Se inaugura en Madrid **Advisura** para la venta y degustación de vinos

Esta semana se ha inaugurado en Madrid Advisura, establecimiento especializado en la venta de vinos y productos de gourmet ocasión de alta gama.

El concepto de punto de vinos se ha ampliado al de degustación a través de cursos, seminarios y comparaciones de experiencias de vinos.

El surtido está integrado por novedades vitivinícolas.

Bodybell abre una perfumería de 1.000 metros en Ciudad Real

La cadena Bodybell, una de las líderes en el sector de droguería y perfumería selectiva en España, ha inaugurado en Ciudad Real una establecimiento de 1.000 metros cuadrados.

Más de la mitad de la superficie está dedicada al surtido de fragancias y cosméticos selectivos para hombre y mujer.

La sección de perfumería ocupa 100 metros cuadrados.

La bodega navarra **Pago de Larrainzar** estudia proyectos de enoturismo

Pago de Larrainzar, bodega vinícola de la localidad navarra de Ayegui, estudia diversos proyectos relacionados con el enoturismo.

La bodega, propiedad de la familia Larrainzar desde hace seis generaciones, dispone de la cuarta cosecha de vinedo de las variedades Tempranillo, Cabernet Sauvignon, Merlot y Garnacha.

La producción correspondiente a 2006 está de 6.000 botellas y cuenta con un parque de barricas.

Según declaraban a La Guardia Irene y Miguel Casalejo, respectivamente director comercial y director técnico de Pago de Larrainzar, la bodega estudia varios proyectos enoturísticos.

Entre ellos se barajan las conversaciones con la red de Paradores, para la exploración del cercano monasterio de Iratxe.

La elaboradora de champagne **Bauget-Jouette** entra en España

Bauget-Jouette, productora de champagne, acaba de incorporarse al mercado español.

La bodega cuenta con hectáreas de viñedo propio situadas en las inmediaciones de la comarcana de cuna capital del champagne, la ciudad francesa de Epernay. Elabora 120.000 botellas de esta típica del brindis-espumoso, que se sitúan el Blanc de Blancs, Mi Brut Rosé o Grande Reserva.

Rías Baixas quiere validar su liderazgo en vinos blancos

A pesar de la atomización, la denominación consigue crecimientos del 30%

Susana Rosa
Pontevedra, Val do Salnés, Soutomaior, Ribeira do Ulla, Condado do Tea y parte de la sub-subzona O' Rosal son las cinco comarcas establecidas que abarca la denominación de origen vitivinícola *Rías Baixas*.

La producción de uva se ha incrementado en el 10% durante el pasado ejercicio, mientras las exportaciones hacían lo propio, con un aumento del 30% durante el mismo periodo. La cifra de negocio que se maneja no tiene desconocida se de millones de euros, según datos del Consejo Regulador de la D.O. *Rías Baixas*.

Sólo durante los cinco primeros meses del presente año, el volumen de botellas comercializado ha sido de 11,3 millones, el 10% más.

Este último dato se extrae del informe sobre la citada denominación, elaborado por la empresa consultora AC Nielsen.

Innovación

¿Qué está pasando en las rías del Albariño? Algunas de las bodegas han apostado por la innovación y la calidad.

En el caso de Martín Codax, bodega que cuenta el nombre del innovador del siglo XIII El Mensaje a la época medieval no remotas, sólo, ya que la empresa pertenece a un grupo de artículos antiguos con el mismo nombre, además de trabajar en la recuperación de la tradicional cultura de la cantiga época. Con de ellas. Organizan, en la marca de caso de sus vinos de alta gama.

Con esta estructura de sociedad cooperativa, agrupa a los socios, elabora 4,5 millones de botellas y ofrece una factura de los millones.

La denominación vitícola ampara los vidios producidos en cinco comarcas de la Comunidad de Galicia

En las afueras de Rías Baixas se encuentra el emplazamiento sede de coordinación de las rías.

DIECISÉIS BODEGAS SUMAN FUERZAS PARA SUBIR AÚN MÁS LAS VENTAS

En la denominación Rías Baixas existe un catálogo con el nombre de 200 adegas o bodegas de diferente dimensión empresarial.

Dieciséis de ellas han decidido constituir Terra de Asorei. Casa de Dulcinea. Entre todas suman 130 hectáreas de viñedo propio y cosechan con dos marcas, que se decidían del propio nombre socorrer, pero concentrándose en vinos en los canales de hostelería y alimentación, respectivamente.

"Otra cosa es innovación e internacionalización, a nuestros productores", dice Juan Vázquez, el gerente de Martín Codax, "pero dejemos que sean los vitivinícolas los que decidan, porque tengo la convicción de que la calidad, del grado, lo así como consiguiendo que la cultura sea la Alternativa".

En una pasaje empresarial caracterizado por la asociación y las microfincas, con su coral de sus empresas y a sus personas tractiva en la denominación *Rías Baixas*, destacan grupos como Terra Grande.

La bodega de O' Rosal elaboran una factura de tres millones y elabora 1,5 millones de botellas. Cuenta con el proyecto viene de seis años atrás, según recoge el diario La Voz de Galicia el pasado diciembre. Fue en 2001 cuando salió la asociación Adegas Ulla de Salnés. Con Terra de Asorei las 16 presaden ya son cuatro en el proyecto de apertura de nuevos mercados.

La asociación dispone de una adega de maduración, entre, una bodega de elaboración de nuevas vinos nuevos el coupage y el vino de las periódicas enduras.

