostentará la distinción de Región Mundial de la Gastronomía.

Otro tema de rabiosa actualidad en estas fechas es el 'dry january', por lo que hemos realizado un reportaje sobre vinos y destilados sin alcohol que podemos consumir no solo en enero sino el resto del año. Y siguiendo con la actualidad, este mes la mirada está puesta en la capital española, ya que vuelve un año más, Madrid Fusión Alimentos de España. La cumbre gastronómica reunirá a los chefs que revolucionaron la cocina hace ahora treinta años.

Por otro lado, hemos querido empezar el año centrando nuestra atención en la sala del restaurante, por ese motivo la portada no la protagoniza un chef, sino Cristina Díaz, flamante Premio Michelin al Servicio de Sala 2025. Además, nuestro colaborador, Javier Campo, firma un interesante artículo sobre la sala, del que es un experto, no en vano su último libro, que versa sobre ese tema, representará a España en los 'Óscar de los libros de gastronomía' que se entregarán en junio.

Finalmente, traemos a las páginas de este nuestro primer número del año un reportaje sobre el aperitivo. Y es que ¿hay algo mejor que sentarnos en una terraza al sol en esta época y tomarnos un vermut? Un pequeño placer que podemos permitirnos el domingo aunque el resto de la semana hayamos empezado la consabida dieta post navideña. Porque las reglas, en ocasiones, están para saltárselas.

Laura Curt

> El aperitivo es un pequeño gran placer al que no debemos renunciar

Nuestra publicación está también disponible de forma gratuita en www.revistavinosyrestaurantes.com



ENERO 2025





22 Tendencias de consumo en vinos para 2025

Las tendencias de consumo de vinos para este año apuntan hacia temas como la sostenibilidad, la baja graduación o la búsqueda del valor añadido.

30 Vinos y destilados sin alcohol

Tras las fiestas, cada vez más gente se une al 'Dry January', el reto anual que anima a las personas a abstenerse de consumir alcohol durante todo el mes de enero para promover un estilo de vida saludable.





36 Vermut y aperitivos

Aunque el aperitivo surgió con la intención de estimular el apetito antes de la comida, actualmente se ha convertido en un momento para socializar. En la hora del aperitivo hace años que reina el vermut.



42 Tendencias clave que revolucionarán la hostelería en 2025

La hostelería en España se enfrenta a un año marcado por un entorno dinámico y desafiante. La evolución tecnológica y un consumidor cada vez más informado y exigente están moldeando un panorama en el que la adaptación y la innovación serán claves.





48 La sala del restaurante

Por Javier Campo

Como decía el gran chef, el Sr. Joël Robuchon con 32 estrellas Michelin, el que más en la historia, el 60% del éxito está en la sala. Pero esto a ciertos cocineros con ínfulas arrogantes no parece afectarles y hacerles cambiar el discurso.

52 Entrevista a Cristina Díaz

La Jefa de Sala y co-propietaria del restaurante Maralba by Fran Martínez en Almansa (Albacete) ha recibido el Premio Especial Servicio de Sala 2025 de la Guía Michelin. Aprovechando que está de actualidad por ese reconocimiento, hemos decidido entrevistarla y dar visibilidad al papel de los profesionales de sala.

56 Madrid Fusión Alimentos de España

La próxima cumbre gastronómica, que se celebrará del 27 al 29 de enero bajo el lema 'Revolucionarios', dedicará su acto central al movimiento que encendió un nuevo fuego en la cocina mundial y a todos sus protagonistas hace ahora 30 años.



A partir del 24/ 01
IX Edición Descubre la trufa



Vuelve Descubre la trufa a Zaragoza y provincia. La ruta gastronómica, principal plataforma de difusión y conocimiento de la Tuber melanosporum en Aragón, celebra su novena edición del 24 de enero al 9 de febrero, y por primera vez, se va a promocionar también en Bilbao.
Más información: www.descubrelatrufa.com

Todo el mes
Exposición Jumilla. Diálogos de Arte & Vino

La muestra Diálogos de Arte & Vino se presenta por primera vez en el Museo del Vino de Jumilla. Una propuesta ideal para amantes del vino, la gastronomía, la cultura y el arte. Podrá visitarse hasta el 9 de febrero.
Más información: www.jumilla.wine



27-29/ 01
XXIII Madrid Fusión Alimentos de España

La cocina española asombró al mundo hace ahora 30 años y Madrid Fusión Alimentos de España 2025 analizará las razones y motivos que articularon aquella revolución que irradió por el planeta a partir de 1995.



Más información: www.madridfusion.net



Hasta el 31/ 01
Deward's Discovery Tour

Los consumidores podrán disfrutar de la coctelería de autor en cada uno de los 11 locales de Madrid participantes en esta ruta y sellar un "pasaporte de experiencias". Aquellos que completen seis paradas obtendrán 40 € en saldo redimible, y quienes completen las doce, 100 €.
Más información: www-dewarsdiscoverytour.es

A partir del 22/ 01
Hotel Wine Fest

Del 22 de enero al 5 de febrero, Barcelona acogerá la segunda edición de este festival que reúne a algunas de las Denominaciones de Origen más destacadas del panorama nacional en los hoteles más emblemáticos de la ciudad. Esta edición destaca por su carácter solidario, con iniciativas como la participación de las Denominaciones de Origen de la Comunidad Valenciana como invitadas especiales.
Más información: www.hotelwinefest.com




SIEMPRE,
UN GUSTO
FAMILIA BODEGUERA DESDE 1899
FAUSTINO RIVERO ULECIA
Faustino Rivero Ulecia
RIOJA
DENOMINACIÓN DE ORIGEN CALIFICADA
CRIANZA
TEMPRANILLO - GARNACHA
FAUSTINO RIVERO ULECIA
FAMILIA
BODEGUERA
DESDE 1899
faustinorivero.com

REBEKA BARAINKA

REBEKA LIDERA LA NUEVA ETAPA DE AITEN ETXE, RESTAURANTE UBICADO EN EL HOTEL UR BARE DE ZARAUTZ (GUIPÚZCOA). ADEMÁS, LA CHEF FORMA PARTE DEL FORO DE JÓVENES TALENTOS ORGANIZADO POR EL BASQUE CULINARY CENTER CON LAS 100 FIGURAS GASTRONÓMICAS MENORES DE 30 AÑOS MÁS PROMETEDORAS DEL MOMENTO.



La chef manchega y guipuzcoana "de adopción", ha tomado las riendas del emblemático restaurante de Zarautz con una clara filosofía de conexión con el entorno y el producto de cercanía, a la vez que defiende una manera de entender la cocina espontánea, joven y rebelde que incluso rescata productos históricamente olvidados. Su incorporación busca elevar la cocina de Aiten Etxe a un nivel más gastronómico.

"Aiten Etxe es un restaurante de cocina de producto, con sabor, color y aroma a brasa. Trabajamos con pequeños productores de verduras y hortalizas, huevos de caserío, carnes selectas y pescados frescos de las lonjas locales. Nuestra obsesión es dar protagonismo a las raíces y al entorno, rescatando productos 'olvidados' e incluso infravalorados gastronómicamente" apunta Rebeka.

El restaurante ofrece una propuesta de carta y dos menús degustación, Sustraiak (raíces) y Sustrai Txiki (pequeña raíz) acompañados de su correspondiente maridaje opcional. Todos ellos van cambiando con frecuencia a lo largo del año respetando las temporadas. Se trata de una cocina sin ataduras, que se mueve al son que marca la naturaleza. Entorno, soberanía alimentaria y cierta rebeldía son los pilares del proyecto, junto con un recuerdo a las raíces castellanas de la chef, reminiscencias de sus viajes y mucho respeto y amor por los vinos, con más de 200 referencias.

Todo ello sin olvidar la brasa y añadiendo platos diferentes, divertidos y algo más desconocidos en la zona como Erreka (pintxo marinado y ahumado en casa de trucha arcoíris de Yesa, sobre tosta de plancton de río, emulsión de escabeche y helado de tomate) o las Ortiguillas del golfo de Bizkaia, vinagreta de kiwi de Aizarnazabal, Gilda 2.0: reinterpretación contemporánea de la clásica gilda o el postre que establece un nexo entre el mar y la montaña: Vainilla, hongos y caviar.✻

Trayectoria

Rebeka Barainka (Ciudad Real, 1991) en su anterior etapa como propietaria y chef del reconocido restaurante Galerna de San Sebastián, obtuvo algunos reconocimientos como la nominación a Cocinero Revelación en Madrid Fusión 2019, las distinciones en la Guía Michelin desde 2016 o el sol Repsol desde febrero de 2020, así como el Premio Talento Gastro 2023 en la categoría Fomento Next San Sebastián. También forma parte del Foro de Jóvenes Talentos organizado por el Basque Culinary Center con las 100 figuras gastronómicas menores de 30 años más prometedoras del momento.



Foto: Maria Rosa Ferré

PENEDÈS

DENOMINACIÓ D'ORIGEN

2700 anys

Primera Denominación de Origen que será 100% ecológica*

*Todos los viñedos y vinos de la DO Penedès serán ecológicos a partir de la vendimia 2025

www.dopenedes.cat

Generalitat de Catalunya
Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural

Unió Europea
Fons europeu agrícola de desenvolupament rural
Europa inverteix en les zones rurals

WINE in MODERATION
ELEGIR | COMPARTIR | CUIDAR

BOURCEFRANC LE CHAPUS
FRANCE



AMÉLIE

LES HUÎTRES

Fot-Li Vermut

Un sueño cumplido

Fot-Li Vermut empezó su camino hace tan solo ocho años, a pesar de ello han logrado posicionarlo como uno de los vermuts artesanales del momento.



Toni Omedes, cofundador y CEO de la marca afirma: "Me siento muy afortunado. Su estética modernista y, lo más importante, su calidad, han hecho que todo funcione". Y añade sobre el vermut artesano que tanto gusta: "La historia es divertida, soy un loco del vermut, y al haberme dedicado siempre al mundo de los vinos y espirituosos, me hizo ilusión buscar la fórmula de 'mi vermut perfecto', casi como un juego, cuando se lo dimos a probar a amigos y a gente del gremio nos convencimos: teníamos que sacarlo al mercado. Lo hicimos y fue un sueño cumplido.

Posicionamiento y exportación

Fot-Li se encuentra, principalmente, en restauración y en tienda especializada o e-commerce y su producción artesanal a día de hoy es de 50.000 botellas anuales. "Creo que vamos por buen camino: el vermut está realmente muy bueno, la botella hace ilusión tanto como regalo como para tenerla en casa y su precio es muy atractivo. La gente repite, eso es lo que más nos gusta, ver que la gente fideliza y escribe mensajes por DM a nuestro Instagram. Ahora hay comunicación fluida y directa con los usuarios. Tenemos presencia en quince países. En Australia, EEUU o Hungría, por ejemplo, nos compran muchísimo", concluye Omedes.

Fot-Li Fórmula Antiga y Fot-Li Blanco

Fot-Li Fórmula Antiga es el vermut reserva de la casa, del que se elaboran muy pocas botellas. Pretende hacer un homenaje a los primeros vermuts de Reus, con más cuerpo, complejidad y notas aromáticas marcadas. Está elaborado con vino base de garnacha blanca y un vino de uva pasificada de soleras de más de cuarenta años. Tiene un sabor muy elegante y está teniendo mucho éxito en el mundo de la coctelería de autor.

Fot-Li Blanco es lo más nuevo de la casa, de hecho, salió al mercado este verano. "Nos hace mucha ilusión este lanzamiento porque muchos clientes nos lo pedían y así cerramos el círculo: Blanco, Rojo y Fórmula Antiga. Fot-Li Blanco tiene aroma de mandarina, un punto cítrico para contrastar el dulzor propio del vermut, de esta manera no se hace nada pesado. La idea es que la gente se pueda tomar dos copas tranquilamente y se quede con ganas de más", apunta Toni Omedes.

Coctelería

En la web www.fotlivermut.com hay publicadas varias propuestas y cócteles de autor para poder disfrutar del vermut de formas diferentes, Gaudí Margarita, Barcelona Mule, tragos largos, shots, perfect serves, entre otros… El vermut tiene un recorrido muy largo en el mercado más allá del momento del aperitivo. ❋



FOT-LI VERMUT
Balmes, 345, local 3 · 08006 Barcelona
Tel.: 935 641 262 · www.fotlivermut.com
FotLiVermut · @FotLiVermut · fotlivermut



NUEVO GARNACHA

Aragonia garnacha joven es el nuevo vino de Bodegas Aragonesas. "Está elaborado con una garnacha vieja, pero sin nada de madera. De esta manera, hemos conseguido un vino con buena intensidad de color, una fruta roja potente y varietal, y una boca muy equilibrada, amplia, golosa con un final muy largo y sedoso", afirma Javier Vela, director técnico de Bodegas Aragonesas.



El Priorat embotellado

Cruor 2019 es un vino elegante, complejo y equilibrado, elaborado con uvas garnacha, cariñena y syrah procedentes de la Finca La Fredat en Bellmunt del Priorat. Con 14 meses en barrica de roble francés, sus taninos maduros y bien pulidos nos adentran con serenidad en el clásico Priorat.

OBJETO DE DESEO



Bodegas Murua ha lanzado al mercado su vino más *premium*, Finca La Pedrita, un verdadero objeto de deseo por la maestría del trabajo artesano con el que ha sido elaborado, con la selección de los mejores racimos de la centenaria Finca La Pedrita, situada en Laguardia. En boca posee una fuerza que conquista el paladar manteniendo mucha viveza y genialidad.

Fruto de viñedos centenarios

César Lucendo A. es un tinto que ha obtenido 93 puntos en la cata del prestigioso sumiller Andreas Larsson, situándolo entre los mejores vinos de España. Se trata de un *coupage* de 80% tempranillo, 15% cabernet sauvignon y 5% merlot de viñedos ecológicos centenarios certificados. Conjuga seriedad y delicadeza.





El Empordà en la copa

Si el Empordà se pudiese concentrar en un vino, sería Gran Claustro Reserva Especial. Elaborado a partir de la mejor selección de uvas de cada una de las fincas de Perelada, este vino es un reflejo de los paisajes del Empordà, el aroma de sus campos y la Tramontana. Un vino muy elegante, equilibrado y con personalidad.



El mejor de España

Castillo Ygay vuelve a hacer historia como el vino español más laureado, y consigue en esta ocasión el mayor reconocimiento de la influyente crítica Pilar Cavero en la Guía de Vinos 2025 ABC. Este vino es la máxima expresión de la calidad de la bodega pionera de Rioja, Marqués de Murrieta.



VINO SINGULAR

CM Viña Garugele es el vino más singular de Bodega CM Matarromera en la D.O.Ca Rioja y uno de los vinos de finca de colección personal de Carlos Moro. Seis años han pasado para poder disfrutar de la añada 2018, que sale al mercado ya con la calificación de Viñedo Singular. Un tempranillo elegante y con personalidad.

Goloso y seductor

Corral de Campanas 2021 de Quinta de la Quietud es un tinto con barrica, ecológico, con D.O. Toro. Tradicionalmente elaborado con crianza de 50% en depósito y 50% en barrica de roble americano, en su añada 2021 cambia las proporciones e incorpora el fudre. El resultado es un vino con más expresión frutal y más sedosidad. Especialmente goloso y seductor.





En el 'top' 100

El crítico de vinos, Miquel Hudin, ha incluido al Barranco del Prado 2022 de Bodegas Arizcuren, en su prestigiosa lista de los *Top 100* vinos del año 2024. Lo describe así: "Inicialmente, ofrece una riqueza en el paladar que da paso a una capa de texturas frutales que se desvanecen elegantemente en el final".

Gabi Orte



Homenaje a los antepasados

Batanero 2022 de Pazo de la Cuesta es un reconocimiento del actual propietario, Manuel Bellod, a todo el trabajo que hicieron sus antepasados para mantener viva la historia vinícola gallega. Se elabora principalmente con uvas mencía procedente de cepas de 40 años, con un sutil toque de merenzao y sousón.

Moscatel onubense

Colección MIL, de Bodega Marqués de Villalúa en la D.O. P. Condado de Huelva, es un monovarietal de moscatel de Alejandría seco. Tiene maceración prefermentativa, fermentación a baja temperatura y posterior crianza sobre lías en depósito, lo que provoca que el vino exprese caracteres varietales unidos a un volumen y untuosidad característicos.





Blanc de noirs empordanès

La bodega Terra Remota acaba de sacar al mercado Terra Remota Blanc de Noirs, un vino creado con la voluntad de recuperar y poner en valor una variedad autóctona del Empordà como la lledoner pelut (garnacha peluda), al tratarla como monovarietal y además, vinificarla como blanca. El resultado: identidad y elegancia.

GUARDA SORPRENDENTE

Albillo de La Longuera 2023 es un vino que promete cautivar por su complejidad y longevidad. Elaborado con uvas de una pequeña parcela de viñas viejas en la Sierra de Gredos y con una crianza de un año sobre lías en barrica, resulta un vino de textura cremosa, acidez vibrante y una concentración de fruta excepcional.







Esencia lanzaroteña

El afamado enólogo Raúl Pérez firma el nuevo vino blanco de La Bodega Stratvs: Diego a Secas. Elaborado con uva de la variedad diego, es un vino que representa el Atlántico y la esencia de Lanzarote. Un vino de extraordinaria acidez y una austeridad muy elevada.

Para los amantes del vino excepcional

Verum las Tinadas Airén Cuvée Especial CVC es un vino que trasciende a las añadas para centrarse en el potencial de la airén y demostrar que esta variedad puede competir al más alto nivel en el mundo vinícola. La guía de vinos ABC le ha otorgado 95 puntos, siendo la puntuación más alta para vinos de Castilla-La Mancha en la guía 2025.



Tradición recuperada

Cosme Palacio 1894 es un homenaje a los grandes blancos con barrica de Rioja, una forma de elaboración tradicional que ahora se está recuperando. Un *coupage* de 93% viura y 7% malvasía, y una crianza sobre lías y barricas de roble francés durante aproximadamente 12 meses dan como resultado un blanco complejo, muy elegante y de gran personalidad.



Fresco, afrutado y vibrante

Adegas Galegas ya tiene lista la nueva añada 2024 de D. Pedro Neve, un albariño 100% de la subzona de O Condado, en la D.O. Rías Baixas. Este vino, que llega al mercado solo dos meses después de su vendimia, destaca por su frescura, estilo afrutado y carácter vibrante. Además, su nueva imagen combina elegancia y misterio.

Gabi Orte



De producción limitada

La Pastoriza 2022 de Pazo de la Cuesta, la bodega familiar más antigua de Galicia, está elaborado mayoritariamente con godello procedente de cepas de 40 años, con un pequeño aporte de albariño y treixadura. En boca es untuoso pero fresco y mineral, con final amargo. Producción limitada de 1.987 botellas.



El naranja está de moda

Veterum Orange de Coviñas, Medalla de Oro en Asia Wine Trophy, es un monovarietal excepcional elaborado con macabeo de viñas viejas. Destaca por su color ámbar resultado de una elaboración tradicional sin extracción previa, método que también le confiere una complejidad poco común en los vinos blancos, ofreciendo un perfil suave, equilibrado y ligeramente dulce.

GALICIA EN LA COPA

El albariño con D.O. Rías Baixas Dona Luci, de la bodega Vía Atlántica (ViniGalicia), ha obtenido 93 puntos de la Guía Gourmets. Destaca por sus aromas intensos a frutas tropicales y un sutil fondo cítrico. En boca, es fresco, equilibrado y de final largo, lo que lo convierte en la elección ideal para acompañar aperitivos, mariscos y sushi.





Elegante y exquisito

Salgüero Rosado es un *coupage* de tempranillo, merlot y albillo mayor, y cuenta con el Premio Alimentos de España al Mejor Rosado 2024. Un vino con una crianza larguísima para un rosado, 27 meses. Su nariz sofisticada y un paso por boca cremoso con un punto licoroso lo hacen infinito en matices y sensaciones.



Edición 40 aniversario

Salvatge Brut Edición 40 Aniversario es un nuevo espumoso de edición limitada a 1984 botellas con las que la bodega Nadal celebra los 40 años del primer Salvatge Brut, uno de sus corpinnats más emblemáticos. Destaca su persistencia y excelente frescor en boca.



