vinetur

La Cooperativa de Gandesa rehace su marca desde el orgullo de ser cooperativa

La entidad presenta nuevas etiquetas de Gandesola y lanza Messerols, un blanco brisado de Garnacha Blanca

jueves 18 de junio de 2026

La Cooperativa de Gandesa presentó este jueves, 18 de junio, su nueva identidad de marca en un acto ante los medios en Gandesa. La entidad, fundada en 1919 en la Terra Alta, plantea este cambio como un reposicionamiento que no modifica su naturaleza, sino la forma de explicarse. La cooperativa deja de centrarse en contar qué hace para poner el foco en quién es. Su nuevo lema es “Orgullosamente inconformistas desde 1919”.

El presidente de la cooperativa, Pere Bové, vinculó ese nuevo posicionamiento a una lectura de la propia historia de la entidad. Según explicó, la reflexión parte de cuatro grandes decisiones tomadas a lo largo de más de un siglo y que, a su juicio, responden a una misma forma de actuar. “Miramos atrás y vimos que siempre habíamos hecho lo mismo. Siempre podríamos haber hecho menos. Nunca lo hicimos. Eso tiene un nombre: inconformismo. No nos lo inventamos. Lo descubrimos”, afirmó.

La primera de esas decisiones se sitúa en 1919, cuando, tras el impacto de la filoxera en la Terra Alta, cuarenta y ocho familias impulsaron la cooperativa y levantaron su sede con la participación del arquitecto Cèsar Martinell, discípulo de Antoni Gaudí. La actual sede es el edificio modernista conocido como la Catedral del Vino. La cooperativa recuerda que esa construcción fue levantada por las propias familias y que está considerada la Séptima Maravilla de Cataluña.

La segunda referencia histórica que incorpora la nueva marca se remonta a 1936. En plena guerra, la cooperativa creó el Vermut Terralta, un formato monodosis con una etiqueta firmada por uno de los cartelistas más reconocidos de aquel momento, y lo exhibió en la Monumental de Barcelona.

La tercera decisión que la entidad incorpora a su relato se sitúa en los años ochenta, cuando elaboró el primer crianza de la comarca en un momento en el que, según recuerda la propia cooperativa, en el entorno predominaban los vinos de mesa y el granel. La cuarta llegó en 2002, con una inversión de cinco millones de euros para construir una nueva bodega en lugar de reformar la anterior.

Bové sostuvo que la nueva etapa de la marca representa una quinta decisión. En un momento de transformación para el sector del vino, con descenso de ventas y saturación del mercado, la cooperativa ha optado por presentarse desde tres ideas concretas: no ocultar que es una cooperativa, no ocultar que es de Gandesa y no construir un relato artificial. “Hay marcas que tienen que inventar un relato. Nosotros tenemos cien años de hechos documentados. No hace falta inventar nada. Hace falta explicar lo que ya existe”, señaló.

Uno de los ejes del nuevo posicionamiento pasa por redefinir qué significa ser cooperativa. La entidad quiere asociar ese modelo a calidad, proximidad, humanidad y arraigo al territorio. Bové defendió que “ser cooperativa no quiere decir ser de granel” y que “ser de pueblo no quiere decir ser de segunda”. En su intervención, añadió que ese modelo implica pensar en generaciones y no en trimestres.

Para ilustrarlo, el presidente recurrió a una viña familiar plantada en 1919 por su bisabuelo. Según relató, esa cepa de 107 años produce menos de la mitad de uva que una joven, pero sigue en producción porque la cooperativa no la arrancó. Bové aseguró que de esa viña sale una de las mejores uvas con las que trabajan y recordó que ya dio origen al primer crianza de la Terra Alta en 1988. Cuatro décadas después, añadió, sigue aportando la base de Puresa, el vino monovarietal de viñas históricas de la casa.

La nueva identidad visual toma como referencia directa la arquitectura de la sede modernista. El nuevo logotipo transforma la silueta de la catedral de Martinell en una G, inicial de Gandesa, construida con la misma geometría de los arcos del edificio. A

partir de esta imagen, la cooperativa irá desplegando de forma gradual la renovación completa de la marca, con nuevas etiquetas para todas sus gamas, nuevos productos y una nueva web.

La primera muestra visible de ese cambio son las nuevas etiquetas de Gandesola, presentadas también este jueves, 18 de junio. La gama de blanco, tinto y rosado incorpora tres personajes que la cooperativa define como inconformistas. En el tinto aparece una persona de pueblo que no se conforma con un tractor normal; en el blanco, una figura que baila con los pies en el suelo y la cabeza en el cielo; y en el rosado, un personaje que no sigue modas y actúa con criterio propio.

Junto a esa renovación gráfica, la cooperativa presentó Messerols, un nuevo vino brisado de Garnacha Blanca. La entidad lo define como un regreso a la forma tradicional de elaborar vino blanco en la zona, con trabajo sobre las pieles de la uva. En el texto de la etiqueta, la cooperativa afirma que se trata de “un vino blanco hecho con las pieles de la uva, como se hacía aquí en nuestra tierra, mucho antes de que nadie lo llamara orange wine”.

Messerols procede de viñas de edad media de Garnacha Blanca. Se ha elaborado con maceración y fermentación con pieles durante doce días, sin filtrar, y alcanza una graduación de 14,2%. El nombre hace referencia a una parcela local y sigue la costumbre de la cooperativa de bautizar sus vinos con topónimos de la Terra Alta.

La cooperativa vincula este lanzamiento con la misma línea de pensamiento que inspira la nueva marca. En su intervención, Bové relacionó el inconformismo con una manera de trabajar que, a su juicio, gana valor en un momento marcado por la automatización y la inteligencia artificial. “Vivimos en un momento en que la inteligencia artificial lo puede hacer todo más rápido. Nosotros creemos que en un mundo donde todo se automatiza, el valor de las cosas hechas por personas reales, con criterio, con tiempo y con orgullo, no baja. Sube”, afirmó.

La presentación de la nueva marca también enlaza con la conmemoración del centenario de la muerte de Antoni Gaudí en 2026. Bové sostuvo que una parte del legado del arquitecto quedó en Gandesa a través de Cèsar Martinell, miembro de su círculo próximo. Según explicó, Martinell levantó la Catedral del Vino en 1919 aplicando

los mismos arcos parabólicos presentes en obras como el Palau Güell, La Pedrera y la Sagrada Familia. “No la construyó copiando a Gaudí. La construyó continuándolo”, señaló.

El acto concluyó con la proyección de un vídeo manifiesto rodado en la Terra Alta, con el que la cooperativa resume en imágenes ese relato de inconformismo que ahora sitúa en el centro de su identidad.

La Cooperativa de Gandesa agrupa a 150 familias y trabaja 400 hectáreas de viñedo y olivar. Su sede es el edificio modernista de Cèsar Martinell, declarado Monumento de Interés Nacional y reconocido como Séptima Maravilla de Cataluña en 2007. La entidad elabora vinos con Denominación de Origen Terra Alta y aceites con DOP Oli de la Terra Alta. Además, cuenta con producción ecológica certificada y presencia en mercados nacionales e internacionales.