vinetur

Una empresaria de 27 años dejó tres innovaciones que todavía forman parte de la historia del champagne

La casa le atribuye avances decisivos en vinos de añada, removido de botellas y rosados de ensamblaje

martes 29 de septiembre de 2026



Veuve Clicquot ha situado este martes, 29 de septiembre, el origen de La Grande Dame en la figura de Barbe-Nicole Ponsardin, la viuda que asumió la dirección de la casa en 1805 y que, con 27 años, pasó a dirigir un negocio en una época en la que las mujeres apenas tenían margen para hacerlo. La firma francesa presenta esta cuvée de prestigio como un homenaje a la empresaria a la que sus contemporáneos llamaban “La Grande Dame de la Champagne”.

La Grande Dame nació en 1972, cuando la casa cumplió dos siglos desde su fundación en Reims, en 1772. Con esa referencia, Veuve Clicquot quiso ligar su gama más alta al nombre de Madame Clicquot y a una forma de trabajar basada en una idea que la compañía sigue asociando a ella: “Solo una calidad, la mejor”.

La historia de Barbe-Nicole Ponsardin ocupa un lugar central en ese relato. Tras quedarse viuda, tomó las riendas de la maison en 1805 y abrió una etapa que la empresa vincula con varios cambios técnicos y comerciales en el champagne. Madame Clicquot murió en 1866, pero su nombre siguió unido a la marca y acabó dando título a la cuvée creada más de un siglo después.

Entre los avances que Veuve Clicquot atribuye a aquella etapa figura el lanzamiento, en 1810, del primer champagne de añada conocido. En ese tipo de vino, las uvas proceden de una sola cosecha, algo que permite reflejar con más precisión las condiciones de un año concreto. Seis años más tarde, en 1816, desarrolló la mesa de removido, un sistema para colocar las botellas boca abajo y desplazar los sedimentos hacia el cuello antes de su eliminación. Ese método, conocido después como pupitre de removido, resultó básico para mejorar la claridad del vino.

La casa también sitúa en 1818 otra aportación de Madame Clicquot: el primer champagne rosado de assemblage conocido. El procedimiento consistía en mezclar vino blanco de Champagne con vino tinto de Pinot Noir procedente de Bouzy. Frente a otros rosados obtenidos por breve maceración, esta fórmula pasó a ser una de las vías clásicas de elaboración en la región.

Su influencia, según mantiene la firma, no se limitó a la bodega. Veuve Clicquot sostiene que Madame Clicquot buscó una presentación “lujosa, elegante y sencilla” para sus vinos, en contraste con las etiquetas más recargadas de su tiempo. La casa resume esa idea en otra frase que atribuye a la empresaria: “La simplicidad también tiene su elegancia”.

La expansión comercial fue otro de los ejes de su gestión. Veuve Clicquot recuerda que Madame Clicquot impulsó una red de ventas que alcanzó distintos mercados de Europa, Estados Unidos y Rusia. En 1814 envió 10.550 botellas de la añada 1811 a San Petersburgo con la intención de que llegaran antes que las de otros productores cuando se reanudara el comercio con Rusia.

España también aparece en esa red desde fechas muy tempranas. Los archivos de la compañía recogen envíos a Palma de Mallorca en 1786, a Bilbao en 1790 y a Madrid en 1815. Esa secuencia muestra que los vinos de la casa fueron entrando en distintos

puntos del mercado español antes y después de la llegada de Madame Clicquot a la dirección.

En la identidad actual de La Grande Dame, Veuve Clicquot pone el foco en el Pinot Noir, la variedad que considera preferida de Madame Clicquot. La firma resume esa inclinación con otra cita atribuida a la empresaria: “Nuestras uvas negras dan los mejores vinos blancos”. En Champagne, el Pinot Noir es una de las tres uvas principales y suele aportar estructura, profundidad y capacidad de envejecimiento, rasgos muy valorados en las cuvées de prestigio.

La casa denomina a esta línea de trabajo L’Art du Pinot Noir. Bajo ese concepto, La Grande Dame se presenta como una interpretación del papel de esta variedad en la región y de su capacidad para reflejar el terruño y el carácter de cada cosecha. En la práctica, eso significa que la elección de parcelas, el ensamblaje y la crianza se orientan a un estilo más preciso dentro del catálogo de la marca.

Veuve Clicquot mantiene además que La Grande Dame no se elabora todos los años sin más, sino solo en añadas que la casa considera aptas para esa referencia. Esa política sitúa a la cuvée en la parte más exclusiva de la oferta de la firma y refuerza el vínculo que la empresa traza entre el vino, la figura de Madame Clicquot y la herencia técnica y comercial que dejó en la historia del champagne.