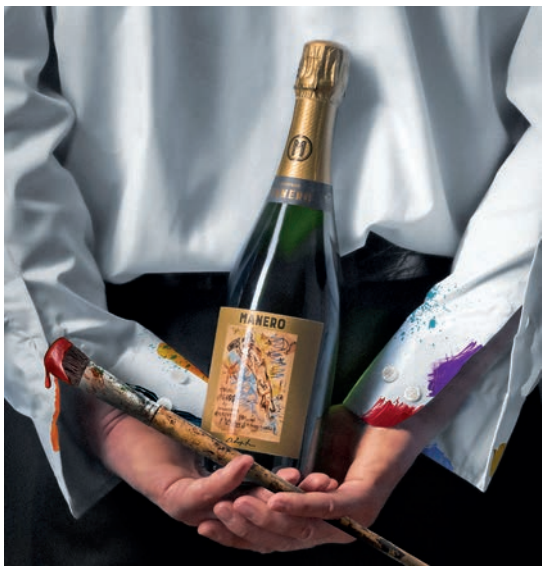
Delicado y profundo

Sumarroca Brut Reserva Rosé 2021, elaborado con pinot noir y macabeo, es un cava de de elevada intensidad, con notas elegantes de fruta roja como fresas combinadas con notas florales. En boca es afrutado y untuoso, con un final delicado. Galardonado con el Best in Class als Champagne & Sparkling Wine World Championships (CSWWC) 2024.



Experiencia sensorial inolvidable

La Maison de champagne Louis Roederer, lanza en España de la mano de Primeras Marcas su nuevo y esperado Collection 245. Este champagne combina una cuidada selección de los mejores vinos de la cosecha 2020. Cada sorbo ofrece una experiencia sensorial inolvidable con notas vibrantes de frutas maduras, cítricos y sutiles toques almendrados.



DISEÑADO POR UN ARTISTA

El artista multidisciplinar Domingo Zapata se ha aliado con Manero para diseñar su champagne de marca propia. El champagne Manero Domingo Zapata es un exclusivo vino espumoso francés 100% chardonnay que esconde aromas frescos y festivos, destacando notas de cítricos y pastelería. Es ideal para acompañar desde el aperitivo hasta el postre.

MEZCAL CON TOQUES CÍTRICOS



Santo Gusano, el premiado mezcal del compositor y cantante mexicano Carlos Rivera, ha llegado a España. Es un mezcal de producción artesanal con toques cítricos que lo hacen diferente y sumamente suave. Su nombre alude al gusano blanco que nace en el maguey y sube por sus pencas hasta convertirse en mariposa y emprender el vuelo como un "Santo" que sube al cielo.



Arte y tradición

Carlos I, el reconocido brandy Solera Gran Reserva, colabora con el artista español Felipao para dar vida a una edición limitada. Este diseño exclusivo no solo alberga un líquido de excelencia, sino que se convierte en un lienzo en el que está presente la icónica menina del artista.



El mejor tequila del mundo

Don Fulano Fuerte se ha llevado el máximo galardón en el San Francisco World Spirits Competitions (SFWSC) 2024, consolidando así su posición como una botella asequible pero a la vez muy codiciada. Los jueces lo describieron como "un tequila sorprendente, con notas de agave y pimienta negra, seguido de un explosivo final de cítricos y canela".



Una obra maestra

Bushmills 25 Años es una obra maestra con intensos aromas a miel y madera tostada. En boca, destacan las cerezas caramelizadas, ciruelas y moras, que evolucionan hacia notas de chocolate negro y especias dulces. Su final cálido y especiado hacen de este whisky un deleite excepcional.

Para los amantes de la moda y la coctelería



Martin Miller's Gin –que se elabora con agua de Islandia– ha creado un pack de regalo de la mano de su embajador Andrés Velencoso, que reinterpreta otro de los símbolos de Islandia: el Lopapeysa, un término que da nombre a un jersey tradicional islandés.



JOSÉ PIZARRO
ofrece una experiencia de lujo

Virgin limited edition y Leblanq se alían para crear experiencias de lujo con leyendas del mundo del ciclismo y la gastronomía. La primera tendrá lugar en Son Bunyola Hotel & Villas del 27 al 30 de marzo y contará con exquisitos menús gastronómicos creados por José Pizarro, el único chef español condecorado con la Cruz Oficial de la Orden Isabel La Católica y elegido en 2017 como una de las 100 personas más influyentes del Reino Unido.

BEGOÑA RODRIGO
premiada por su compromiso verde



La chef del restaurante La Salita en Valencia se ha llevado el premio We're Smart *Lady Chef of the Year* en los premios We're Smart Awards 2024 "por su enfoque innovador de los platos vegetales. Tiene una forma única de resaltar los sabores y texturas de las verduras, haciéndolas no solo saludables sino también excepcionalmente sabrosas. Incluso ha desarrollado su propia selección de charcutería vegetal. Además, su cocina se centra fuertemente en la sostenibilidad".

KIKO MOYA
lidera el restaurante de moda



Sinestesia, ubicado en el Centro Comercial Caleido de Madrid, es el restaurante de moda por su originalidad. El chef Kiko Moya ofrece una experiencia gastronómica inmersiva que sumerge al comensal en un viaje multisensorial con una propuesta gastronómica hecha específicamente para dar respuesta a la pregunta "¿A qué saben los colores?".

VICKY SEVILLA
presenta dos nuevos cavas

La histórica bodega Segura Viudas ha lanzado los nuevos cavas Brut Reserva 2022 y Rosé Vintage 2022 de la mano de la chef y embajadora de la marca Vicky Sevilla. La filosofía de trabajo de la prestigiosa chef con estrella Michelin y propietaria del restaurante Arrels de Sagunto (Valencia), se alinea con los valores de sostenibilidad, autenticidad y respeto a la tradición de la bodega del Penedès.





Platos para el recuerdo

Coincidiendo con la aparición en el mercado de las guías gastronómicas que puntúan a los supuestamente mejores cocineros, llega a mis manos una novela que podríamos llamar gastronómica, de lo más recomendable: *Los misterios de la taberna Kamogawa*, de Hisashi Kashiwai.

JustSpices



Ambos tipos de publicaciones son diametralmente opuestos. Las primeras hablan de los mejores al mismo tiempo que les colocan una fecha de caducidad porque, de inmediato, se anuncia una próxima selección, la siguiente guía, en la que se ajustarán las cuentas de unos y otros y, el que era genial, perderá parte de una grandeza que recuperará otro chef menos conocido. En general la descripción de platos concretos brilla por su ausencia, cayendo el equipo de redactores en los pecados habituales de la literatura gastronómica actual: concepto minimalista, producto de proximidad, mediterráneo…

En la literaria taberna, el proyecto va por otro lado: trata de un cocinero detective (ha sido las dos cosas), capaz de recuperar platos que han quedado en el binomio mente-paladar de una manera imborrable. Adentrándose en la cultura japonesa, Kashiwai entra en acción a partir de un estofado de ternera único, o un sushi de caballa que un viejo político comió a los ocho años. No se olvida de los Tonkatsu, atreviéndose incluso con los spaghetti napolitanos. Sobre este trabajo de recuperación, o de fina memoria del gusto, valga esta definición del señor Iwakura: "Lo primero que me viene a la mente cada vez que pienso en aquel sushi es la palabra felicidad, pero seguro que eso es demasiado abstracto. Sí recuerdo que el arroz era de color amarillo".

Intenten repetir este juego japonés. El resultado es de lo más sorprendente. Pregunto a un amigo que se mueve sobre la cuarentena y me cuenta que le gustaría repetir una sencilla tortilla de patatas hecha en un fuego de leña, situada la negrísima sartén sobre unas trébedes. Escenario: la Sierra de Outes. Pienso en conversaciones con Néstor Luján, un caballero que había comido como Dios, y recupero algunas de sus referencias. No falta el *canard au sang* de La Tour d'Argent, un clásico tan clásico como la *lievre à la Royale*, del Grand Véfour parisino, más otro del que puedo dar fe de divinidad: la *lubina a la pimienta verde*, plato que me descubrió el talento del señor Pedro Subijana.

> "UN AMIGO ME CUENTA QUE LE GUSTARÍA REPETIR UNA SENCILLA TORTILLA DE PATATAS HECHA EN UN FUEGO DE LEÑA"

Para seguir este discurso sería indispensable encontrar un chef detective con una capacidad culinaria fuera de medida. Tendría que tener la humildad de no querer mostrar lo mucho que sabe, sino la capacidad de adentrarse en nuestros recuerdos. Sentimientos no obligadamente ligados a la infancia. O sí (ya saben que me gustan las contradicciones) porque, en mi caso, algunos sí son de esa época: un *cap i pota* con pepinillos en vinagre, cebolletas encurtidas dulces y alcaparras, servido frío y elaborado por la señora Panten, una alemana perdida en una Barcelona ya inexistente. También regresa a mi espíritu la imagen unida al sabor de una *tête de bœuf* con salsa bigarade impresionante que cocinaban en Quo Vadis. Una joya con la que regreso a la taberna Kamogawa pensando en determinados vinos que acompañaron esas y otras fiestas, ¡Dios mío!, un Riesling Frédéric Emile disfrutado a pie de la bodega Trimbach. Prefiero no añadir más niebla a mis recuerdos porque, más que un detective cocinero, precisaría toda una división de policía. Ironías al margen, ¿hay alguien por ahí capaz de elaborar con los medios de hoy en día un timbal de macarrones en toda su complejísima sencillez? Lo comí en Milán, señor detective.❋

Sabores mediterráneos con estilo contemporáneo



Florentine –que aúna tradición e innovación– transporta a los comensales desde Marbella al corazón de Italia a través de un menú diseñado para compartir, como si se tratara de una auténtica comida familiar italiana. La cuidada carta ofrece desde antipasti y pizzas napolitanas hasta pasta artesanal, como la emblemática Santa Carbonara, servida directamente de una rueda de 10 kilos de queso Pecorino.

FLORENTINE MARBELLA
Forum Marbella
BV Príncipe Alfonso Hohenlohe, 7 · 29602 Marbella (Málaga)
Tel.: 952 349 100
www.forum.es/es/restaurants/florentine

Nueva pizzería y vinatería



La Macanuda es una nueva pizzería y vinatería donde degustar las que probablemente sean de las mejores pizzas napolitanas de la capital con unas materias primas de altísima calidad y donde la masa es la auténtica protagonista. Ofrece una carta de vinos naturales y biológicos de España e Italia, que además de degustarse in situ, se pueden adquirir.

LA MACANUDA
Maudes, 43
28003 Madrid
Tel.: 669 874 470
www.lamacanudapizza.es

Lo mejor de la vanguardia peruana

Mikuna es un vocablo quechua que significa alimento para el cuerpo y para el alma y es también el nombre del restaurante del chef Luis de los Ríos, que acaba de cumplir 5 años en la capital. Cada plato de la carta combina tradiciones e ingredientes de diversas culturas, reflejando la habilidad del chef para fusionar sabores de manera innovadora.

MIKUNA Galileo, 56 · 28015 Madrid
Tel.: 916 059 031
www.restaurantemikuna.com





EXCLUSIVO BUFFET JAPONÉS

En su décimo aniversario, el restaurante Fuku, reconocido por su auténtica cocina japonesa y el ambiente exclusivo, añade a su oferta habitual un innovador buffet a la carta, pensado para aquellos que desean explorar lo mejor de la gastronomía japonesa en un formato exclusivo, sofisticado y accesible.

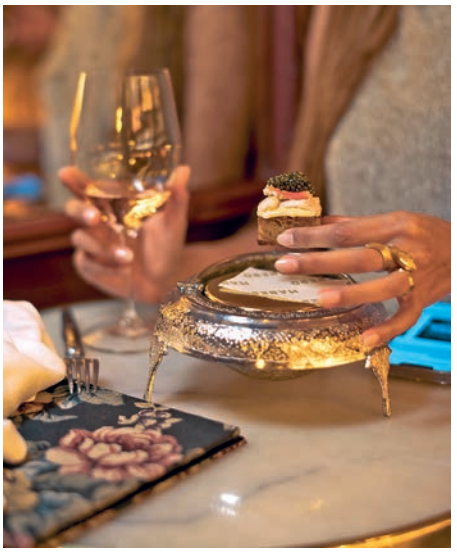
FUKU
C. del Marqués de Villamejor, 8
28006 Madrid
Tel.: 917 816 316
www.fukurestaurantejapones.com



EXPERIENCIA NOVEDOSA

La familia Manero se expande. Por fin ha abierto sus puertas en Madrid el esperado nuevo *flagship* de la marca alicantina creada con vocación nacional e internacional. Este nuevo local está llamado a convertirse en el imponente buque insignia de la marca Manero en Madrid, que ya cuenta con otros tres exitosos establecimientos entre Alicante y la capital. Manero Marqués de Cubas propone una experiencia totalmente novedosa en un espectacular espacio sin precedentes en la ciudad. Dispone de tres zonas: una gran área de barra y cocktail-bar, puro Bar Manero; un espectacular restaurante planteado como un bistró y caviar-bar mediterráneo e internacional; y un espacio Club Manero Dom Pérignon con barra, privados y hasta un karaoke.

El espacio, de casi 450 m², viene dispuesto a revolucionar la escena madrileña con un concepto único en el que entrar de día y salir de madrugada y donde puedes gastar desde 50€ a 500€.



MANERO MARQUÉS DE CUBAS
Marqués de Cubas, 14
28014 Madrid
Tel.: 910 550 622
www.barmanero.es

Cocina japonesa con alma mexicana

Con una propuesta de alta cocina japonesa con acentos de la cocina mexicana, promete convertirse en uno de los restaurantes de moda en Madrid. Además, la decoración ha sido cuidadosamente seleccionada para lograr una fusión armoniosa entre elementos de ambas culturas.

LI-ONNA Recoletos, 1 · 28001 Madrid · Tel.: 910 463 911 · www.lionna.es



Platos invernales divertidos



Este invierno el chef Andrés Benítez ha creado una nueva carta para lograr que la estación más fría del año siga siendo divertida, sorprendente y de lo más sexy con los vegetales como protagonistas. El caldo de verduras agripicante sirve de preámbulo a un auténtico desfile de creaciones únicas como el Boniato con relleno de setas y crema ligera de espinacas.

BOTÀNIC
Forn de la Glòria, 14
07012 Palma de Mallorca
(Illes Balears)
Tel.: 971 750 550
www.eatbotanic.com

EL PATIO



Cocina y diseño en el centro de Granada

En el corazón de Palacio Gran Vía, a Royal Hidaway Hotel emerge El Patio, un espacio gastronómico que se erige como un templo para los amantes de la buena mesa y la tradición. Su propuesta destaca por la fusión de la alta cocina mediterránea con influencias internacionales. Destacan platos como los lingotes de foie micuit, el recorrido andalusí o la ensalada Caprese.

Palacio Gran Vía, a Royal Hidaway Hotel
www.barcelo.com

LE PETIT CHEF



Una experiencia gastronómica muy especial

Le Petit Chef es una experiencia gastronómica única con teatro inmersivo, que puede disfrutarse en el restaurante Terrum del hotel Hyatt Regency Barcelona Tower. Mediante proyecciones en 3D, los comensales podrán ver como un "pequeño chef virtual" se convierte en el protagonista de una cena muy especial, que arranca con un cóctel de bienvenida y 3 opciones de menú para elegir.

Hyatt Regency Barcelona Tower
www.hyatt.com

QUIRAT



Nuevos menús degustación

Quirat, el restaurante insignia del Intercontinental Barcelona, con una estrella Michelin, cuenta con dos menús de temporada, el 18K y el 24K. Diseñados por el chef Víctor Torres, capturan la esencia de la temporada con una propuesta gastronómica que refleja tanto la estacionalidad como la riqueza de la tradición culinaria catalana. Entre los ingredientes que protagonizan esta nueva propuesta destacan las angulas y una versión personal del clásico catalán 'Cap i Pota'.

InterContinental Barcelona
https://barcelona.intercontinental.com/es/

LEÑA

El *steakhouse* de Dani García llega a Barcelona

El primer restaurante de Dani García en la Ciudad Condal ha abierto sus puertas en el hotel Grand Hyatt Barcelona. Su propuesta gastronómica celebra el universo del fuego y reivindica el concepto de *steakhouse* con guiños al recetario catalán.







Las brasas de Leña se encendieron por primera vez en Marbella (Málaga), ciudad natal del chef Dani García, uniéndose más tarde los locales de Madrid y Dubai. Ahora es el turno de Barcelona. Dani García afrima: "Queremos que Leña arda en Barcelona. Me encanta estar en esta ciudad tan especial, que me apasiona y me gusta tanto".

El concepto de este nuevo Leña gira –como en sus locales hermanos– en torno al fuego y la brasa. La carne –hay hasta siete cortes distintos expuestos en una vitrina– y sus diferentes modos de prepararla son los protagonistas, junto con los mejores productos, afinadas técnicas y en este caso, guiños a la tradición gastronómica catalana.

No solo carne

La Burger que le dio sentido a todo (con su icónica salsa bull®, pan pretzel y queso havarty, versión de la burger servida en Dani García Restaurante 3* Michelin en 2019), el Steak tartar con foie, los famosos Yakipinchos o el Pretzel de ternera ahumada son algunos de los *hits* de Leña. Pero estamos ante un restaurante diseñado para satisfacer todos los gustos y a todos los públicos, por eso, su extensa carta incluye una amplia variedad de platos a base de vegetales como el puerro confitado asado al carbón o el aguacate de Málaga a la brasa. También encontramos recetas clásicas ejecutadas con alta precisión, además de platos de inspiración internacional con influencias de Líbano, Italia, México, Japón y Austria. Y para rematar, dulces que generan adicción como la famosa Tarta di Rose acompañada de helado de mantequilla tostada.

Guiños a la cocina catalana

La carta de Leña Barcelona también incluye guiños a la cocina catalana con platos como canelones de pollo asado; la visión de Dani García del Mar y Montaña con Ventresca de atún a la parrilla y tuétano a la brasa; las croquetas de Butifarra de Perol y un pan con tomate al fuego. Todos ellos rinden homenaje a una región que Dani adora desde hace más de veinticinco años: "Me gusta esa sensación de sentirnos cerca del sitio en el que estamos y tener en cuenta su producto y su recetario", afirma.❋

LEÑA
Grand Hyatt Barcelona
Pl. de Pius XII, 4 · 08028 Barcelona · Tel.: 930 475 990
www.grupodanigarcia.com/lena/barcelona/



TENDENCIAS de consumo en vinos para 2025



Freepik

Varias plataformas y empresas especializadas en la industria del vino han analizado las tendencias emergentes en materia de consumo y también se han publicado estudios que reflejan la opinión de expertos del sector. Todos apuntan hacia temas como la sostenibilidad, la baja graduación o la búsqueda del valor añadido. Y es que el mundo vitivinícola evoluciona al ritmo de los consumidores cada vez más conscientes, exigentes, comprometidos y con mayor conocimiento del producto.

Bodegas Montecillo



El análisis en profundidad de las tendencias que están al llegar identifica desde las implicaciones de la revolución tecnológica, hasta los cambios que liderarán los propios consumidores.

Todas estas tendencias impactarán en los planes de marketing de las compañías. Para tener éxito en este 2025, las bodegas y las empresas, en general, deberán anticiparse a estas tendencias y adaptar sus estrategias si quieren conquistar al nuevo consumidor, que será más senior, multicanal y protagonista. En definitiva, evolución y cambio continúo donde los paradigmas están constantemente siendo revisados.



La opinión de expertos a nivel mundial

¿Qué se espera del negocio del vino a nivel mundial en 2025? ¿Cuáles son las tendencias que marcarán el año? Para acercarnos a estas respuestas, es relevante analizar las opiniones relevadas por *The 2024 Golden Vines Report*, que cubre el período 2024 y las predicciones para 2025 y se basa en las respuestas recibidas de 1.200 actores líderes del mercado mundial

Freepik





de vinos finos y licores raros, incluidos 68 Masters of Wine, 29 Master Sommeliers, 160 Advanced Sommeliers, 48 poseedores de diplomas ASI y 301 poseedores de calificaciones DipWSET. Los colaboradores incluyeron 397 sumilleres y profesionales del vino que trabajan en restaurantes de primera clase del mundo.

De cara al 2025, cuando se les preguntó sobre las tendencias y expectativas para el mercado del vino, los encuestados mencionaron las siguientes tendencias clave que detallamos a continuación.

Demanda creciente de vinos finos en todo el mundo, como resultado de la continua reposición de existencias por parte de restaurantes y bares; crecimiento del consumo y el gasto respaldado por los ahorros acumulados por aquellos con mayores ingresos disponibles; tendencia general de mayor gasto por botella de vino y mayor consumo de vino en general. Se espera una propagación mundial del "virus del vino": un interés profundo, intelectual y pasional por la cultura del vino, con mayores niveles de consumo de vino en el hogar, que ahora están arraigados entre los conocedores más jóvenes y los que se han incorporado recientemente. Y se espera mayores niveles de apreciación del vino, la comida, las relaciones y los momentos compartidos alentados por los aspectos experienciales del consumo de vino de calidad. Los consumidores consultados admiten tener un mayor conocimiento y experiencia de los vinos ecológicos, como resultado de un mayor interés en este tipo de vinos a nivel mundial; deseo de experiencia y aventura. Admiten también un creciente apetito por una vida saludable y un bienestar consciente. Y destacan un número creciente de sumilleres calificados, consultores y educadores de vinos ecológicos con una mayor disponibilidad de oportunidades para aprender en casa, como cursos en línea, así como un interés general cada vez mayor en la educación sobre el vino en todo el mundo.