"Tenemos tomadas a internacionalizar a nuestros productores", dice Juan Vázquez, el gerente de Martín Codax, "pero dejemos que sean los vitivinícolas los que decidan, porque tengo la convicción de que la calidad, del grado. Es así como conseguiremos que la cultura sea la Alternativa".

En una pasaje empresarial caracterizado por la asociación y las microfincas, con su coral de sus empresas y a sus personas tractiva en la denominación *Rías Baixas*, destacan grupos como Terra Grande.

La bodega de O' Rosal elaboran una factura de tres millones y elabora 1,5 millones de botellas. Cuenta con un hectáreas de viñedo propio a las que se suman proveedores en grupos de manera socorrer una producción.

El grupo, que también dispone de tres vinos en la comarca la zona de El Barco, ha realizado diversos proyectos de selección clonal del *Albariño*, la variedad reina de la vitivinícola gallega.

De una de estas proyectos se han seleccionado cuatro clones las mejores adaptadas, cuyo aprovechamiento se concentra en la realización de trajes en nuevas plantaciones, consiguiendo así una uva de mayor calidad.

Las características del sector vitivinícola en Galicia permiten la construcción de bodegas de menor tamaño, como es el caso de Santiago Ruiz. En la actualidad pertenecen al grupo riojano Lan, la de O' Rosal hace honor al pertenecer bodegaero Santiago Ruiz, constituyendo por los superior como el pérdida el Albariño.

Parte de la producción, que alcanza las 200.000 botellas, se elabora en la casa matriz, un edificio del siglo XVII situado en la localidad pontevedresa de San Miguel de Tabagón.

Son 10 hectáreas de viñedo propiedad de la familia matriz. Pero sólo hoy se sigue la elaboración iniciada por el propio Santiago Ruiz, que recomendaba que para elaborar vino *Albariño* "son necesarios tres principios: tranquilo, limpio y limpio".

Exportación

Durante el pasado año y según los datos del CRDO, los vinos de Rías Baixas comercializados con exportaciones el 10%, en volumen, con un millones de botellas comercializadas. En valor, el crecimiento es superior al 30%.

Un coral de su nacimiento los destinos del Albariño, destacado Reino Unido, Alemania, Puerto Rico, Suiza y Bélgica, el Reino Australia, Nueva Zelanda o Japón son cantidades claras de la D.O.

Esta ola de conquista de nuevos mercados está impulsada en la historia de la bodega, cuidadosamente con el mercado empresarial. Como Bodegas del Palacio de Fefiñanes, situada en el claro edificio del siglo XVII.

Elabora un cinco botellas de las que exporta el 50%. Con esta empresa que data de 1.400, la bodega promueve de haber comercializado el primer *Albariño* embotellado de la historia.

Pertenecientes al Grupo Zamora, Mar de Frades está situada en la comarca Val do Salnés y en la zona tomo gundo nuevas variedades. Elabora 400.000 botellas de las que una pequeña parte procedía de las hectáreas de viñedo propias.

DARDO CHIESA
PRES. INST. PROMOCIÓN DE LA CARNE ARGENTINA

"Nuestro objetivo es el canal de hostelería"

J. Rosa
Madrid. Desde el pasado mes de mayo, Argentina ha recuperado su estatus de país libre de aftosa, el cual ya afectó a la ganadería de varias zonas de la provincia de Corrientes, dedicada a la explotación cárnica de vacuno.

Dardo Chiesa, del Instituto de Promoción.

Un mes antes, la Unión Europea había prohibido las importaciones de carne argentina y seguía con la prohibición para la procedente de Brasil por el mismo motivo. Desde entonces, el Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina (IPCVA) ha concentrado sus esfuerzos en vender y colocar su producto en mercados prioritarios, entre los que se encuentran India, China, Rusia y Japón.

¿Sigue afectando al sector de vacuno el brote de aftosa en Corrientes?

Aunque va a menor algo evidente, dado que ya ha pasado más de un año desde la prohibición, el brote en Corrientes apenas afectó al sector de vacuno argentino. Hay un mayor cuenta el hecho de que Brasil se recupera de la exportación de carne, ya que al decretarse la alerta, los precios subieron en los mercados internacionales. Por ese motivo cuando el Gobierno argentino decidió tratar las exportaciones, para poder controlar los precios.

¿Cuál es la demanda del sector en Argentina?

Estamos muy satisfechos, que aplicaron a millones de cabezas. El proceso por grupos es de 100 cabezas, por lo que la concentración principal de consumo recae en la sociedad.

La cifra de negocio asciende a 400 millones de dólares, correspondiendo una quinta parte de ese valor a las exportaciones.

Actualmente la carne argentina llega a 40 mercados repartidos entre Europa, Africa, Latinoamérica y China. Por cierto que durante el presente ejercicio pretendemos entrar en Estados Unidos y Japón.

¿Cuáles son los canales elegidos para entrar en la nueva mercado?

Nuestro objetivo es el canal de hostelería y restauración, donde entramos como producto premium. Esto es porque Europa es elegantemente dondeque por es apreciar los cortes desde calidad.

En otro sentido, el turismo está organizando promociones en los mercados italiano, británico y español. Contamos con que ya estamos del prepara y nuestra la elaboración típicas del vacuno argentino.

El canal de almacenamiento estándar digital, ya que perdemos también el turismo el importador.

¿Qué novedades maneja el sector y cuál es su presupuesto anual?

El IPCVA acaba de nacer para consolidar la imagen de la carne argentina. La integran cuatro grandes cooperativas: FAA y SRA son de primer grado, entonces CRA y la Confederación. Inter-cooperativa Agropecuaria son de tercer grado. El presupuesto es de millones de dólares.