En los consumidores de vinos del mundo destaca el nivel de interés sin precedentes en los vinos creados por una nueva generación de productores que utilizan nuevas prácticas, como los vinos nuevos artesanales, locales, de un solo viñedo de regiones menos conocidas y en ascenso, incluidos los del Nuevo Mundo, elaborados por viticultores más jóvenes que respetan las tradiciones del "lugar". Vinos nuevos producidos a partir de variedades de uva autóctonas que son más ligeros, más frescos, contienen menos alcohol, calorías, roble nuevo y taninos y pueden caracterizarse como más afrutados, frescos y elegantes. Esto incluye vinos orgánicos, naturales, biodinámicos y naranjas producidos con prácticas agrícolas éticas transparentes, sostenibles y respetuosas con el medio ambiente y con baja huella de carbono, como envases alternativos. Estos vinos, especialmente si se comercializan con una historia notable, son particularmente populares entre los bebedores más jóvenes de la 'generación millennial' que continúan ingresando al segmento de los vinos nuevos a un ritmo sin precedentes.

Finalmente, otra tendencia detectada es el creciente interés por los vinos blancos "alternativos", como los vinos blancos con bajo contenido de alcohol o sin alcohol. Esa es una tendencia relativamente nueva pero muy clara identificada por los encuestados.

Bodegas Ramón Bilbao



Los vinos blancos continúan en ascenso

Existe una tendencia de consumo apreciable ya en los últimos años que apunta a una predominancia en la demanda de vinos blancos con respecto a los tintos, hasta hace poco los vinos más demandados, y esta tendencia parece que va en ascenso. Así lo explicaba nuestro colaborador Miquel Sen en su artículo del mes de noviembre titulado *¿Están sentenciados los tintos?* en el que apuntaba como una de las razones de esta preferencia el cambio climático, que conlleva la subida de las temperaturas y por consiguiente que apetezcan vinos más frescos como los blancos. También en nuestra visita a la D.O. Monterrei, varios bodegueros nos explicaron en primera persona que habían empezado a plantar más cepas de uvas blancas en lugares donde hasta la fecha solo había planadas variedades tintas. Es solo la punta del iceberg, extrapolable a otras zonas de España. Y es que el largo reinado del vino tinto podría haber terminado oficialmente.

La gente busca comer más ligero y estos hábitos se están trasladando a la bebida, lo que favorece el consumo de vinos blancos con respecto a tintos. No estamos diciendo que en 2025 los restaurantes enfoquen sus cartas solo en los blancos, pero lo que está claro es que el consumo de vino blanco seguirá creciendo.

El papel de las mujeres

¿Estamos seguros de que las mujeres siguen queriendo vinos blancos, rosados y dulces fáciles de beber? De hecho, el 46% de las mujeres prefieren los tintos, según la asociación española de mujeres del vino AMAVI. Además de romper clichés en torno al consumo de vino de las mujeres, la industria vitivinícola internacional dará voz activamente al creciente número de directoras ejecutivas y gerentes que lideran el cambio hacia un liderazgo femenino en las bodegas de todo el mundo. Y es que hay que tener muy en cuneta el papel de las mujeres no solo como consumidoras de vino, sino también como profesionales del sector.

Freepik





En España se detectan 5 tendencias clave

Varios estudios y encuestas coinciden en cinco puntos clave: Calidad sobre cantidad, menor graduación alcohólica, sostenibilidad, experiencias personalizadas y aumento del consumo de los vinos de alta gama en casa. Vamos a desarrollar estos puntos.

1 Calidad sobre cantidad: la búsqueda de la excelencia. La desaceleración económica ha provocado un cambio en las preferencias de los consumidores. Cada vez más, las personas optan por menos cantidad y más calidad. En lugar de comprar en volumen, los consumidores ahora buscan vinos de alta gama que ofrezcan una experiencia excepcional. Esta tendencia supone una apuesta por experiencias sensoriales auténticas y memorables. De ahí que busquen sobre todo vinos de origen controlado, vinificaciones artesanales y ediciones limitadas que reflejen la esencia del *terroir*.

2 Vinos de baja graduación o nula graduación: Una preferencia en aumento. La conciencia sobre la salud y el consumo responsable sigue en aumento, y con ello, la demanda de vinos con menor graduación alcohólica. Especialmente entre las nuevas generaciones, los vinos ligeros y frescos están ganando terreno, equilibrando placer con bienestar.

3 Sostenibilidad y ética: compromiso con el medio ambiente. Los consumidores son cada vez más conscientes de su impacto en el medio ambiente, y esto se refleja en sus elecciones de compra. En 2025, la sostenibilidad seguirá siendo clave en el mundo del vino. Y es que más que una tendencia, la sostenibilidad es una exigencia de los tiempos actuales. De ahí que se defiendan las prácticas agrícolas ecológicas y un *packaging* reciclable en favor de la reducción de la huella de carbono. Las bodegas se inclinarán más hacia los viñedos orgánicos y las prácticas biodinámicas.
Y es que los consumidores cada vez más buscan vinos 'ecoamigables', de productores que emplean prácticas respetuosas con el medio ambiente. Al elegir estos vinos, los consumidores no solo disfrutan de una copa exquisita, sino que también contribuyen a un mundo más verde.

4 Experiencias personalizadas en restaurantes y tiendas especializadas. En un mercado donde el consumidor busca más que una simple compra, la experiencia se con-

Ruta del Vino Rioja Alavesa



vierte en un factor diferenciador. Los consumidores que visitan tiendas especializadas y restaurantes esperan un servicio de excelencia y un conocimiento profundo sobre los vinos que compran.

Tiendas y restaurantes deberán impulsar aún más la personalización y el conocimiento experto para marcar la diferencia y fidelizar clientes en un mercado tan competitivo. En este sentido, resultan alternativas atractivas las degustaciones guiadas, la posibilidad de aprender sobre el origen de cada vino y la atención personalizada.

5 Vinos premium en casa. Otra tendencia notable es el aumento en el consumo de vinos premium en el hogar. Las personas están eligiendo disfrutar de vinos de alta gama en sus propios espacios, convirtiendo cada cena en una ocasión especial.

El consumo de vinos premium en casa se ha intensificado en los últimos años, y 2025 no será excepción. Y es que las cenas en la intimidad del hogar cada vez se toman más en serio la elección de los productos que se ponen sobre la mesa tanto en calidad como estética. Nada mejor para acompañar una buena comida que los vinos de alta gama. Así, son muy demandadas las ediciones limitadas y los vinos de autor en busca de exclusividad. Los nuevos aires que trae la industria vitivinícola no solo reflejan las preferencias de una nueva generación de consumidores, sino también su capacidad de adaptarse a un mundo que demanda responsabilidad, calidad y un respeto genuino por cada copa servida.

¿Sabes qué es el “zebra striping”?

Este término acuñado en Reino Unido alude a la alternación entre bebidas alcohólicas y no alcohólicas en la misma ocasión, lo que está revolucionando la experiencia social en bares y restaurantes.

Pero lejos de suponer una amenaza para el sector del vino y las bebidas espirituosas, la creciente inclinación a la moderación brinda oportunidades para las marcas, ya que muchas están explorando este nuevo nicho de mercado que está en plena expansión.

5 TENDENCIAS de mercado que transformarán el consumo y en las que el sector del vino estará presente



1 La tecnología será la protagonista y omnipresente: En solo un lustro el consumo será mayoritariamente digital. La crisis provocada por el Covid aceleró las compras por internet, gracias a las facilidades del e-commerce que muchas bodegas tienen ya implementadas.

2 Desaparecen los gastos básicos: Los consumidores no sólo pierden fidelidad a las marcas, sino que también lo hacen a las tipologías de productos que se consideraban como básicas o esenciales en favor de otras que les ofrezcan mayor satisfacción. Un estudio reciente destacada que el 58% de los hogares dice ya "ahorrar para lo que quiere", lo que significa que están dispuestos a sacrificar unas compras, para poder realizar otras que le aporten más valor-satisfacción de compra.

3 La clave está en ser diferentes en algún aspecto: La innovación seguirá siendo clave para que las marcas puedan crecer. Ante un mercado cada vez más competitivo, las bodegas deberán ofrecer soluciones innovadoras para diferenciarse. El 37% de las marcas de gran consumo que más han crecido el último año utilizan la innovación como herramienta clave. Y el 90% de estas innovaciones han sido exitosas.

4 El consumidor preferirá lo más cercano: Paradójicamente, un mundo globalizado y tecnológico favorece a las pequeñas firmas y marcas locales, pero de gran consumo, que ya están creciendo un 50% más que las globales, contribuyendo a un 72% del crecimiento del mercado español.
Las compañías multinacionales tendrán que parecer locales para tener mayor éxito y adaptar su oferta a las demandas de cada comunidad o región para conectar con los consumidores. Además, los consumidores están cada vez más concienciados con todo el tema medioambiental y del cambio climático, por ello, serán tendencia los vinos más respetuosos con el entorno (ecológicos, biodinámicos, veganos…), los de proximidad, las variedades autóctonas, vinos artesanos, entro otras tendencias que se mantendrán en los próximos años.





5 Los mayores de 55 años en 2025 serán tecnológicos: En 2025, el 37% de la población tendrá más de 55 años. Los seniors del año 2025 son los treintañeros en la llegada del nuevo milenio. La mayoría tendrán amplios conocimientos tecnológicos en el año 2025 y más calidad de vida, además de más tiempo libre y más capacidad adquisitiva, por lo que las empresas deberán considerarlo como un público clave en las estrategias de su compañía, afectando a los planes de innovación y marketing.

Ruta del Vino Rioja Alavesa



4 TENDENCIAS en función de 3 tipos de CONSUMIDORES

La firma productora de envases de vidrio Verallia ha presentado un estudio de las tendencias de consumo vinos y bebidas que en esta ocasión ha realizado la agencia barcelonesa Morillas. Para este 2025 el estudio destaca cuatro tendencias globales a través de la mirada de tres perfiles de consumidores diferentes, que están moldeando los nuevos horizontes del mercado.

3 TIPOS DE CONSUMIDORES:

1 Los eco-activistas: Preocupados por los desafíos ambientales, prefieren las marcas comprometidas con la sostenibilidad (producción local, *packaging* reciclable, etc.).

2 Los consumidores conscientes: Con prioridades centradas en el bienestar, buscan bebidas que estén en armonía con sus objetivos de bienestar holístico (bajo contenido en alcohol, infusiones de ingredientes naturales, etc.)

3 Los experiencialistas: En constante búsqueda de nuevas experiencias de degustación únicas y memorables (combinación de sabores atípicos, momento de consumo, etc.).

4 GRANDES TENDENCIAS:

A través de estos perfiles, desde Verallia desvelan cuatro grandes tendencias globales de consumo en vinos y licores, que ilustran las transformaciones iniciadas por estas actividades.

1 El regreso de la ética y la sostenibilidad: Las marcas ahora apuestan por la autenticidad y abrazan la sobriedad del embalaje y sus imperfecciones. Se invierte en circuitos dedicados a la reutilización de botellas, y se utilizan ingredientes no convencionales con el objetivo de respetar los recursos del planeta.



2 Menos alcohol, más bienestar: Ante una fuerte demanda, el mercado de bebidas sin alcohol o con bajo contenido alcohólico prospera, con sabores complejos, ingredientes funcionales y presentaciones premium llenas de vitalidad.

3 Experiencias a medida: A través de sabores inéditos, las fronteras entre diferentes tipos de alcohol se difuminan con el avance de los *ready to drink* (RTD), mezclas de zumos con licores de bajo contenido alcohólico y los cócteles a base de vino, entre otros. Las marcas también se apoyan en el *packaging* para maximizar la experiencia del consumidor y estimular los nuevos sabores a través de botellas diseñadas para consumos individuales.

4 La búsqueda del valor añadido: Se pone énfasis en la estética y el diseño sensorial para crear experiencias de lujo auténticas, adoptando una estética minimalista, de lujo silencioso o inspirada en el mundo virtual. Esta búsqueda del valor añadido también se traduce en el auge de las ediciones limitadas y los licores de autor.✳

NOS APUNTAMOS AL *DRY JANUARY*

Vinos y destilados **sin alcohol**



Tras las fiestas, cada vez más gente se une al 'Dry January', el reto anual que anima a las personas a abstenerse de consumir alcohol durante todo el mes de enero para promover un estilo de vida saludable. Más allá de este reto, lo cierto es que existe una tendencia creciente hacia el consumo de productos sin alcohol que está calando también entre los jóvenes, que no tienen problemas en disfrutar sin complejos de una buena copa sin alcohol.

OIVE



Hasta hace bien poco, las personas que no bebían alcohol eran vistas como "bichos raros", incluso se decía que eran personas de la que se debía desconfiar. El refranero español esta plagado de referencias en ese sentido. Otro ejemplo es que ir a un restaurante con estrella Michelin y no pedir el menú con maridaje es visto por algunos casi como un sacrilegio cuando hay quien piensa que debería ser al contrario, por ejemplo, Ferran Adrià. El famoso chef, cuando instauró el menú degustación en elBulli llegó a afirmar que el mejor maridaje para sus platos era el agua y también, a lo largo de su andadura al frente de ese restaurante, animó a su equipo a investigar y a crear bebidas sin alcohol que ofrecer a una parte cada vez más creciente de su clientela.

Las razones

Las personas que no beben alcohol aún se ven en muchas ocasiones obligadas a justificar el por qué de su abstinencia y esa razón no tiene por qué ser que ahora sean ex-alcohólicos, algunos no han bebido jamás. Las razones pueden ser muchas: por prescripción médica, embarazo o lactancia, dietas bajas en calorías, creencias religiosas o, puntualmente, porque hay que ponerse al volante, continuar con la jornada laboral o ir a entrenar… hay muchos momentos o periodos vitales en los que las personas no pueden, o no quieren, consumir alcohol. Y también hay gente que simple y llanamente no le gusta el sabor de las bebidas que contienen alcohol y/o sus efectos en el cuerpo. Y es que algunas personas, con solo una copa –y no digamos más de una– sienten dolor de cabeza, sueño, mareo…

Los vinos desalcoholizados y los destilados sin alcohol son por tanto una opción perfecta para un público diverso: desde embarazadas y madres lactantes hasta deportistas, personas con restricciones médicas y cualquier amante del vino que busque una alternativa más ligera o libre de alcohol.

Además, otras de las razones del auge de las bebidas sin alcohol es que en líneas generales nos preocupamos más por nuestra salud, por lo que existe una tendencia creciente hacia la reducción o supresión del consumo de alcohol. Es por eso que no son pocas las bodegas que se afanan en ofrecer vinos desalcoholizados.

Richi Arambarri, CEO de Vintae, destaca que "la búsqueda de un estilo de vida más saludable ha sido una de las tendencias más marcadas en los últimos años, especialmente tras la pandemia. Esto ha impulsado la demanda de vinos

Vinology



con menor graduación alcohólica y menos calorías, una tendencia que, aunque más consolidada en mercados como Estados Unidos y Reino Unido, está tomando fuerza también en España". Y añade: "Para nosotros, el vino desalcoholizado es una apuesta de futuro que estamos liderando con firmeza desde nuestro departamento de I+D, y confiamos en que este tipo de productos seguirán ganando terreno en el mercado nacional e internacional".

Además de Vintae, otras bodegas comercializan vinos sin alcohol como Raimat, Codorníu o Bodega Win Sin Alcohol. Esta última ha sido la primera del mundo capaz de desalcoholizar un vino natural hasta un contenido alcohólico de 0% grados. Se trata de un proceso de elaboración exclusivo desarrollado de manera íntegra en España y anticipándose a la creciente demanda de este tipo de vino, convirtiéndose en un vino sin alcohol, sin azúcares y con certificado vegano. La Bodega Win Sin Alcohol tiene un proceso respetuoso con la materia prima y patentado, que destaca la manera que se separan los aromas y el alcohol del resto de componentes. Así, las propiedades organolépticas se mantienen muy parecidas a las del vino con alcohol, conservando todas sus bondades: polifenoles, antioxidantes y antocianos.



Vintae

Diferencias entre mosto y vino sin alcohol

- **El mosto es el punto de partida para la elaboración de un vino. El vino sin alcohol es el último proceso partiendo del mosto.**
- **Ninguno de los dos tiene alcohol. Un vino sin alcohol puede considerarse así cuando presenta menos de un 1% de contenido alcohólico.**
- **El mosto tiene un alto contenido en azúcares, por lo tanto, es mucho más calórico. Así 100 ml de mosto tienen aproximadamente 61 kilocalorías, mientras que el vino sin alcohol tiene entre 20 y 38 kilocalorías.**
- **El periodo de consumo es diferente. Mientras que un vino sin alcohol una vez abierto hay que consumirlo en 24 horas, una botella de mosto dura varios días.**
- **El mosto es más barato que el vino sin alcohol. Un litro de mosto cuesta alrededor de 2,50 euros, un litro de vino sin alcohol cuesta cerca de 6,50 euros en adelante.**
- **El público al que van dirigidos es completamente diferente. Mientras el mosto se asocia a consumo infantil y de personas mayores, el vino sin alcohol va dirigido a personas que cuidan su dieta, a deportistas, mujeres embarazadas y especialmente a un público que por cuestiones religiosas no puede tomar alcohol.**
- **El mosto es un producto consolidado entre los consumidores mientras que el vino sin alcohol es una novedad.**

El vino desalcoholizado

El vino desalcoholizado se elabora partiendo un vino tradicional, al que se le separa y elimina en etanol mediante un delicado proceso que mantiene los aromas y sabores iniciales, además del resto de elementos beneficiosos para la salud como los polifenoles y antioxidantes. Otra de las ventajas es que, al eliminar el alcohol se va también la mayor carga calórica del vino.

Por tanto, no es lo mismo un mosto que un vino sin alcohol, aunque existe la creencia popular de que son los mismo. El mosto es zumo dulce de uva. Es el producto que se obtiene al exprimir las uvas procedentes de las plantas de la vid. Es un líquido muy aromático y muy dulce que contiene todas las partes de las uvas como la pulpa y las pepitas. Contiene todos los azúcares (que no se han trasformado en alcohol) y es por tanto un zumo que no contiene



Los jóvenes se suman a la tendencia 'sin'

Aunque se suele asociar a la juventud con los "botellones" y al consumo sin medida de alcohol cuando salen de fiesta, lo cierto es que cada vez más jóvenes deciden reducir o incluso suprimir su consumo. Y es que llevar un estilo de vida saludable del que enorgullecerse está calando en este sector de la población, algo a lo que ayudan algunos de sus referentes como la cantante Rosalía. En su última canción "Omega", junto a Ralphie Choo, la artista presume de un estilo de vida cero cero bajo el mensaje: "Ya no bebo, ya no fumo, no consumo y lo presumo".

alcohol. Si esos azúcares los dejamos fermentar obtendríamos el vino.
La secuencia por tanto es la siguiente: del mosto se obtiene el vino. Y a ese vino se le quita el alcohol obteniendo vino sin alcohol. El mosto es la etapa inicial mientras que para conseguir un vino sin alcohol hay que pasar por todos los procesos de vinificación hasta conseguir un vino tradicional y continuar después con los procesos para eliminar el alcohol.

La cata

A nivel organoléptico, los vinos sin alcohol son cada vez más parecidos a los convencionales gracias a los avances tecnológicos, pero también a los enólogos, que suplen los matices que ofrece el alcohol (que aportan cuerpo y dulzor) con un ligero aumento del azúcar residual del vino y, en muchos casos, con el carbónico, que aumenta la sensación de volumen y untuosidad en boca. Es evidente que todavía resultan diferenciables en cata ciega, pero muchos concursos de vinos de ámbito internacional ya incluyen en su reglamento categorías específicas para vinos sin alcohol, como los prestigiosos Berliner Wein Trophy, los Virtus o la International Wine and Spirits Competition. Además, en las últimas fechas, han comenzado a surgir concursos específicos para vinos sin alcohol y de baja graduación, como el The Global Low and No Alcohol Wine Masters

Nuevo proyecto de innovación para elaborar vino desalcoholizado

Con una subvención de más de medio millón de euros, cofinanciados en un 80% por fondos Feader, y cuatro años de duración, se ha puesto en marcha Ubavida, un grupo operativo que investigará técnicas innovadoras para producir vino desalcoholizado con el fin de mejorar el conocimiento técnico que permita al sector ofrecer al consumidor unos productos sin alcohol atractivos y de calidad en línea con las nuevas tendencias de mercado.
España es una potencia en la producción de vino a nivel mundial y la actividad vitivinícola española generó un valor añadido bruto (VAB) que supone el 2,2% del PIB. Sin embargo, el sector se enfrenta a múltiples retos, entre ellos, cambios en las demandas de los consumidores. Según los datos de la Federación Española del Vino (FEV), la mitad de la población española está reduciendo su consumo de alcohol, tendencia que se asemeja a las de otros países. En España, estos cambios están principalmente motivados por la salud y una legislación cada vez más restrictiva respecto al alcohol al volante. Esta situación supone un gran reto, pero también una gran oportunidad.

Barceló Funchal



En coctelería

Siguiendo las tendencias internacionales de consumo líquido, la coctelería baja en alcohol o sin alcohol está ganando mucha popularidad en los últimos años. Los consumidores buscan opciones más saludables, y los bares responden con bebidas sofisticadas y complejas que ofrecen toda la experiencia de un cóctel tradicional, pero con menos o sin alcohol. Esta tendencia refleja el cambio hacia un consumo consciente y responsable, donde la calidad y el sabor se mantienen como prioridades, atrayendo tanto a nuevos públicos como a los más conocedores.

Sin embargo, los vinos sin alcohol escasean debido principalmente a barreras técnicas y legales que actualmente limitan la capacidad de las bodegas para producir estas categorías de producto de gran potencial a futuro.
En este contexto surge el proyecto Ubavida, que involucra a viticultores, tecnólogos, e investigadores. El objetivo del proyecto es optimizar los conocimientos técnicos implicados en la producción de vinos con menor contenido en alcohol —desde la obtención de la uva hasta el proceso de desalcoholización— con el fin de producir vinos con propiedades organolépticas y sensoriales similares a las de sus homólogos alcohólicos. Estos procedimientos se validarán experimentalmente y permitirán mejorar el estado del arte sobre la producción de vinos desalcoholizados de cara a nuevos desarrollos normativos, satisfacer las nuevas demandas de los consumidores, y acceder al mercado en expansión de las bebidas sin alcohol.
Pero la desalcoholización de vinos no es el único objetivo del proyecto, también se plantea definir las prácticas agronómicas y enológicas más adecuadas para la elaboración de vinos con uva de menor contenido en azúcares. Así como identificar las relaciones entre la composición fenólica de los nuevos productos desarrollados y sus efectos sobre la salud en los vinos con alcohol y sin alcohol.
Para llevar a cabo esta iniciativa, se ha creado un equipo multidisciplinar coordinado por la Fundación Empresa Universidad Gallega (FEUGA) y la entidad Bodega Matarromera, S.L. También participan como socios Bodega Win Sin Alcohol, Bodegas Enguera, Bodegas Paco & Lola, el Centro Tecnológico del Vino (VITEC), Instituto de Investigación en Ciencias de la Alimentación (CIAL) del CSIC-UAM través del grupo Biotecnología Enológica Aplicada (BEA), la Plataforma Tecnológica del Vino (PTV), y la Federación Española del Vino (FEV).
El proyecto de innovación se desarrollará en varias comunidades autónomas —Castilla y León, Cataluña, Comunidad Valenciana, Gali-

Destilados sin alcohol

Los destilados sin alcohol también son tendencia, y aunque son todavía un producto relativamente joven en nuestro país, algunos creen que con muchas posibilidades de crecimiento. Las marcas de destilados se están afanando en dar respuesta a la creciente demanda del consumidor que pide alternativas con menor graduación y que se mueve a un consumo más diurno, demanda actualmente solo cubierta parcialmente por la cerveza sin alcohol. Se trata de un mercado en crecimiento, en el que cada vez hay propuestas más interesantes. Eso sí, debemos aclarar que hablar de destilados sin alcohol es de por sí un imposible ya que el propio concepto de destilado implica alcohol. Aun así hay cada vez más casas que están en la búsqueda de sucedáneos de los espirituosos tradicionales que permitan dar esta opción al público.
Según recientes informes de mercado estos 'pseudoespirituosos' los consumen hombres y mujeres por igual. Entre los productos más consumidos se sitúan las "ginebras sin alcohol", ya que es bastante fácil obtener un perfil de sabor semejante al de su equivalente con alcohol, y también algún "bourbon". Los entrecomillamos porque en realidad, según la normativa, no se les puede llamar así para no confundir al consumidor.

Vintae



Durante la lactancia

Hay algunas etapas en la vida en las que, por prescripción médica, algunas personas deben dejar de consumir alcohol. En el caso de las mujeres, hay dos momentos en los que suprimir el consumo de alcohol es obligatorio: el embarazo y la lactancia. Si bien el embarazo solo dura nueve meses, la lactancia se puede alargar hasta los dos años o más, por lo que encontrar bebidas que sustituyan al vino y con las que se disfrute igual se hace indispensable para muchas mujeres, ahí entran en juego los vinos desalcoholizados, de los que cada vez encontramos más opciones.

cia y Comunidad de Madrid— y en diferentes fases. En la primera fase del proyecto se utilizarán diferentes prácticas agrícolas que permitan obtener uvas con baja concentración de azúcar y se estudiarán las condiciones de fermentación adecuadas (microorganismos, enzimas, y nutrientes) para este tipo de uvas. En ambos casos, se buscará la producción de vinos con baja graduación alcohólica que mantengan sus propiedades organolépticas y bioactivas.

En la segunda fase se estudiarán diferentes procesos de desalcoholización en función del tipo de uva y el grado de alcohol del vino de partida. Se optimizarán los procesos de desalcoholización y se monitorizarán compuestos clave del vino para asegurar que los vinos desalcoholizados mantienen todas las propiedades organolépticas y sensoriales respecto a los vinos originales. Se estudiará el uso de nuevas herramientas y aditivos que permitan mantener la estabilidad de los compuestos a lo largo del proceso de fermentación y desalcoholización y se adaptarán en función de la uva y el vino de partida.

En la tercera fase se estudiará en detalle la presencia de compuestos fenólicos bioactivos en los vinos de origen y los desalcoholizados. Esto permitirá identificar relaciones entre la composición fenólica de los nuevos productos desarrollados y sus efectos sobre la salud en de los vinos con alcohol y sin alcohol. Éste es otro de los aspectos innovadores de Ubavida, ya que estos cambios no habían sido estudiados hasta ahora.

Por último, se estudiará la aceptabilidad de los vinos desalcoholizados producidos entre diferentes segmentos de consumidores y se elaborará un informe sobre los perfiles sensoriales y las barreras técnicas y legales en la producción de vinos desalcoholizados que sirvan como referencia a organismos oficiales y reguladores.❋

El vino sin alcohol, a debate

En la cuarta edición de la Barcelona Wine Week, celebrada en la capital catalana en febrero del pasado año y convertida ya en la feria de vinos españoles de referencia, tuvo lugar la ponencia "El alcohol en el vino. Nuevas tendencias, público y oportunidades" donde se debatió sobre la tendencia del vino sin alcohol. Amparo Querol (Coordinadora del proyecto DTWine), Daniel Mettyear (Jefe de investigación de IWSR), Montse Rosell (Enóloga de Familia Torres), Margalida Ripoll Ferrer (periodista), Miguel Ángel Abad Lozano (Responsable de calidad y sostenibilidad de Viñas Familia Gil) y María Sevillano (Directora de Win Sin alcohol) fueron los ponentes. Los representantes de las bodegas expusieron sus experiencias y retos en la categoría sin alcohol. La conclusión es que esta categoría cada año va a mejor y se espera un futuro prometedor.

Vermut
y aperitivos
Pequeño gran placer





Crodino

Aunque el aperitivo surgió con la intención de estimular el apetito antes de la comida, actualmente se ha convertido en un momento para socializar. En la hora del aperitivo hace años que reina el vermut pero otras bebidas también tienen su público, como sangrías, cervezas, vinos espumosos… a los que acompañan las imprescindibles aceitunas, patatas chips, gildas, jamón, conservas premium y todo tipo de tapeo.

Si nos ceñimos a un sentido estricto, el aperitivo es aquella comida ligera que se toma para abrir el apetito antes de la comida principal. Sin embargo, para los españoles es mucho más. Para nosotros el aperitivo es un momento de desconexión, el momento perfecto para estar bajo el sol en una terraza poniéndonos al día con nuestros amigos y ya que estamos, la excusa perfecta para tomarnos un vermut, una sangría, una cerveza o una bebida sin alcohol acompañada de algo para picar.
Y es que disfrutar del aperitivo es una de las costumbres más características y arraigadas en España, de hecho, más de la mitad de los españoles (55%) lo hacen cada fin de semana, lo que ha impulsado la venta de vermut, que ha incrementado su demanda en un 9%.

El momento preferido

Aunque cualquier día es bueno para disfrutar de una de las tradiciones gastronómicas que más nos caracterizan, la falta del tiempo y las prisas por volver al trabajo hace que sea durante el fin de semana cuando realmente disfrutamos de ese momento de ocio que es el aperitivo.
Derivado del latín “aperire”, su significado es “abrir el apetito”, y su finalidad era precisamente esa, despertar el apetito antes de la comida o cena (en Italia es costumbre tomarlo al atardecer, antes de cenar). Sin embargo, ha evolucionado más allá de su función inicial, convirtiéndose en un verdadero ritual social y de disfrute.
En España, el aperitivo se ha establecido como una costumbre en el día a día, conquistando desde los bares de tapas en las ciudades y pueblos hasta las soleadas terrazas de las costas.



Banco de Boquerones

El vermut, el rey del aperitivo

El vermut es una bebida que se presta a una experiencia de consumo social. Es perfecto para disfrutar en una terraza con amigos o familiares, y su versatilidad significa que se puede beber solo o mezclado en cócteles. Se ha convertido en una bebida popular en los bares y restaurantes de toda España, y muchos de estos establecimientos han comenzado a ofrecer una selección de vermuts artesanales en su carta.

Y es que el vermut es el más famoso de los vinos de aperitivo y aunque le van saliendo competidores, sigue siendo el rey, el auténtico protagonista, de muchos y agradables encuentros entorno a una mesa en compañía de unas conservas de calidad o unas simples aceitunas.

Hace unos años que el vermut –tanto la bebida como el sinónimo del momento del aperitivo– regresó con fuerza para quedarse. Nuestros abuelos lo tomaban y los 'hipsters' lo recuperaron. Lo 'viejuno' o 'vintage' empezó a ponerse de moda y el vermut fue una de esas cosas que se rescataron, pasando de ser algo anticuado a ser 'cool'. El origen de este resurgir tiene que ver, entre otros factores, por una tendencia a valorar los productos artesanales y de alta calidad.

En los últimos 5 años su consumo viene creciendo e incorpora nuevos consumidores.

Otro dato a destacar, que da muestra de este auge, es que en los últimos 12 años se crearon unas 100 marcas nuevas en todo el mundo.

Anualmente se consumen en España entre 25 y 30 millones de litros de vermut. Su momento habitual de consumo se estima en hostelería y en el hogar, básicamente a la hora del aperitivo.

Según estimaciones del Ministerio de Agricultura, anualmente se destinan a la produc-

¿Cómo tomar el vermut?

- **Vermut puro.** **Es decir, tomar el vermut sin ningún tipo de añadido para degustar en profundidad su sabor. Lo ideal es beberlo a una temperatura lo suficientemente fría para ver si nos agrada o no, identificando si se trata de un gusto amargo, dulce o seco.**
- **Vermut con hielo.** **Esta opción es perfecta para aquellos que quieren rebajar el sabor original del vermut, y la más común especialmente cuando llega el buen tiempo y buscamos tomarnos una bebida refrescante. Asimismo, es ideal para tomar antes de una comida o cena para abrir el apetito.**
- **Vermut en combinación con cítricos.** **Incluir rodajas o piel de cítricos como el limón o la naranja añade un toque de frescor y aroma al conjunto. En concreto, lo adecuado es añadir naranja al vermut rojo, y limón al blanco. Y si queremos experimentar una experiencia de sabores aún más intensa, la mandarina nos aportará gran dulzor, mientras que el pomelo conseguirá el efecto contrario, en este caso sería una alternativa para los amantes de las bebidas amargas.**
- **Vermut con refresco de cola.** **Es la opción elegida por muchos jóvenes, esta mezcla se conoce también como 'Chispazo' o 'Vermut Cola'. Esta forma de beber vermut generalmente mezcla el gusto amargo del mismo con un sabor más dulce que proporciona una bebida azucarada y gaseosa como es un refresco de cola.**

Eldelmar - Barcelona



Cointreau

La sangría también es para el aperitivo

Si el rey del aperitivo es el vermut, la reina es la sangría. Afortunadamente hace tiempo que los españoles empezamos a reconciliarnos con nuestra 'bebida patria' por excelencia. Durante muchos años era 'una bebida de guiris' que ningún nacional se atrevía a pedir en una terraza. Esa mezcla de vino y fruta (y a veces un chorrito de licor) que cada cual preparaba en casa según sus preferencias, ya no se identifica solo con el consumo 'low cost'.
Lo que debemos tener en cuenta a la hora de elegir una sangría ya preparada es la sensación global que nos deja en boca, es decir, que al probarla parezca agradable y natural, que el sabor del vino esté presente y que las notas de fruta no sean demasiado sintéticas o no estén mal integradas. Y, luego, el peso en boca. Que no sea demasiado astringente, ni demasiado ácido o amargo.



ción de vermut unos 400.000 hl. de vino. Casi en su totalidad se trata de vino blanco, del que un 30% procede del Penedés y un 70% de Castilla-La Mancha.
Los ingredientes básicos de cualquier vermut son vino, agua, alcohol, una mezcla de botánicos y, opcionalmente, azúcar caramelizado, que sirve para darle color. A partir de esta base, las combinaciones pueden ser casi infinitas y cada elaborador guarda su receta o fórmula en secreto. Eso sí, sea cual sea la receta, el objetivo es conseguir el equilibrio perfecto entre amargor, dulzor y acidez, y asegurar un retrogusto largo y característico del vermut tradicional.
Normalmente la base del vermut es vino blanco, concretamente se suele usar un vino joven de graduación y sabor suaves. En nuestro país ese vino suele estar elaborado con variedades autóctonas. En el caso de Tarragona, una de las grandes cunas del vermut, se usa parellada, macabeo o viura. Posteriormente, a ese vino que debe ser neutro, de buena calidad, joven y con estructura, se añade una mezcla de botánicos y alcohol macerados para que se impregne de los sabores y aromas característicos del vermut. De hecho, el sabor característico de los vermuts proviene de la mezcla de hierbas aromáticas, que aporta los sabores amargos y dulces. Los botánicos se pueden clasificar por sus efectos: amargos, aromatizantes, amargo-aromatizantes y suavizantes. Dependiendo de su uso, encontramos vermuts con una amplia variedad de sabores, desde dulces y florales hasta amargos y herbáceos, permitiendo a mixólogos y aficionados experimentar y crear sus propias mezclas.
Finalmente, debemos apuntar que a grosso modo existen dos tipos de vermut: el blanco y el rojo (o negro) pero también se distingue entre el embotellado y el de granel, el industrial y el de elaboración artesanal.
El vermut rojo es más dulce, es de origen italiano, mientras que el blanco, de sabor más seco y mayor graduación alcohólica, nació en Francia. De ahí que cuando pedimos un vermut italiano o rojo estamos decantándonos por el dulce y cuando elegimos el francés lo hacemos por la versión más seca y con más alcohol. Se recomienda servir con piel de limón los blancos y con piel de naranja los rojos.

Aperol spritz, la bebida de moda

El Aperol Spritz es un cóctel delicioso que combina Aperol, prosecco y soda, conocido por su vibrante color naranja y su sabor refrescante. Nacido en Italia a principios del siglo XX, su popularidad ha crecido y se puede considerar la bebida "de moda" en todas partes a la hora del aperitivo.
La historia del Aperol Spritz comienza en 1919, cuando los hermanos Luigi y Silvio Barbieri crearon el Aperol en Padua (Italia), un aperitivo original, de color naranja brillante, hecho a base de una mezcla secreta de ingredientes que incluye raíces y hierbas, que le da su sabor característico amargo-dulce. El "Spritz" viene de la región del Véneto, en el

noreste de Italia. Durante la ocupación austriaca en el siglo XIX, los soldados austriacos mezclaban vino blanco italiano con agua con gas para hacer una bebida más ligera que no subiera tanto, a la que llamaron “Spritz” (del verbo alemán "spritzen" que significa rociar).

Es en los años 50 cuando se unen los dos conceptos, Aperol y Spritz, y se empieza a preparar un cóctel divertido mezclando Aperol con prosecco y un toque de soda, creando una bebida refrescante y de baja graduación alcohólica, ideal para las tardes cálidas italianas.

En el 2000 Aperol Spritz empieza a ganar popularidad fuera de sus fronteras naturales. Deja de ser una bebida local y es adoptado en Europa y otros continentes, a través de campañas publicitarias. En la primera década de los dos mil es tendencia mundial y se puede pedir en las cartas de cócteles en todo el mundo, desde bares en Nueva York hasta playas en Australia. Actualmente es muy normal encontrar esa bebida en casa de cualquier amigo o fiestas particulares, como la cerveza o el vino. Y es que el Aperol Spritz es apreciado en todo el mundo, representando glamour, estilo, diversión y disfrute social.

Nuevas tendencias de aperitivo en auge

En este renacer del momento del aperitivo, las bebidas sin alcohol van ganando terreno y su consumo se ha ido elevando cada vez más: un 81% de los españoles afirma que ha consumido bebidas sin alcohol. Y es que la población española cada vez más consume bebidas sin alcohol o con menor graduación. Una opción ideal para adentrarse en este segmento y seguir disfrutando

Casa Rafols- Barcelona



Los acompañantes de la bebida



Lolea

Para que la experiencia resulte completa, el vermut o la bebida que elijamos debe acompañarse de los habituales snacks y conservas que componen el aperitivo. La elección es infinita, y entre los más clásicos se incluyen patatas fritas, berberechos, aceitunas, anchoas, boquerones en vinagre y mejillones. En todos los casos, puede optarse por productos premium, así como por opciones más exclusivas, como es el caso de patés, mariscos, jamón y embutidos ibéricos o tapas de lujo, promocionadas por chefs de renombre.

En paralelo al resurgimiento del vermut, ha tenido lugar la recuperación de una de sus acompañantes en las barras y las mesas de los bares, la banderilla de encurtidos. Las propuestas son diversas, e incluyen desde la clásica Gilda, que también está viviendo un momento ‘revival’ –pincho de aceituna, guindilla y anchoa en salazón– hasta nuevas composiciones de ingredientes con una imagen contemporánea y renovada.

Bar Vint-i-quatre (Barcelona)



del aperitivo sin renunciar a la frescura y los sabores sofisticados es eligiendo bebidas como Crodino, el spritz sin alcohol 'made in Italy'. Su rico aroma y sabor agridulce complementados por las burbujas, crean una experiencia sensorial perfecta para disfrutar en el aperitivo, creando un momento sofisticado y elegante. Ahora llega a España para conquistar paladares y revolucionar el momento del aperitivo. Porque no hay nada mejor que dejarse sorprender con nuevas formas de disfrutar de este momento gastronómico tan nuestro. Este icónico spritz sin alcohol es el maridaje perfecto para disfrutar del aperitivo: su emblemático color amarillo, su sabor caracterizado como una 'dulzura amarga' gracias a la combinación de 15 ingredientes (entre ellos, nuez moscada, cilantro, clavo y cardamomo) y su *perfect serve* en una copa de vino con abundante hielo y una rodaja de naranja. Esta bebida nos transporta a las vibrantes terrazas de Roma o Milán, donde el aperitivo es más que un hábito, es un 'rituale' de vida.

Eventos

Finalmente, es de destacar que el vermut y el aperitivo se han puesto tan de moda en los últimos años en nuestro país, que han surgido diferentes eventos con el vermut como protagonista, por ejemplo, el pasado año se llevó a cabo en Barcelona *Vermut and Soul,* un festival dedicado al aperitivo que combinó música en directo, catas y rutas de platillos; y en Sabadell (Barcelona) tuvo lugar la 9ª Feria Internacional del Vermut y el Aperitivo Vadevermut, un evento cultural y lúdico en el que cada año se dan cita las mejores marcas de todo el mundo. Además, es un punto de encuentro entre profesionales del sector que buscan conocer las novedades del mercado, adentrarse en el fantástico mundo de esta bebida y todo lo que rodea al vermut. Y es que las nueve ediciones anteriores (entre Barcelona, Sabadell y Madrid), han convertido a esta feria en un referente internacional, contando con la presencia de marcas de países como Italia, Alemania, Grecia, Estados Unidos, Argentina, Australia o Perú, entre otros. La 10ª edición de Vadevermut se celebrará en la ciudad de Barcelona, pero aún no se han anunciado las fechas.❋

Casa Mariol

La revolución familiar del vermut







En el corazón de la Terra Alta, entre paisajes bañados por el sol mediterráneo, Casa Mariol es mucho más que una bodega: es el reflejo de una familia apasionada por transformar el vermut en una experiencia única. Fundada en 1945 por José María Vaquer Bes en el pueblo de Batea (Tarragona), la historia de Casa Mariol es un legado que mezcla tradición y modernidad.

Todo comenzó con la visión pionera de Josep Vaquer Aguiló, quien supo innovar introduciendo variedades poco comunes en la región. Años después, sus hijos, Josep Maria, Miquel Àngel y Marta Vaquer, tomaron el relevo para revolucionar el vermut. Su vermut, elaborado con una cuidada selección de hierbas y botánicos, es un homenaje a la tierra que los vio crecer. Con una imagen audaz y una mezcla única de uvas y botánicos diseñada por Josep María sus vermuts han conquistado titulares como "Los artífices del renacimiento del vermú" (El País).

Pero Casa Mariol no se detiene en la bodega. Desde su Wine Bar en Barcelona hasta mercados internacionales en más de 17 países, la familia lleva su espíritu mediterráneo alrededor del mundo. Su enfoque sin pretensiones invita a todos a disfrutar de sus vermuts y vinos en cualquier ocasión.

Con proyectos como el enoturismo, Casa Mariol ofrece experiencias inmersivas que combinan autenticidad, diversión y sostenibilidad. Su misión es clara: compartir la cultura del vermut de manera fresca, transgresora y accesible.

Casa Mariol no solo elabora bebidas; crea momentos. Con un vermut revolucionario, deliciosamente mediterráneo, transforma cualquier instante en una celebración. ¡Descubre el espíritu Casa Mariol y brinda con ellos al estilo de la Terra Alta!❋

CASA MARIOL
Camí de les Forques, 2 · 43786 Batea (Tarragona)
Tel. 977 430 303 · www.casamariol.com

TENDENCIAS CLAVE que revolucionarán la **hostelería** en **2025**

Digitalización, sostenibilidad y nuevos modelos de negocio son algunos elementos a tener en cuenta en este sector, según la consultora de hostelería Linkers. Por su parte, desde Talentchef apuntan como tendencias la hipersonalización en la gastronomía, la coctelería baja en alcohol o sin alcohol, los restaurantes efímeros de lujo y la influencia de la gastronomía coreana.



Restaurante Botànic (Palma de Mallorca)

Freepik



La adaptación y la innovación serán indispensables



Yumminn



La hostelería en España se enfrenta a un 2025 marcado por un entorno dinámico y desafiante. Las exigencias del mercado, la evolución tecnológica y un consumidor cada vez más informado y exigente están moldeando un panorama en el que la adaptación y la innovación serán claves para la supervivencia y el crecimiento del sector. En este contexto, la consultora de referencia en hostelería Linkers ha identificado diez tendencias clave que guiarán el futuro inmediato de la hostelería española. Por su parte, la consultora líder en creación de conceptos de Food & Beverage (F&B) para grandes cadenas hoteleras, Talentchef, apunta hacia la la hipersonalización en la gastronomía, la coctelería baja en alcohol o sin alcohol, los restaurantes efímeros de lujo y la influencia de la gastronomía coreana.

La digitalización se consolida como factor de competitividad en la gestión

La digitalización ya no es una opción, sino una necesidad imperativa para la operativa de gestión diaria del restaurante y la experiencia del cliente. En 2025, los sistemas de gestión integrados (PMS, CRM, TPV inteligentes) y las soluciones basadas en inteligencia artificial para la previsión de demanda y la optimización de recursos estarán en el centro de las estrategias operativas.

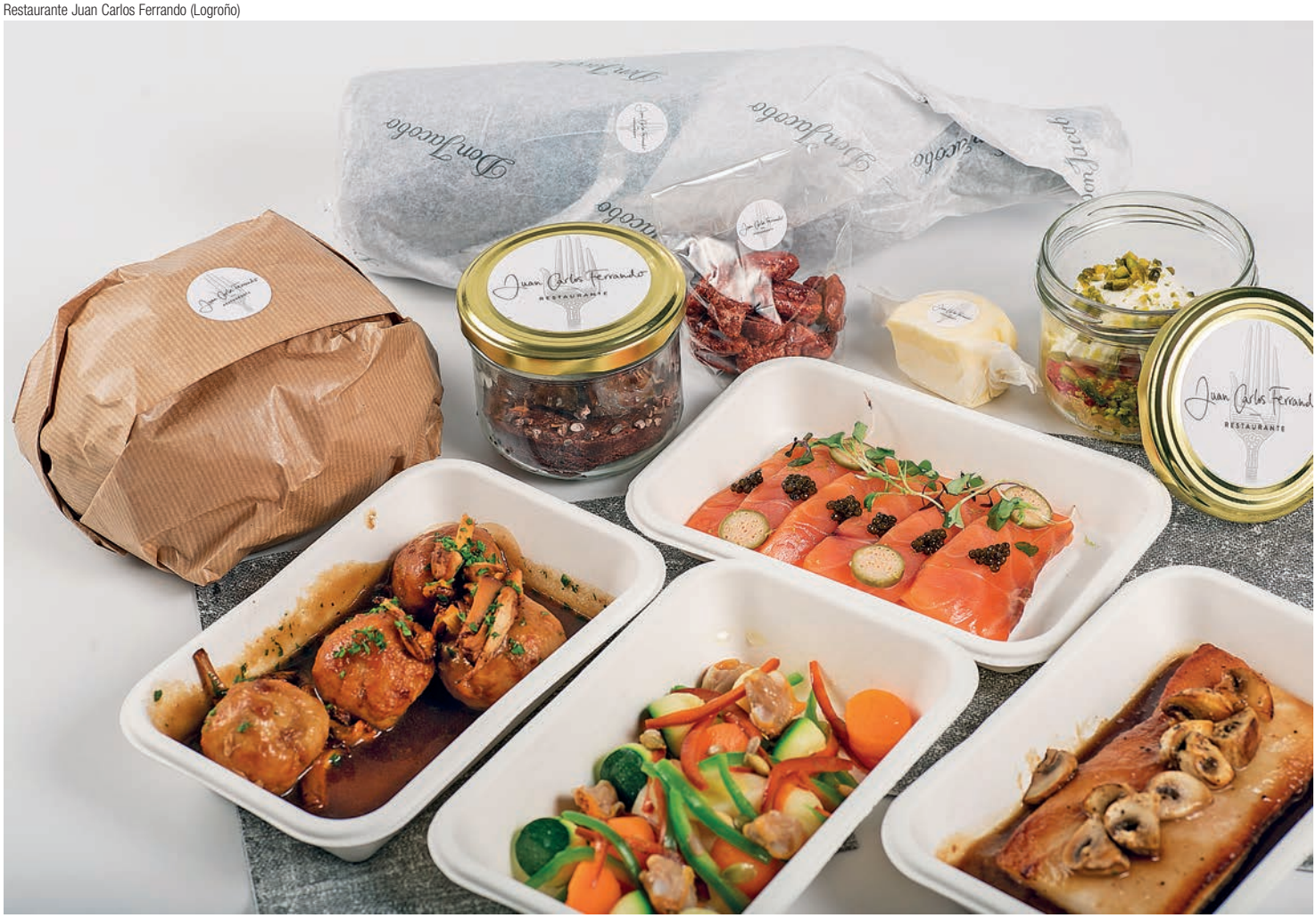
"Las reservas digitales, los menús interactivos, la inteligencia de negocio basada en *big data* y los pagos sin contacto no solo mejorarán la eficiencia, sino que permitirán a los empresarios hosteleros anticiparse a las necesidades del consumidor y ofrecer experiencias más personalizadas", vaticina David Basilio, Director de Operaciones de Linkers.

Sostenibilidad operativa y compromiso medioambiental

La sostenibilidad no es solo un valor añadido, sino una exigencia ineludible. En 2025, el sector de la hostelería deberá responder a un cliente que ya no solo busca productos locales o ecológicos, sino también transparencia en la cadena de suministro y prácticas empresariales responsables.

"Los hoteles y restaurantes que adopten estrategias orientadas a la economía circular, la reducción de huella de carbono y la gestión eficiente de residuos no solo mejorarán su reputación, sino que también optimizarán costes y fidelizarán a una clientela cada vez más comprometida con el medio ambiente", afirma Marianela Olivares, CEO de Linkers.

Restaurante Juan Carlos Ferrando (Logroño)



Evolución del modelo de *delivery* y el auge de las *dark kitchens*

El sector del *delivery* continuará su expansión exponencial en 2025, impulsado por un consumidor que valora la conveniencia sin sacrificar calidad. El concepto de "dark kitchens" o cocinas fantasma –dedicadas exclusivamente a la producción para *delivery*– se consolidará como un modelo de negocio eficiente que permitirá a las marcas expandir su oferta sin los altos costos asociados a los locales tradicionales.

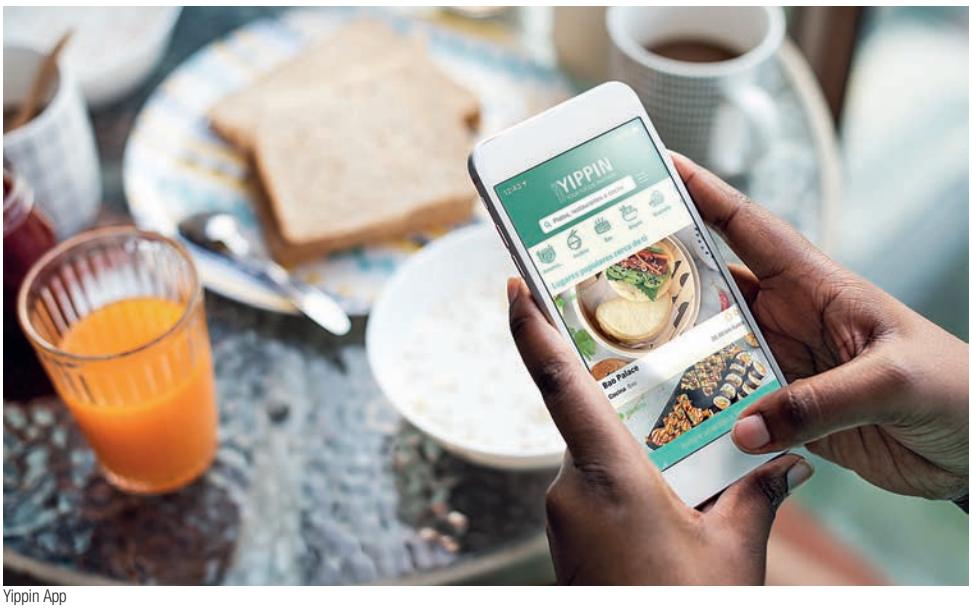
Según Marianela Olivares, "las alianzas estratégicas con plataformas tecnológicas y la optimización de la logística serán esenciales para competir en un mercado en rápida evolución".

Personalización extrema en la experiencia del cliente

El consumidor del futuro espera mucho más que un servicio eficiente; busca experiencias memorables y personalizadas. En 2025, la diferenciación estará marcada por la capacidad de los establecimientos para anticipar y adaptarse a las preferencias individuales de cada cliente.

Desde la creación de entornos inmersivos con diseño sensorial hasta la oferta de menús adaptados a necesidades dietéticas personalizadas, el foco estará en crear conexiones emocionales con el cliente.

"La tecnología jugará sin duda un papel central en esta transformación, permitiendo una personalización basada en datos y mejorando la satisfacción y la fidelización del cliente que acude al restaurante", opina David Basilio.



Yippin App

Scoolinary - Najat Kaanache



Gastronomía saludable y funcional: un valor en crecimiento

La salud y el bienestar se han convertido en prioridades clave para el consumidor, y en 2025 este cambio será aún más pronunciado. La demanda de alimentos saludables, *plant-based*, y opciones funcionales diseñadas para mejorar el bienestar físico y mental continuará creciendo.

"Los operadores hosteleros deberán integrar menús que no solo sigan estas tendencias, sino que también se adapten a preferencias nutricionales específicas y fomenten una alimentación consciente. Los establecimientos que logren posicionarse en este nicho obtendrán una ventaja competitiva clara en un mercado cada vez más segmentado", sostiene Marianela Olivares.

Diversificación cultural y fusión gastronómica

La globalización y el acceso a nuevas culturas seguirán influyendo en las propuestas gastronómicas. Los consumidores buscarán en 2025 experiencias culinarias innovadoras, en las que las fronteras culturales se diluyan y los sabores tradicionales se fusionen con técnicas internacionales.

Para David Basilio, "la capacidad para ofrecer una oferta multicultural, que respete la autenticidad pero la presente de manera moderna y adaptada al paladar actual, se convertirá en un factor diferenciador, especialmente en las grandes ciudades y destinos turísticos".

Optimización de recursos humanos mediante la formación y retención del talento

El santo grial para el sector hostelero en el 2025 será la gestión del talento humano en un contexto de alta rotación laboral y escasez de personal cualificado.

Para garantizar la sostenibilidad operativa, los empresarios deberán apostar por políticas efectivas de formación continua y desarrollo profesional, que les permitan mejorar la cualificación de su equipo.

"Además, la retención del talento se convertirá en un pilar estratégico: las empresas que inviertan en programas de bienestar laboral, conciliación y crecimiento profesional interno serán las que logren crear entornos laborales más atractivos y competitivos. La combinación de formación especializada y políticas laborales innovadoras será vital para hacer frente a un entorno cada vez más exigente", añade Marianela Olivares.

La sostenibilidad financiera en tiempos de incertidumbre

El escenario macroeconómico en 2025 sigue marcado por la incertidumbre y la volatilidad, lo que exige una planificación financiera rigurosa por parte de los restaurantes. La optimización de costes operativos, la diversificación de fuentes de ingresos y una gestión cuidadosa del endeudamiento serán estrategias clave para mantener la estabilidad financiera a largo plazo.

Sobre este punto, David Basilio matiza que "la búsqueda de financiación alternativa –incluyendo la inversión privada, *crowdfunding* o asociaciones estratégicas–, así como una mayor atención a los márgenes operativos mediante la eficiencia en los procesos internos, se convertirán en prioridades para los líderes del sector hostelero".

Freepik



Scoolinary - Les Cols



El rol estratégico de los datos: inteligencia empresarial y analítica avanzada

En 2025, el uso de datos se consolidará como una herramienta esencial para la toma de decisiones en la hostelería. La integración de sistemas de analítica avanzada permitirá a los operadores hosteleros no solo entender mejor el comportamiento y preferencias de sus clientes, sino también optimizar la gestión de inventarios, predecir tendencias de consumo y ajustar su oferta en tiempo real.

Para Marianela Olivares, "el análisis de datos que realmente sean relevantes para nuestro negocio (*smart data*) y el uso de herramientas de inteligencia artificial serán fundamentales para diseñar estrategias de marketing más efectivas, mejorar la eficiencia operativa y personalizar la experiencia del cliente de manera más precisa".

Revalorización del turismo gastronómico como motor económico

El turismo gastronómico seguirá siendo uno de los pilares fundamentales del crecimiento de la hostelería en España en 2025. La creciente demanda internacional por experiencias culinarias auténticas y de alta calidad ha convertido a España en un destino de referencia a nivel global. En este contexto, los restaurantes y hoteles que logren alinear su oferta con esta tendencia, promoviendo la cultura local y la identidad gastronómica de cada región, tendrán una ventaja competitiva notable.

Además, para David Basilio es importante "sumar una mayor colaboración entre operadores turísticos y hosteleros para desarrollar productos experienciales más completos, como rutas gastronómicas, visitas a bodegas y mercados locales, y eventos culinarios exclusivos".

EN UN SECTOR EN CONSTANTE EVOLUCIÓN, AQUELLOS RESTAURANTES QUE COMBINEN TRADICIÓN CON INNOVACIÓN ESTARÁN MEJOR POSICIONADOS PARA LIDERAR LA INDUSTRIA

Hipersonalización en la gastronomía

La tendencia de la hipersonalización también se está imponiendo en la restauración. Los clientes de lujo desean experiencias gastronómicas únicas que reflejen sus preferencias personales. En 2025, los hoteles ofrecerán menús basados en datos biométricos, dietas personalizadas mediante IA, e incluso chefs disponibles para crear platos específicos en función de los deseos del huésped en tiempo real. La innovación en este campo está redefiniendo la experiencia gastronómica, donde el cliente tiene el control total.

Coctelería baja en alcohol o sin alcohol

Siguiendo las tendencias internacionales de consumo líquido, la coctelería baja en alcohol o sin alcohol está ganando mucha popularidad en los últimos años. Los consumidores buscan opciones más saludables, y los bares responden con bebidas sofisticadas y complejas que ofrecen toda la experiencia de un cóctel tradicional, pero con menos o sin alcohol. Esta tendencia refleja el cambio hacia un consumo consciente y responsable, donde la calidad y el sabor se mantienen como prioridades, atrayendo tanto a nuevos públicos como a los más conocedores.

Restaurantes efímeros de lujo: El auge de la exclusividad temporal

Los restaurantes efímeros (*pop ups*) siguen marcando tendencia en hoteles de alta gama. Estos restaurantes de lujo abren durante periodos limitados, ofreciendo experiencias exclusivas con chefs galardonados. Los consumidores buscan experiencias gastronómicas irrepetibles



que generen un alto valor de exclusividad. Los hoteles están aprovechando esta tendencia para atraer tanto a huéspedes como a la comunidad local.

The Korean Apogee: La influencia de la gastronomía coreana

El auge de la gastronomía coreana es otro fenómeno que ha impactado el sector de la restauración global. Impulsada por el *Korean Wave* o *Hallyu*, esta tendencia ha crecido significativamente, con un aumento del 10% en la presencia de restaurantes coreanos en ciudades como Los Ángeles, Nueva York y San Francisco en los últimos años. Este renacimiento incluye tanto la cocina coreana tradicional como su versión adaptada a la alta cocina, destacando platos como el Korean BBQ, el fried chicken y otros favoritos populares en Occidente. La demanda por una comida saludable y rica en sabores auténticos está llevando por ejemplo a los hoteles a integrar este tipo de propuestas en sus menús, consolidando la cocina coreana como un referente del *fine dining* en los próximos años.❋



La promoción de la hostelería en las redes sociales, una tendencia que se consolida

En los últimos años, el marketing gastronómico ha experimentado una transformación significativa, impulsada por el auge de los *influencers* digitales. Las estrategias de marketing para restaurantes y marcas alimentarias se han adaptado a un nuevo entorno donde las redes sociales juegan un papel crucial en la promoción y el *engagement* con el público. Así, las marcas gastronómicas colaboran con *influencers* para lanzar productos, promover eventos y aumentar su visibilidad en el mercado. Y es que los *influencers*, con su estilo de vida y recomendaciones, pueden convertir un restaurante o producto alimentario en una tendencia viral en cuestión de horas.

La inversión ha crecido exponencialmente, según recientes estudios de mercado, las marcas pueden pagar desde unos cientos de euros hasta varios miles por una publicación patrocinada, dependiendo del alcance y el *engagement* del *influencer*. En el mundo de los *foodies*, existen diferentes tipos de *influencers* gastronómicos. Los *micro influencers* poseen entre 5,000 y 30,000 seguidores y suelen estar dispuestos a colaborar a cambio de comida o productos. Los pequeños *influencers* han comenzado a cobrar un pequeño *fee*, aunque todavía accesible. Los medianos *influencers*, que ya presentan un *media kit* con sus precios, suelen cobrar entre 200 y 600 euros por una colaboración. Finalmente, los famosos, figuras públicas que llevan una década en el sector y cuentan con medio millón de seguidores o más, se están convirtiendo en los nuevos ricos españoles, llegando a cobrar hasta 5,000 euros por un único video.

Además, los contratos de colaboración a largo plazo, que incluyen múltiples publicaciones y otros tipos de contenido como vídeos y *stories*, son cada vez más comunes y pueden alcanzar cifras mucho más altas.

**Fuente: Toro Burguer*



La sala del restaurante

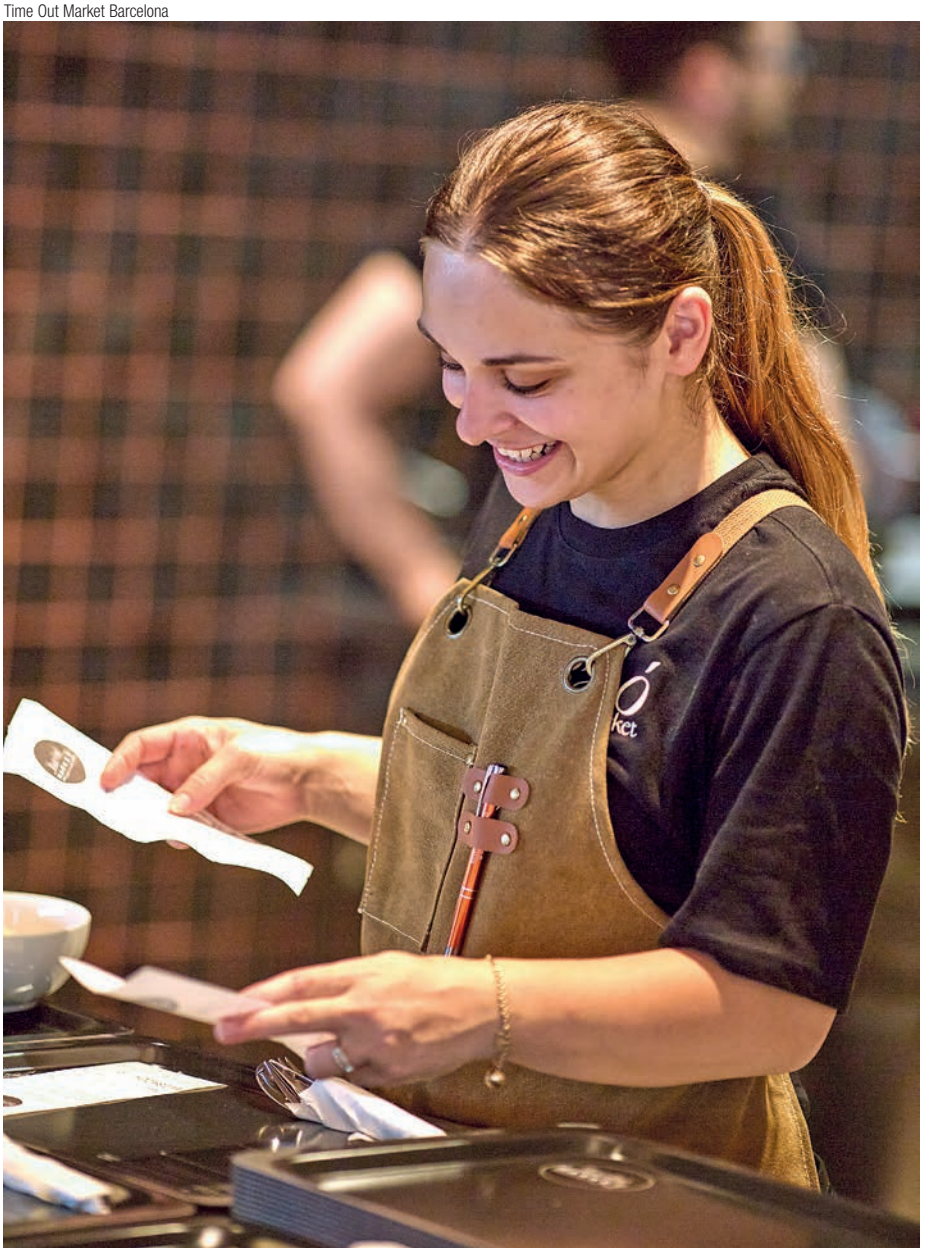
¿valorada realmente?

Hace muchos años escribí un artículo titulado “El eterno actor secundario” en referencia al poco o escaso protagonismo del servicio de sala en el restaurante. Si a esto le sumamos la falta de personal, el resultado es, cuando menos, preocupante.

Restaurante Solo - Majestic Hotel & Spa Barcelona



Time Out Market Barcelona





POR JAVIER CAMPO

Hablamos del 2016. Aun no existía el reconocimiento por parte de la Guía Michelin al Jefe de Sala o al Sumiller. Más tarde, y coincidiendo con la primera entrega de estos premios en 2022, escribí otro que se llamaba "Las migajas de la sala" y solo con el título, no hace falta leer el contenido porque ya se entiende. Varios han sido mis artículos dedicados a esta importante problemática a la que se sigue haciendo oídos sordos.

Como decía el gran chef, el Sr. Joël Robuchon con 32 estrellas Michelin, el que más en la historia, el 60% del éxito está en la sala. Pero esto a ciertos cocineros con ínfulas arrogantes no parece afectarles y hacerles cambiar el discurso. "La gente viene a mi restaurante por la cocina" y, realmente, esto es cierto, pero un mal servicio se carga una cocina excelente y un buen servicio, salva una cocina mediocre. El resultado en ambos casos es que el cliente vuelva o no o que recomiende el restaurante o no.

Desde 1926 hasta ahora, casi cien años y con cientos de estrellas repartidas a tantos restaurantes, solo 4 han sido para sala y sumillería, muy merecidas por otra parte, pero parece que los otros restaurantes no lleguen a esa excelencia de servicio y, desde luego, no es así. No pensemos que me centro en Michelin. Otras guías como Repsol, Zagat, Gourmand, Gourmets, Best Restaurants o muchas otras más o menos



Gastrobodega Martín Berasategui

“Un mal servicio se carga una cocina excelente y un buen servicio salva una cocina mediocre”

nombradas o importantes, están en la misma línea y la sala pasa totalmente desapercibida. Aunque parezca que solo está dañada la parte emocional, la profesional también se ve afectada por la falta de reconocimiento. Y a esto se suman muchos más factores con el resultado de que, la sala es decreciente y por ende, parte de la restauración también. Y esto debe explicarse.

Las escuelas de restauración

En las escuelas de restauración hay más demanda y oferta de cocina que de sala. Y esto pasa porque los estudiantes, buscan referentes y los encuentran en la cocina, que son los mediáticos, los que hacen libros, ponencias, programas de televisión o salen en la foto. Pero, parece que la sala no tiene ese protagonismo mediático que hace que se conviertan en iconos referentes.



Silversea

Esto provoca que los medios a disposición de los estudiantes sean descompensados también: visitas de cocineros a dar una masterclass, instalaciones de cocina con recursos de última generación, las técnicas más modernas a estudio… y en sala, copas de vidrio gordo de los años 90, el lito colgado del brazo y pocas o ninguna visita de referentes de sala o sumillería. Obviamente no todas las escuelas están así. Las privadas, que “cuestan una pasta”, algo mejor, algunas públicas, mejor no hablar ni de los recursos ni del profesorado, que no ha trabajado nunca en un restaurante y está enseñando a ser camareros a chavales de 08:00 a 15:00 hasta que toca el timbre y con un programa de estudios obsoleto. Aquí ya partimos de la desilusión.

Sueldos y condiciones de trabajo

Hablemos de los sueldos y de las condiciones. En sala se suele cobrar menos que en cocina. Esto es curioso, porque si nos vamos a una formación de técnico superior de cocina o de sala, las horas y créditos son los mismos y el precio, también. Y esto hablando de los que son de escuela. Los que no lo son, peor. Es cierto que algunos, merecen un sueldo acorde a sus conocimientos, valía y competencias, pero otros sí merecen más, y sin embargo no llegan a lo que les correspondería. Las condiciones en lo que respecta a horarios, trato vejatorio, discriminación, sexismo, vivienda, conciliación familiar, etc. ya las conocemos todos y es un tema que ya aburre de tanto repetirlo.

Probablemente, una de las soluciones, además

Photo by Lefteris kallergis - Unsplash



“La profesión de sala es bonita y como todas, requiere de esfuerzo, estudios, experiencia y conocimientos”

de solventar o como mínimo paliar, las circunstancias nombradas, sea la formación. Y no estamos hablando ahora de las escuelas y centros formativos públicos y privados. Estamos hablando de la formación interna y que debe dar el restaurador a sus empleados y que concierne a la realidad de su local en concreto. Esta formación no se da o está sesgada. Y lo explicamos.

Primero: llamar restaurador a algún propietario de restaurante ya es un error, por que no es restaurador y no puede o no sabe enseñar lo que no conoce. Y en este apartado nos podríamos extender mucho más pero vamos a cerrarlo con una frase de Henry Ford. “Solo hay algo peor que formar a tus empleados y que se vayan… No formarlos y que se queden”.

Segundo: se espera que todos los empleados “sepan” y comprendan lo mismo cuando muchas veces, ni siquiera entienden el idioma. Es importante entender la individualidad de cada persona y trabajador, sus capacidades, sus limitaciones y formarlo acorde a todas sus circunstancias.

Tercero: no se establecen protocolos de sala, ni fichas de trabajo, ni checklist, por que “no sirve para nada”. Pero ni siquiera se intenta. Claro… escribir y preparar todo eso es un trabajo tedioso y “yo no tengo tiempo para esas tonterías”.

Podríamos seguir. Entre lo que no se sabe, no se hace o no se aplica y, las diferentes problemáticas y circunstancias… “los unos por los otros, la casa sin barrer”. Y alguien puede decir, y con razón, efectivamente, eso de que “yo tengo buen personal de sala y buen servicio”. Felicidades. Al César lo que es del César. Pero de 300.000 locales de restauración donde se da de comer y beber, más de la mitad sobreviven gracias a la paciencia de los comensales, que por otra parte y en algunos casos también son culpables sociales de la problemática por el maltrato o los horarios, por ejemplo, y la otra mitad están entre rozando el cierre, la bajada de calidad en el producto o el fraude, que dicho sea de paso, teniendo en cuanta la enorme presión fiscal, difícilmente salgan los números en algunos restaurantes.

La profesión de sala es totalmente vocacional y no forzada por alguna circunstancia. En algunos casos, es innata y en otros, la vocación se va adquiriendo por que realmente, estas haciendo lo que te gusta. Y fijémonos que he dicho profesión. La profesión de sala es bonita y como todas, requiere de esfuerzo, estudios, experiencia y conocimientos. No estamos hablando de transportar platos, que para eso ya hay unos robots muy “cuquis” que te traen las cosas a la mesa y hacen gracia. Fomentar el buen trabajo de sala, realmente, concierne a todos y hoy en día es una problemática laboral e incluso, económica y social en temporada. Deberíamos olvidar esa horrible frase que tanto tiempo estuvo presente y que decía “incluso tuvo que trabajar de camarero” como si fuese lo más bajo de la escala laboral.❋



Cristina DÍAZ

Aunque Cristina –Jefa de Sala y co-propietaria del restaurante Maralba by Fran Martínez en Almansa (Albacete)– posee los premios más importantes –incluido el Premio Nacional de Gastronomía– se emocionó como si fuera el primero que recibía cuando en la Gala Michelin celebrada el pasado mes de noviembre oyó su nombre como destinataria del Premio Especial Servicio de Sala. Nos confiesa que fue toda una sorpresa. Aprovechando que está de actualidad por ese reconocimiento, hemos decidido entrevistarla y dar visibilidad al papel de los profesionales de sala, muchos de ellos mujeres, que suelen estar a la sombra de los chefs.

POR LAURA MORALES

“Cada vez la sala crece más y se está poniendo donde merece”

El cliché que se ha ido repitiendo a lo largo de los últimos años ha sido el del chef que brilla en la cocina y su pareja, siempre en un segundo plano, haciéndose cargo de la sala, en no pocas ocasiones dejando su profesión para aprender una nueva por el simple hecho de apoyar en el negocio a su pareja. Es también tu caso. ¿Cómo ves actualmente el papel de la mujer en la hostelería?

Justamente, sí. Yo venía de la rama sanitaria, soy Auxiliar de Clínica, Técnico de Laboratorio Clínico y Técnico de Laboratorio Químico, pero nunca ejercí. A la par, que tengo otros estudios basados en mi oficio…

Me uní a la idea de tener nuestro propio restaurante, porque a Fran, mi marido, le entusiasmaba tenerlo, y sin pensarlo demasiado, me metí de lleno en la andadura; pero tengo que decir, que nunca me he arrepentido de ello, porque sin saberlo, sería mi mejor decisión.

Si es verdad, que durante muchos años, he estado a la “sombra”, pero es algo lógico, porque hasta que el restaurante no empieza a coger fuerza y nombre, todo pasa por posicionar el nombre de Maralba, gracias, ante todo, a la cocina de Maralba y todo lo demás poco a poco crece con ello.

Parece que ahora se está empezando a valorar y a dar visibilidad a la sala y a los profesionales que trabajan en ella (sean hombres o mujeres), pero cuando tú empezaste, hace más de 20 años, no era así. ¿Cómo resumirías la evolución del papel del jefe de sala en estas dos décadas?

Durante muchos años, hemos tenido un trabajo en sala impecable, de profesionales muy grandes del sector. Creo que poco a poco, la cocina fue cogiendo mucha más fuerza, y la sala se quedó un poco en la retraguardia…

El jefe de sala está en constante movimiento, estamos en evolución continua, en dirigir a nuestros equipos, en capitanear de forma profesional, pero creo, o al menos es mi forma diaria, que cada vez somos más cercanos al cliente. Se ha roto la barrera de la “frialdad”, aunque yo nunca la he tenido. No sé trabajar a distancia del cliente… necesito la cercanía, porque es la única manera de disfrutar, a la vez que palpar cómo van las mesas.

Somos profesionales, repartimos empatía con los clientes, a la vez que sabemos qué tenemos que hacer. Cada vez la sala crece más y se está poniendo donde merece.



Afirmas que "comer bien" no es suficiente; que el trato al cliente y la conexión emocional son igual de importantes. ¿Cómo se consigue estar pendiente del cliente sin invadir su espacio? ¿Es difícil encontrar el equilibrio?
Bueno, eso es algo intrínseco. Debes acercarte al cliente para, lo primero, conocer qué perfil de cliente es. Si es una persona más o menos seria, sus gustos…
Gran parte de nuestro trabajo consiste en observar, tenemos que tener también algo de psicología, para saber captar a cada cliente que entra por la puerta. De la misma manera que tienes que saber ser amable, simpático y servicial, pero no romper la barrera de ser pesado. Los clientes vienen a disfrutar de tu casa, pero no a comer o cenar contigo… jajaja! El equilibrio se encuentra dentro de la profesionalidad. Y en la compenetración con tu equipo, para que en un momento dado pueda venir a interrumpir de una forma muy sutil la conversación que a veces, el mismo cliente, alarga con nosotros sin darse cuenta.

¿Un buen jefe/a de sala debe ser un experto sumiller? ¿Elaboras tú la carta de vinos de Maralba? ¿Qué vinos te gusta recomendar a los clientes?
No todos los jefes de sala son sumilleres. Pero gran parte de ellos sí. No creo que sea imprescindible serlo. En mi caso, lo soy, y eso me hace ser más fuerte profesionalmente, y defender la sala con mayor amplitud de conocimiento.
La carta de vinos de Maralba está elaborada por mí desde que abrimos en 2003. Y desde entonces está en continuo movimiento, crece y se desarrolla, cambio unas referencias por otras. Así descubro vinos y puedo generar un cambio cada cierto tiempo.
Los vinos que me gusta recomendar son los que están cercanos a mi zona, de pequeños productores muchos de ellos. De uvas más desconocidas por mis clientes, de elaboración más personal, con alma, muchos de ellos de poca producción. Pero eso no quita que en mi carta haya grandes bodegas, que son grandes por todo el recorrido que han hecho.

¿Qué importancia le dais en Maralba al maridaje?
Es raro el día en que en Maralba no lleguemos a más de la mitad de los comensales optando por el maridaje. Es parte fundamental de los menús. Los clientes se decantan mucho por los maridajes. La verdad, es que a mí me supone no dormirme en los laureles, salir continuamente de la zona de confort. Una búsqueda constante de encontrar 'joyitas'.. y el poder abrirme más y explicar muchos mé-

APUNTE PERSONAL

Un sabor de la infancia: La gachamiga que me hacía mi abuela.
Un lugar: Donde sea, pero rodeada de los míos.
Una película: Ratatouille.
Un libro: El libro de los Vinos De Jerez, de César Saldaña.
Una canción: Losing my religion, de REM.
Una manía: El orden, no me gusta tener cosas que estorben a la vista.
Un hobbie: Ver series de médicos.
Un vino: Un palo cortado.
El maridaje ideal: Alcachofas y amontillado.
Una experiencia gastronómica inolvidable: El Bulli con 16 años, y El Celler de Can Roca a lo largo de mi vida.
Si no hubieras sido sumiller/jefa de sala... Alguna profesión dentro del sector de la sanidad, seguro.
¿Con qué sueñas?: Con ver a mi hija feliz.
¿Y algo que te quite el sueño?: La salud de la gente que quiero.
Un proyecto por cumplir: Un hotel pequeñito.

"EL CARIÑO Y EL APLAUSO DE CIENTOS DE COMPAÑEROS DE OFICIO, FUE DE LOS MOMENTOS QUE MÁS ME EMOCIONÓ EN LA GALA MICHELIN, Y LO LLEVO GUARDADO DENTRO"





todos de elaboración, que con una copa del mismo vino, no tengo la oportunidad tan amplia de hacerlo.
Pero también soy muy sincera con mis clientes. Si en algún caso el cliente me dice que apenas bebe vino, o que le gusta un vino muy directo, enfoco la experiencia de beber por otro lado, y no en un maridaje.

¿Qué tipos de vinos o zonas vinícolas crees que están despuntando últimamente?
Bueno, yo creo que Castilla - La Mancha empieza a ser conocida, no tanto por la gran producción de vinos en cantidad, sino por la calidad, que está en auge, cada vez más, se elabora mejor, mucho mejor…
Y el mundo de los vinos generosos, esos vinos que son un tesoro para nuestro país y que creo que poco a poco los comensales se inclinan a probar.



Sierra de Gredos está dando vinos espectaculares. ¿Y esos vinos gallegos? ¿Y ese Priorat? Es que hay tantas y tantas zonas donde beber y disfrutar…

Acabas de conseguir el Premio Especial Servicio de Sala de la Guía Michelin por tu trabajo en Maralba, un premio que se viene a sumar a varios más –como el Premio Nacional de Gastronomía a la mejor Sumiller– que has ido recibiendo a lo largo de estos últimos años. ¿Ha sido éste la guinda del pastel? ¿Qué metas te quedan por alcanzar?
Hace dos años, cuando me concedieron el Premio Nacional de Gastronomía, pensaba que no habría otro más, porque con la de compañeros/as que hay realizando trabajos tan grandes, no pensaba que me iba a tocar a mí… Pero llega la Guía Michelin, dice mi nombre en La Gala, y pone mi mundo patas arriba. ¡Y cuando no te lo esperas, todavía más!

"SOY SUMILLER Y ESO ME HACE SER MÁS FUERTE PROFESIONALMENTE, Y DEFENDER LA SALA CON MAYOR AMPLITUD DE CONOCIMIENTO"

¡Dios mío qué felicidad, qué nervios, qué tembleque, qué llorera, y que responsabilidad, jajaja!
¿Es la guinda? Ahora ya no lo sé… pero creo que pocas cosas me quedan ya por recibir… eso sí, debo decir, que el cariño y el aplauso de cientos de compañeros de oficio, fue de los momentos que más me emocionó, y que lo llevo guardado dentro. A la vez que la mirada de mi marido, orgulloso de mí, en el momento de recibir el premio. La primera meta, es un Máster el cual empiezo ahora y me propongo acabar, teniendo muy poco tiempo libre, pero lo que me propongo, lo hago. ¿Pero el final de la meta? Creo que ni yo lo sé…

¿Algún nuevo proyecto profesional que puedas avanzarnos?
Bueno, llevar Maralba a lo más alto si se puede, pero de la misma forma que hasta ahora, poco a poco, dejándonos el alma, y mostrando cómo somos, gente sencilla, trabajadora, que hemos hecho de nuestro trabajo, nuestra pasión… ni más ni menos.❋

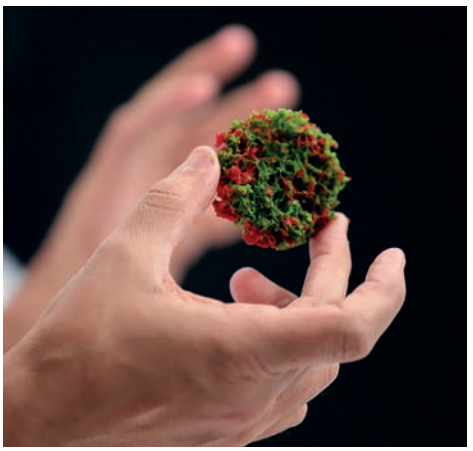
MARALBA RESTAURANTE
BY FRAN MARTÍNEZ
Violeta Parra, 5
02640 Almansa (Albacete)
Tel.: 967 312 326
www.maralbarestaurante.es

XXIII Madrid Fusión Alimentos de España

30 años desde que la cocina española asombró al mundo

La próxima cumbre gastronómica, que se celebrará del 27 al 29 de enero bajo el lema ‘Revolucionarios’, dedicará su acto central al movimiento que encendió un nuevo fuego en la cocina mundial y a todos sus protagonistas. Chefs como Ferran Adrià y su hermano Albert, Juan Mari Arzak, Pedro Subijana, Andoni Luis Aduriz, Dani García, Quique Dacosta, Joan Roca, Carme Ruscalleda o Martín Berasategui, participarán en la retrospectiva de lo que supuso aquel movimiento, de su influencia en la gastronomía contemporánea y de la influencia que aún mantiene su legado.



















Hace treinta años, la cocina española asombró al mundo y en su 23ª edición Madrid Fusión Alimentos de España 2025 quiere analizar las razones y motivos que articularon aquella revolución que irradió por el planeta a partir de 1995 y que desplazó hasta aquí el epicentro gastronómico mundial.

Por eso, la cumbre gastronómica más importante del mundo, que se celebrará el 27, 28 y 29 de enero en el Pabellón 14.0 y 14.1 de Ifema de Madrid, tendrá como lema 'Revolucionarios'. La libertad creativa, la voluntad de cambio, la rebeldía, el atrevimiento para cambiar las reglas o la generosidad para compartir los avances y descubrimientos son algunas de las innovaciones que aquellos revolucionarios introdujeron en la cocina de vanguardia y que durante Madrid Fusión Alimentos de España se recordarán de la mano de sus principales protagonistas y de otros muchos que continuaron siendo parte de aquel movimiento o que ahora siguen portando ese estandarte.

Será mucho más que un homenaje a los cocineros que a finales del siglo XX y principios del XXI cambiaron el rumbo de la cocina en el mundo. Un movimiento creativo que todavía salpica a muchos jóvenes cocineros y que tiene el reconocimiento internacional.

Cambió la forma de pensar y trabajar

Aquel fue el movimiento más influyente en el mundo de la gastronomía desde la *Nouvelle Cuisine,* y repercutió en la forma de pensar y de trabajar de cocineros de los cinco continentes. Aquella catarsis en la cocina cambió la estructura mental del cocinero a la hora de cocinar y del comensal a la hora de degustar, debido a la llegada del menú degustación. Se comenzó a compartir el conocimiento, los cocineros dejaron de ser dogmáticos y se mostró un nuevo camino al mundo en el que se entendía la cocina como un lenguaje. Se crearon cocinas que han cambiado el paradigma a la hora de trabajar, talleres y *labs* donde se trabaja en



V Concurso Alimentos de Madrid

Alimentos de Madrid y Madrid Fusión Alimentos de España han convocado el V Concurso Alimentos de Madrid que selecciona la mejor receta a nivel nacional elaborada con carne de la IGP "Carne de la Sierra de Guadarrama". Concurso en el que colabora la Dirección General de Agricultura, Ganadería y Alimentación, perteneciente a la Consejería de Medio Ambiente, Vivienda y Agricultura.

Los participantes deben presentar una única receta que esté elaborada con el siguiente ingrediente obligatorio como principal: presa de la IGP "Carne de la Sierra de Guadarrama". Además, será obligatorio incluir también en la receta dos ingredientes amparados por la marca de garantía M Producto Certificado —distintivo que caracteriza la calidad diferenciada de los productos agroalimentarios producidos y/o elaborados en la Comunidad de Madrid—, indicando el tipo de producto, y deberá de ir maridada con un vino de la DO Vinos de Madrid.

equipo. Y aparecieron nuevas herramientas o nuevos usos: licuadora, sifón, moldes de silicona, gastrovac, rotaval, liofilizadora, ronner, paco jet, etc.

La ingente capacidad creativa provocó que se crearan estilos no existentes: minimalismo, deconstrucción, simbiosis del mundo dulce con el mundo salado o trampantojos. Y nuevas técnicas y elaboraciones: helados y sorbetes salados, nuevas sopas, salsas, gelatinas, polvos helados, aires, espumas, nubes, pompas, cocina con nitrógeno líquido, destilados, esferificaciones, técnicas con obulato, ahumados al momento, azúcar soplado, papeles comestibles, embutidos marinos, nuevas salazones, nuevas fermentaciones, etc.

Aquella revolución dejó también las relaciones interdisciplinares como legado. Los cocineros empezaron a trabajar con diseñadores de vajillas, se abrieron a dialogar con la ciencia, con el arte o con la educación de excelencia, llegando incluso a 'conquistar' Harvard con el nombramiento como doctor honoris causa de un chef por primera vez en la historia, Ferran Adrià.

Diálogo con Japón y Latinoamérica

El intercambio cultural con otros continentes dio paso a un diálogo con la gastronomía japonesa y a otro con la latinoamericana. Y se empezó a mirar de otra forma al producto, a darle el mismo valor a todos independientemente de su precio y a centrarse en la búsqueda de la pureza del gen del producto.

Llegaron también nuevos productos elaborados y no elaborados y otros que no habían sido utilizados anteriormente en la alta coci-



Casa Cacao (Girona)

EL PROGRAMA INCLUIRÁ 17 CONCURSOS Y PREMIOS QUE BUSCARÁN RECONOCER A LOS NUEVOS REFERENTES EN DIFERENTES ÁREAS DE LA GASTRONOMÍA

na. En las cocinas se empezó a buscar contrastes de temperaturas y texturas, a separar el concepto de producto principal y guarnición, a crear nuevos cócteles a partir de técnicas de comida y a generar nuevas bebidas con y sin alcohol.

La estructura de los menús también se vio alterada por esta revolución. Se creó el menú degustación que ahora conocemos como largo y estrecho con múltiples pases y aparecieron nuevos conceptos en la experiencia gastronómica: coctelería creativa, nuevos snacks-tapas, prepostres, morphings…

La revolución en la sala

La revolución que comenzó hace 30 años llegó también a la sala, se eliminó rigidez con la aparición de la informalidad en el servicio y la creación de una nueva visión de "cocinar en la sala". La experiencia en relación con el cliente también cambió, al pasar de actor pasivo a activo que va al restaurante a divertirse, al incorporarse a la experiencia la provocación, el sentido del humor o la ironía. Esta nueva forma de entender la cocina también introdujo la sensualidad asociada al hecho de comer ciertos platos con las manos, algo impropio de la alta cocina. En la mayoría de estos restaurantes desaparecieron de la oferta al comensal la carta, el pan y los carros de quesos. Y el *finger food*, la tendencia de comer grandes platos en pequeñas dosis, se convirtió en habitual en la alta cocina.

Aquellos maravillosos años provocaron también que los cocineros españoles se convirtieran en personajes a los que les llegó el reconocimiento de los grandes medios internacionales generalistas. Ferran Adrià apareció en la porta-

Ocho hoteles optarán a los premios al 'Mejor Desayuno de Hotel'

Madrid Fusión Alimentos de España y Supra Café llevarán a cabo la segunda edición del premio "Mejor desayuno de hotel" con el propósito de reconocer el esfuerzo que algunos hoteles españoles realizan por alcanzar la excelencia con la primera comida del día.

Durante varios meses el equipo de Madrid Fusión ha recorrido innumerables hoteles españoles. Los ocho establecimientos nominados en dos categorías –Hoteles boutique y Hoteles de cadena– serán evaluados por un jurado de expertos que en votación secreta tendrán en cuenta los méritos de cada uno. Los ganadores de ambas categorías se darán a conocer en el escenario de Madrid Fusión Pastry Tu Provincia, Huesca, La Magia Dulce durante la próxima edición del congreso. Al dúo de ganadores se sumará una mención especial destinada a reconocer el esfuerzo de alguna cadena hostelera o caso singular, sea cual fueren sus dimensiones.

En la categoría de hoteles boutique optan al premio: Hotel César (Lanzarote) Casa Cacao (Girona), Hotel Cañitas Maite (Casas Ibánez, Albacete), y Hotel Eunice (Salamanca).

En la categoría de hoteles de cadena optan al premio: Hotel Ercilla (Bilbao), Villa Cortés (Arona, Tenerife), Boho Club (Marbella, Málaga) y Hotel Urban (Madrid).



da de *The New York Times* (2003) y luego en la del suplemento de *Le Monde* (2004). Su trabajo empezaba a trascender de las publicaciones gastronómicas.

Tres décadas después, el impacto de esta revolución en la cocina española y en el resto del mundo es enorme. En España, en estos 30 años se ha multiplicado el reconocimiento de la excelencia gastronómica y de tres restaurantes con tres estrellas Michelin en 1994 se ha pasado a dieciséis en 2025. Han aparecido nuevos asadores que son considerados los mejores del mundo, marisquerías de autor e infinidad de restaurantes gastronómicos. Y una lluvia de primeros puestos en todos los rankings mundiales, empezando por la lista *The World 50 Best Restaurants,* donde restaurantes españoles llevan ocupado los primeros lugares durante los últimos 20 años. Esta revolución de la cocina española no sólo cambió la forma de entender la gastronomía, sino que también ha tenido un impacto económico y cultural significativo. La cocina española se convirtió en un atractivo turístico, y ciudades como Barcelona, Madrid, San Sebastián y Girona empezaron a ser reconocidas como destinos gastronómicos de primer orden.

SE LLEVARÁ A CABO UNA NUEVA EDICIÓN DEL CONGRESO DEL VINO THE WINE EDITION FOOD & WINE FROM SPAIN

La edición 2025

En esta edición de Madrid Fusión Alimentos de España estarán muchos de los protagonistas de aquella revolución, con Ferran Adrià (elBulli-foundation, Roses, Girona) y su hermano Albert (Enigma*, Barcelona) a la cabeza. Junto a ellos pasarán por el escenario principal muchos de los protagonistas de aquella revolución que

V Premio Sostenibilidad Revelación

El V Premio Sostenibilidad Revelación Aquanaria en Madrid Fusión Alimentos de España 2025 ya tiene sus tres chefs seleccionados que irán a la final. El jurado, reunido el pasado día 15 de noviembre en Cantabria, en el restaurante Cenador de Amós*, tuvo que decidir los tres mejores candidatos que representan el auténtico espíritu de la sostenibilidad en el sector de la hostelería en todo el territorio español. Los tres seleccionados fueron, Blanca y Samuel Moreno, del restaurante El Molino de Alcuneza* (Alcuneza, Guadalajara); Lara Roguez, del restaurante Abarike (Gijón, Asturias), y Miguel Ángel de la Cruz, del restaurante La Botica de Matapozuelos* (Matapozuelos, Valladolid).**

El jurado –del que formaron parte entre otros el chef Jesús Sánchez, del triestrellado y con una estrella verde Cenador de Amós (Villaverde de los Pontones); y los chefs Sergio y Javier Torres (Cocina Hermanos Torres, Barcelona), también poseedores de tres estrellas así como la estrella verde de la guía francesa– destacó el extraordinario nivel de los participantes, la importancia de sus proyectos de sostenibilidad y la notable formulación de propuestas, que tendrán un largo recorrido y difusión del necesario mensaje de la preservación de nuestro planeta por medio de las buenas prácticas en los restaurantes españoles.

¿Quién será el Cocinero Revelación 2025?



Ángel Esteve



Felicia Guerra y Ausiàs Signes



Jorge Fernández y Beatriz Fernández



Áxel Smyth y Claudia Merchán



Icíar Pérez y Juan Carlos Pérez



Lucía Gutiérrez

Doce jóvenes de Logroño, Sevilla, Alicante, Madrid, Lleida, Santa Cruz de Tenerife y Santiago de Compostela se enfrentarán para alzarse con el codiciado título de Cocinero Revelación 2025, galardón que se entregará durante el congreso el próximo 29 de enero. Creado en 2003, muchos de los actuales grandes nombres de la gastronomía española fueron galardonados con esta distinción, como es el caso de Dabiz Muñoz, Ricard Camarena, Rodrigo de la Calle o Sara Peral y Jorge Muñoz, del restaurante Osa, ganadores de la última edición. La mayoría de los premiados con este reconocimiento a lo largo de las últimas dos décadas ostentan actualmente estrellas Michelin en sus establecimientos.
En esta ocasión los finalistas son: Beatriz Fernández y Rodrigo Fernández (Restaurante Arsa, Logroño), Rita Llanes y Manu Lachica (Restaurante Leartá, Sevilla), Ausiàs Signes y Felicia Guerra (Rest. Ausiàs, Pedreguer, Alicante), Lucía Gutiérrez (Restaurante Lur, Madrid), Àngel Esteve (Restaurante Sisé, Lleida), Icíar Pérez Cejas y Juan Carlos Pérez (Rest. Moral, Santa Cruz de Tenerife), y Claudia Merchán y Áxel Smyth (Rest. Simpar, Santiago de Compostela).



Manu Lachica y Rita Llanes



Por primera vez, se busca el mejor steak tartar

Este año, por primera vez, Madrid Fusión Alimentos de España celebrará el I Campeonato Nacional de Steak Tartar en Sala con el patrocinio de La Finca Jiménez Barbero.
En esta primera edición, todos los participantes competirán a la vez frente a un jurado de expertos –formado por periodistas y cocineros de prestigio, así como por especialistas gastronómicos y del sector alimentario– que proclamará un ganador único del campeonato. Se evaluarán aspectos como la técnica, la presentación, la interacción con el público y, por supuesto, el sabor final del plato.
Cada concursante deberá demostrar su pericia en la preparación en directo, aportando su toque personal. Este campeonato busca poner en valor una tradición que sigue cautivando a los comensales y resaltando la importancia del servicio en sala como parte integral de la experiencia gastronómica.

transcendió geografías y culturas: Heston Blumental (The Fat Duck***, Bray, Reino Unido); Gastón Acurio (Astrid & Gastón Lima, Perú); Massimo Bottura (Osteria Francescana***, Modena, Italia) o Yoshihiro Narisawa (Narisawa** Tokio, Japón), que estarán también en Madrid.
También los cocineros españoles que fueron protagonistas en la proa de este movimiento que cambió la historia de la cocina: Joan Roca (El Celler de Can Roca***, Girona); Pedro Subijana (Akelarre***, San Sebastián), Martín Berasategui (Martín Berasategui***, Lasarte, Guipúzcoa); Quique Dacosta (Restaurante Quique Dacosta***, Denia, Alicante); Dani García (Smoked Room**, Madrid); Andoni Luis Aduriz (Mugaritz**, Errentería) y Carme Ruscalleda.
Junto a ellos estarán muchos de los herederos –quienes fueron parte de ese equipo de elBulli que rompió los moldes–, como Oriol Castro, Eduard Xatruch y Mateu Casañas (Disfrutar***, Barcelona) o Albert Raurich, (Dos Palillos*, Barcelona, España); y también muchos de los que cogieron el testigo y decidieron seguir la senda de la revolución: Dabiz Muñoz (DiverXo***, Madrid); Eneko Atxa (Azurmendi***, Larrabetzu, Bilbao); Ángel León, (Aponiente*** Puerto de Santa María, Cádiz); Diego Guerrero, (DSTAge**, Madrid); Javi Olleros (Culler de Pau** O Grove, Pontevedrra), Jordi Vilà, (Alkimia*, Barcelona, España), Ricard Camarena (Restaurante Ricard Camarena**, Valencia), Pepe Solla (Casa Solla*, Poio, Pontevedra), Iván Cerdeño (El Cigarral**, Toledo) y Nacho Manzano (Casa Marcial***, Asturias).
En Madrid Fusión Alimentos de España estarán también este año chefs internacionales igualmente alineados con esta revolución, como Dylan Watson- Brawn (Ernst* Berlín, Alemania), Mark Donald, (The Glenturret Lalique**, The Hosh, Crieff, Escocia); Agustín Ferrando (Ando* Hong Kong), Albert Franch (Nolla*V Helsinki, Finlandia), Chiara Pavan y Francesco Brutto (Venissa* Venecia, Italia), Jorge Vallejo (Quintonil**, Ciudad de Mexico, Mexico), Bruno Verjus (Table Bruno Verjus**, París, Francia), Katuhito Inoue (Table by Katuhito Inoue, Kioto).
Junto a ellos, participarán también algunos de los jóvenes talentos españoles que son parte de la última generación de revolucionarios: Pedro Aguilera (Mesón Sabor Andaluz*, Alcalá del Valle, Cádiz); David Chamorro, (Food Idea Lab Madrid); Javi Estévez, (La Tasquería*, Madrid); Iago Pazos (Abastos 2.0 Santiago de Compostela) y Marco Antonio Iniesta (Frases*, Murcia).

Los otros congresos y concursos

Madrid Fusión, junto a San Sebastián Gastronomika, los dos grandes congresos de gastronomía en el mundo, han sido testigos directos y actores fundamentales en el proceso y se han convertido en pilares fundamentales para la consolidación y difusión de esta revolución culinaria. Aprovechando la generosidad de los cocineros para compartir los avances y descubrimientos, Madrid Fusión reúne desde 2003 a los mejores chefs de todo el mundo, ofreciendo un espacio donde la innovación y las nuevas tendencias son compartidas, debatidas y experimentadas. Además de ser esa ágora donde se empezó a compartir sin límite el conocimiento, permitió a los chefs españoles presentar sus propuestas ante una audiencia

Se premiarán las mejores croquetas de jamón ibérico y los mejores bocados con queso

Un año más Sánchez Romero Carvajal pone en marcha la convocatoria de uno de los campeonatos más populares de Madrid Fusión: el XI Campeonato Nacional para elegir la mejor croqueta de jamón ibérico.
Alta cocina en un bocado, un motivo para mostrar el dominio en esta especialidad abierto a amateurs, cocineros y profesionales de la hostelería. El ganador será proclamado tras la celebración del concurso en directo durante la cumbre gastronómica, el próximo 27 de enero, fecha en la que también se elegirá al ganador de la 15ª edición del concurso bocados con queso, un certamen que se ha consolidado como referente en el mundo del queso en España. Cuenta además con una nutrida representación de profesionales de la restauración tanto entre los participantes como entre los miembros del jurado. Su objetivo es premiar a aquellos profesionales o estudiantes, amantes del queso, que se esfuerzan por elaborar presentaciones singulares y diferentes con este alimento como protagonista.

Seis jóvenes competirán por el gran premio Pastelero Revelación



Beatrice Casella



Carla Ordás



Clara Campoamor



Claudia Merchán



Luis Fernández



Mar Ibáñez

Un año más, el equipo de Madrid Fusión Alimentos de España ha rastreado el escenario dulce de nuestro país tras la pista de jóvenes promesas del universo dulce. El ganador o ganadora (han sido seleccionados cinco mujeres y un hombre) se desvelará el último día del congreso y pasará a engrosar la lista de los nombres que han encabezado el podio en años anteriores.

Para la elaboración de sus postres los participantes tendrán a su disposición algunos de los más reconocidos productos de repostería del mundo distribuidos en España por Torrons Vicens.

Los candidatos a Pastelero Revelación en la próxima edición de Madrid Fusión Alimentos de España son: Beatrice Casella (Restaurante Glug, Barcelona), Carla Ordás (Hotel Six Senses, Ibiza), Luis Fernández (Hotel Boutique Eunic, Salamanca), Mar Ibáñez (Restaurante Aürt, Barcelona), Clara Campoamor (Restaurante Sol Post, Formentera) y Claudia Merchán (Restaurante Simpar, Santiago de Compostela).

global, contribuyendo a la internacionalización de la gastronomía española. El congreso no solo atrae a chefs, sino también a críticos, periodistas, empresarios y estudiantes y se ha convertido en un lugar donde los profesionales de la cocina pueden intercambiar ideas y aprender unos de otros.

Pero este año también, Madrid Fusión Alimentos de España tendrá programación en sus otros escenarios, además del Auditorio Principal: en el Auditorio Polivalente se llevará a cabo una nueva edición del congreso del vino de Madrid Fusión, The Wine Edition Food & Wine From Spain; la tercera del congreso dedicado al mundo dulce, Madrid Fusión Pastry Tu Provincia Huesca la Magia Dulce; y la segunda de Madrid Fusión Dreams Spain Food Tech Nation, así como Madrid Fusión Drinks. Además, se celebrarán durante los tres días, 17 concursos y se procederá a la elección de Cocinero Revelación, Pastelero Revelación, Bartender Revelación, Jefe de Sala Revelación y del Premio Sostenibilidad Revelación.❋



Ibai by Paulo Airaudo

Un antiguo bar brilla con luz propia

El mítico bar Ibai de San Sebastián, reabierto en abril del pasado año por el chef argentino afincado en la ciudad vasca desde 2017, Paulo Airaudo, ha recibido su primera estrella en tiempo récord.



Fue hace 42 años, en 1983, cuando Ibai abrió sus puertas por primera vez de la mano de Alicio Garro Hernandorena y su familia. Durante cuatro décadas, junto a su hermano Juantxo y su mujer Isabel, Alicio cocinó los mejores pescados, mariscos, carnes y verduras que compraba a diario en los mercados de San Martín, la Brecha y a productores de la zona.

Airaudo lo visitaba dos veces al mes como cliente desde su llegada a San Sebastián, así que no dudó en devolverlo a la ciudad ante su cierre: "San Sebastián no puede perder los restaurantes que la han hecho grande", afirma Airaudo quien ve cumplido el sueño de dar una nueva vida al Ibai.

Tras una reforma en profundidad que ha preservado la distribución original del restaurante, Ibai abrió nuevamente sus puertas en el núme-

El chef: Paulo Airaudo

Paulo Airaudo (Córdoba, Argentina, 1985) nació en una familia de inmigrantes italianos y desde los 18 años ha trabajado en muchos lugares: México, Perú y muchos países europeos, formándose en restaurantes como Arzak (3 * Michelin) en San Sebastián, The Fat Duck (3 * Michelin) cerca de Londres y Magnolia (1 * Michelin) en Italia.

En mayo del 2015 abrió La Bottega, una moderna trattoria en la parte histórica de Ginebra (Suiza). En octubre del mismo año, el restaurante recibió su primera estrella Michelin. En abril de 2017 abrió Amelia, en San Sebastián, donde solo siete meses después de su apertura consiguió la primera estrella Michelin. Luego trasladó el restaurante frente a la bahía de La Concha y después de 4 meses recuperó la estrella. En febrero de 2019 abrió Da Terra en Londres, donde después de 8 meses inaugurado, fue galardonado con una estrella Michelin y en enero de 2021, con la segunda. En el 2020 se le presentó la oportunidad de abrir El Bar de Villa Favorita en el hotel boutique Villa Favorita, uno de los más reconocidos en Donostia y donde se encuentra también ubicado Amelia. A mediados y finales del 2021 abre tres proyectos más, dos en San Sebastián, La Bottega di Filippo para aperitivos y The Blind Pig un speakeasy de lujo con cócteles clásicos, y el tercer proyecto en Barcelona, Aleia by Paulo Airaudo, el cual al primer año de su apertura obtuvo su primera estrella Michelin. En 2022 abrió Noi en el hotel Four Seasons de Hong Kong, a día de hoy con dos estrellas Michelin.

Actualmente Pablo Airaudo es el cocinero argentino con más estrellas del mundo y sigue afrontando nuevos proyectos y desafíos los cuales abrirán dentro de poco.





ro 15 de la calle Guetaria el 29 de abril de 2024. Para Airaudo, "Ibai es muy, muy parecido a Amelia (otro de sus restaurantes en Donostia, hoy con dos estrellas Michelin), en ambos restaurantes lo fundamental es la calidad extrema de cada producto. No escatimamos un euro".

La propuesta

Al frente de la cocina están el propio Paulo Airaudo, quien la asumió como un reto ilusionante y el chef de la casa, Nicola Baron; mientras lidera la sala el reputado sumiller Martín Flea, que domina una carta con más de 300 referencias.

La propuesta gastronómica es la misma que hizo famoso al Bar Ibai: el Salpicón de bogavante, los Guisantes con verduras de temporada, las Kokotxas en texturas, el arroz con almejas y las piezas enteras de pescado como el mero, la merluza, el lenguado y las antxoas.

El restaurante abre de lunes a viernes con sus dos espacios: el comedor y el bar. En el comedor se atiende a un máximo de seis mesas en horario de 13:00h a 15:00h.

"La apuesta de abrir sólo para comidas entre semana era y es arriesgada, pero lo tuve claro desde que tomé la decisión de revivir el Ibai", revela Airaudo.

En el bar se pueden degustar pintxos fríos y calientes, que van cambiando diariamente en horario de 10:00h a 16:00h.

"Me encanta que te atienda un donostiarra en la barra, que un argentino e italiana lo hagan en la sala, y que un italiano y un mexicano también compartan la cocina. Así se sacan adelante los proyectos hoy en día en Donostia", concluye Airaudo. ✻

Qué ha supuesto conseguir la estrella...

Pablo Airaudo expresó así lo que suponía conseguir una estrella para Ibai la misma noche de la concesión: "Lo de hoy sólo es el primer paso. La excelencia, el hacer hoy mejor las cosas que ayer, es un camino inagotable. El equipo es muy bueno y a partir de mañana mismo seguiremos trabajando para conseguir la segunda estrella".

IBAI
Getaria Kalea, 15 · 20005 Donostia (Gipuzkoa)
Tel.: 843 677 932 · www.baribai.com

Alicante, Cariñena y Cataluña

Dos ciudades y una región serán protagonistas este año



Benvinguts a pagès- Terres Lleida

Alicante y Cataluña darán a conocer todo su potencial gastronómico este año tras ser nombradas como Capital Española de la Gastronomía y Región Mundial de la Gastronomía, respectivamente, mientras que Cariñena sacará pecho a nivel vinícola tras ser designada Ciudad Europea del Vino.



La concejala de Turismo, Ana Poquet, y el alcalde de Alicante, Luis Barcala

Alicante, Capital Española de la Gastronomía 2025

Alicante ha conseguido alzarse con el título de Capital Española de la Gastronomía 2025, tomando el relevo a Oviedo, tras presentar por segunda vez su candidatura.

Un nombramiento que otorgan la Federación Española de Periodistas y Escritores de Turismo (FEPET) y la Federación Española de Hostelería y que trae consigo una amplia promoción y difusión de la gastronomía local así como actividades para el público en general y para profesionales a lo largo de todo el año.

El alcalde de la ciudad, Luis Barcala ha celebrado esta "gran noticia para la ciudad, que merece ser la capital gastronómica de España por su cocina propia y singular, la calidad del producto local y el buen hacer de nuestros hosteleros". Además, ha resaltado que esta capitalidad generará más de 15 millones de euros de impacto en Alicante en promoción y difusión. El nombramiento va a suponer "un antes y un después", ha avanzado el primer edil. De hecho, supone un impulso en la apuesta estratégica turística de la gastronomía en la que el Patronato de Turismo Alicante City&Beach lleva años trabajando.

La concejala de Turismo, Ana Poquet, por su parte, se ha mostrado "feliz por este reconocimiento y con muchas ganas de poner en marcha el amplio programa de actividades que tenemos diseñadas para exprimir al máximo la capitalidad gastronómica junto con el sector".

Es de destacar que la cocina alicantina parte de un recetario tradicional que se surte de una rica y variada despensa de mar y huerta: los cítricos, las verduras de temporada, los pescados y mariscos, los arroces (que no paellas) o los salazones son algunas de sus señas de identidad. Y eso se plasma en diferentes platos que se siguen elaborando en los hogares y en muchos restaurantes, con más de 1.700 establecimientos censados.



Turismo de Alicante

Cariñena, Ciudad Europea del Vino 2025

Cariñena (Zaragoza) ha sido elegida para este título –que tiene como meta difundir la cultura, paisaje o gastronomía del lugar elegido– por la organización RECEVIN (Red Europea de Ciudades del Vino), a la que pertenecen más de 600 ciudades en once países, sucediendo a la región del Alto Piamonte y Gran Monferrato, en Italia.

El Ayuntamiento de Cariñena, la D.O. Cariñena y la Ruta Enoturística del Vino de las Piedras ultiman ya un programa de actividades del que el alcalde de Cariñena, Sergio Ortiz, anunció las primeras pinceladas en su discurso en la cere-



monia de transmisión: "Se llevarán a cabo un nutrido programa de actividades, eventos, festivales y conferencias con las que sensibilizar a la sociedad sobre la importancia del vino en nuestro patrimonio y en nuestra economía". El alcalde resaltó igualmente que este año tendrán lugar dos importantes hitos "para mostrar la belleza del paisaje vitivinícola y la cultura del vino": la inauguración del nuevo Centro de Interpretación Medioambiental de la Viña y el Vino de Cariñena y el estreno de la película "Cariñena, vino del mar", obra del cineasta aragonés Javier Calvo filmada en los municipios de la Denominación de Origen. Ortiz destacó la designación como Ciudad Europea del Vino como "una oportunidad para resaltar nuestra cultura y compromiso con la excelencia en el ámbito vitivinícola", que también "va a suponer un impacto positivo que se extenderá a todo Aragón, y en particular a aquellos territorios de nuestra Comunidad Autónoma en los que la vitivinicultura es una de sus principales actividades económicas".

Por su parte, el presidente de la D.O. Cariñena, Antonio Ubide, ha resaltado que se trata "de un proyecto de todos y para todos, que tiene que repercutir tanto para Cariñena ciudad como para los 16 municipios que componen la Denominación de Origen, y para las localidades de las otras denominaciones de Aragón, sobre todo de cara a potenciar el enoturismo y promocionar nuestros vinos".



Restaurante Jacqueline Barcelona



Presentación de Catalunya, Región Mundial de la Gastronomía 2025

Catalunya, Región Mundial de la Gastronomía 2025

Catalunya se convierte este año en la primera región europea que recibe esta distinción. El presidente de la Generalitat de Cataluña, Salvador Illa, ha destacado que el nombramiento de Cataluña como la Región Mundial de la Gastronomía 2025 es una gran oportunidad que hay que aprovechar, y por eso la Generalitat de Cataluña está comprometida con ella, con un programa "sin precedentes" que tendrá 50 acciones en todo el territorio catalán e internacionalmente.

El president ha añadido que la gastronomía es una de las principales fortalezas y patrimonio de Cataluña, que hoy vive el mejor momento gastronómico de su historia, el más reconocido internacionalmente.

El programa presentado por la Generalitat contará con un presupuesto inicial de 15 millones de euros, con el objetivo de posicionar a Cataluña como líder mundial en turismo gastronómico. En este sentido, el titular del Ejecutivo ha destacado que es necesario aprovechar esta distinción para mostrar la mejor versión de Cataluña en el mundo.

La comunidad autónoma catalana ha asumido una firme apuesta por el turismo gastronómico, un sector estratégico para el desarrollo de la región, tanto por el impacto económico que genera como porque contribuye a la desestacionalización y descentralización del turismo. Además, este tipo de visitantes genera un 20% más de gasto que el turista convencional.

Entre otras acciones, el programa 'Catalan Food' pondrá en marcha acciones internacionales para promocionar el producto catalán durante todo el año y contará con *showcookings*, degustaciones, promociones y experiencias gastronómicas en diferentes mercados estratégicos. Septiembre centrará en gran parte las actividades de promoción al aire libre. Además, en España se realizarán diferentes presentaciones para dar a conocer Cataluña como destino gastronómico y la cocina catalana como una característica distintiva y diferencial del territorio.✻



Álbum de cromos para gourmets

El Álbum del Gourmet lo forman más de 100 restaurantes de Barcelona. Cada vez que disfrutes de una comida en uno de ellos, recibirás cromos que podrás pegar en tu álbum, y si te sobran sellos o te faltan algunos, podrás intercambiarlos con otros coleccionistas en 'quedadas' que se anunciarán en redes sociales. Tienes todo el año para completar el álbum. Si lo consigues, optarás a premios como cenas gourmet para dos. Toda la información la encontrarás en www.elalbumdelgourmet.com

CATA MAGISTRAL

El Consejo Regulador de la D.O. Empordà celebró el pasado mes la incorporación de la cariñena gris/roja a su pliego de condiciones con una cata magistral de cariñenas a cargo de Josep Roca, sumiller del Celler de Can Roca. La cata tuvo lugar en el Palau Robert de Barcelona y estuvo dirigida a profesionales de la restauración y la hostelería.



NUEVA WEB



La nueva página web www.rutadelvinoderiojaalavesa.com ofrece a los usuarios una plataforma ágil y dinámica, que incluye filtros de búsqueda avanzados para encontrar el lugar perfecto para cualquier tipo de evento en Rioja Alavesa, así como las actividades de incentivo que más se ajusten a sus preferencias.



Premios a la acción climática

Familia Torres ha entregado los VIII Premios Torres & Earth en reconocimiento a la acción climática. Los proveedores galardonados han sido Consum, Guala Closures Ibérica y la viticultora Eva Carmona, además de la ciudad de Vitoria-Gasteiz y el economista David Lizoain.



Premio al *packaging*

Artevino Family Wineries ha recibido el prestigioso premio International Wine Challange 2024 en la categoría de mejor *packaging* gracias a la colección 'New Happy Twenties', en la que participan las cuatro bodegas de la compañía: Bodegas Izadi, Finca Villacreces, Vetus y Orben.



TIENDA NÚMERO TREINTA



Wine Palace –la cadena especializada en vinos y destilados con sede en Vilamalla (Figueres, Girona)– ha abierto su tienda número treinta en Mataró (Barcelona). Una vez consolidada su presencia en Cataluña, continuará apostando por la expansión de sus tiendas físicas, reforzando la conexión humana y social que tanto valoran sus clientes. La compañía tiene previsto llevar su modelo de negocio a ciudades como Baleares, Valencia o Madrid.



Albariños altamente puntuados

Los vinos blancos de Bodegas Fillaboa, ubicada en Salvaterra de Miño (Pontevedra), han sido reconocidos por el prestigioso Master of Wine británico Tim Atkin en su *Rías Baixas 2024 Special Report* con altas puntuaciones. La Fillaboa 1898 2016 ha obtenido 96 puntos, Fillaboa Selección Finca Monte Alto 2021 ha obtenido 94 puntos y Fillaboa 2023 93 puntos.

El cava escasea por la sequía

Javier Pagés manifiesta que “es evidente que hay una escasez de producto” pero añade que “afortunadamente, también tiene aspectos positivos. Al ser la demanda superior al producto disponible los precios y márgenes han mostrado una tendencia al alza, permitiendo añadir valor en toda la cadena”.



Nuevos varietales ecológicos



Aceites Noguero Somontano, una de las almazaras más importantes de Huesca fundada en 1931, y cuyo producto es conocido como el “Aceite de los Pirineos”, ha obtenido recientemente el sello que certifica a sus siete varietales –royeta, blancal, arbequina, empeltre, frantoio, picudo y verdeña– como bio.

Cavas Mastinell



La mejor solución para conservar productos

Janisol Arte es, por sus propiedades de aislamiento térmico, su hermeticidad y su durabilidad, una solución perfecta para la construcción de los más bellos aparadores, armarios e, incluso, bodegas y cavas, para la conservación de productos sensibles y que requieren de atmósferas únicas, como vinos, quesos o embutidos.

Digitalización fácil de las facturas

Voxel revoluciona el procesamiento de las facturas con el único sistema de IA entrenado para el canal horeca: Bavel Billing. Posibilita la digitalización del 100% de las facturas recibidas, con un procesamiento automatizado, capaz de desglosar y procesar los detalles más complejos, como artículos, cantidades, precios y la relación entre ellos.



Nueva guía de vinos monovarietales

La edición de vinos monovarietales 2024-2025 de la guía *Wine Up!* mejora datos de ediciones anteriores con vinos de 49 variedades diferentes: 28 blancas y 21 tintas. En total se publican 822 referencias, mejora la puntuación media, hasta los 91.46 y sube hasta los 17.29€ de precio medio por botella.



EXPERIENCIA ENOTURÍSTICA

Hace apenas dos meses abría sus puertas al público 'Legado Bodegas Faustino', un proyecto enoturístico situado en Oyón, en la Rioja Alavesa, que brinda la posibilidad de disfrutar de un completo conjunto de experiencias alrededor del vino. Destaca la experiencia gastronómica en el *Wine Bar:* una selección de los mejores vinos de Bodegas Faustino acompañados de platillos diseñados por el chef Enrique Martínez.

Tienda con espacio gastronómico

La Vella Flor, tienda de decoración ubicada en la calle Gaudí, 6-8, de la localidad leridana de Solsona, es la continuidad de L'Heritage, la tienda del hotel La Vella Farga que surgió para atender las peticiones de clientes que querían llevarse la esencia del hotel a sus casas. Cuenta además con un espacio gastronómico para disfrutar de un vino o un aperitivo tras visitar la tienda, y tienda online www.lavellaflor.com.





PREMIO PARA WINE PALACE



Wine Palace ha recibido el Premio a la Expansión Empresarial y Excelencia en Venta de Vinos y Productos Gourmet. La empresa subrayó al recibir este galardón, tres aspectos clave de su éxito: la importancia de reflexionar sobre el camino recorrido para avanzar con paso firme, el orgullo de crecer junto a pequeñas bodegas en cada apertura, y el agradecimiento a su equipo de profesionales, sin los cuales este logro no habría sido posible. Este premio, afirman, es un reconocimiento al esfuerzo colectivo que impulsa su expansión y excelencia. Además, el pasado mes de noviembre, Wine Palace fue finalista al Premio a la Mejor Tienda de Vinos Especializada, un logro que refuerza su posición como referente en el sector del vino.

Paradiso celebra su noveno aniversario



Paradiso, uno de los cocktail bars más famosos del mundo, celebró recientemente su noveno aniversario con varios festejos. Destacó la presentación de un innovador concepto de bar *pop-up* totalmente sostenible de cero residuos, mostrando cómo el futuro de los cócteles puede ser innovador y respetuoso con el medio ambiente.



El mejor tinto español

Bodegas Valdemar ha sido distinguida en los prestigiosos International Wine Challenge Industry Awards con el premio al Mejor Tinto Español de 2024 para su vino Balcón de Pilatos Maturana 2020, reafirmando su liderazgo en la recuperación y elaboración de variedades autóctonas de Rioja.

Apuesta por el reconocimiento internacional



Con el propósito final de impulsar el posicionamiento de España como referente vitivinícola internacional, ICEX España Exportación e Inversiones y la Organización Interprofesional del Vino de España (OIVE) han firmado dos convenios y un acuerdo de licencia de uso de la marca 'Wines from Spain', cuyas sinergias contribuirán tanto a mejorar impulsar la imagen del vino español entre profesionales y consumidores de todo el mundo.



Barcelona Wine Week

La quita edición del que ya es el salón de referencia del vino español, tendrá lugar del 3 al 5 de febrero en los pabellones 1 y 8 de Montjuïc de Fira de Barcelona. Reunirá a más de 1.100 bodegas de prestigio y espera atraer a más de 24.000 visitantes.

D.O. Catalunya



La tradición vitivinícola en Cataluña es más antigua que su propia historia. Fenicios y romanos introdujeron el cultivo de la viña y, desde entonces, el vino forma parte de la vida diaria, la dieta, la cultura y los momentos de celebración de esta comunidad autónoma. La DO Catalunya, creada en 1999, es heredera de esta larga tradición.

Dónde comer en Barcelona

Os ofreceremos un listado con las mejores propuestas de restaurantes en la ciudad condal, incluyendo las nuevas aperturas que no os podéis perder.

Hotel Arts



Las nuevas estrellas verdes Michelin

Bistrot 1965 en Castelló d'Empuries (Girona), Cal Paradís en Vall d'Alba (Castellón), DSTAgE en Madrid, Espacio Amunt en Ulldecona (Tarragona), La Boscana en Bellvís (Lleida), O Secadeiro en Serra de Outes (A Coruña), Restaurante 1497 en Vallromanes (Barcelona), Taller Arzuaga en Quintanilla de Onésimo (Valladolid) y Tramo en Madrid son los nuevos restaurantes distinguidos con la estrella que premia la sostenibilidad.

D.O.Q. Priorat, D.O. Montsant y D.O. Terra Alta



Celler Devinssi – DOCa Priorat

En estas tres Denominaciones de Origen vinícolas ubicadas en la provincia de Tarragona se elaboran vinos que son fruto del paisaje en el que nacen.

LOS CONTENIDOS DE LA REVISTA ESTÁN SUJETOS A CAMBIOS POR MOTIVOS EDITORIALES.



TIEMPO DE SENTIR RIBERA DEL DUERO.
TIEMPO DE SENTIR ÁSTER.

Siente
áster

@bodegasaster | sienteaster.com

ZECCHINI
Tu Vermut

EUROPEA WINE & SPIRITS AWARDS 2024



BEBE CON MODERACIÓN.
Mayores de 18 años. Se recomienda un consumo adecuado y responsable. 15°

VISITA NUESTRA TIENDA ONLINE
VERMUTZECCHINI.COM | @VERMUTZECCHINI