vinetur

La D.O.P. Cariñena mostrará las cualidades de la Garnacha en Nueva York

Dentro de su campaña promocional en EEUU 'Cariñena region to watch'

jueves 28 de febrero de 2019



La Denominación de Origen Protegida Cariñena continuará dando a conocer en Estados Unidos la variedad y calidad de sus "Vinos de las Piedras" con la participación en la feria profesional Vinexpo New York, los días 4 y 5 de marzo. En este foro, el maestro del

vino –"master of wine, MW"- Pedro Ballesteros ofrecerá una clase magistral sobre las cualidades de la uva garnacha, eje de la campaña promocional "Cariñena Region to Watch", y las bodegas San Valero, Grandes Vinos y Paniza presentarán sus últimos lanzamientos.

Vinexpo New York es una de las principales ferias del sector del vino en Estados Unidos y una cita comercial de referencia, ya que está dirigida exclusivamente al público profesional y reúne a unos 4.000 visitantes especializados, como importadores, distribuidores, empresas de catering, sumilleres, mayoristas y críticos. Así, la participación de los "Vinos de las Piedras" será la última y principal parada de la Garnacha Road Tour, con la que la D.O.P. Cariñena está dando a conocer en el mundo del vino estadounidense los atractivos de la emblemática uva garnacha, autóctona de esta Denominación y que supone la tercera parte de sus viñedos.

Con la iniciativa Garnacha Road Tour, la Denominación de Origen ha presentado sus vinos en distintos foros profesionales de Estados Unidos, dentro de su exitosa campaña "Cariñena Region to Watch". A lo largo de 2018, participó en seis eventos, como reuniones comerciales y catas, principalmente en el estado de California.

LOS VINOS DE CARIÑENA EN NUEVA YORK

En la feria neoyorquina, la D.O.P. Cariñena cuenta con un stand con espacios para las tres bodegas participantes, en donde se ofrecerán degustaciones y se expondrán sus novedades de tintos, blancos y rosados. También se ha programado un evento VIP en el restaurante Legacy Records, el lunes 4 a las 17,00 horas, en el que los representantes de la Denominación y el maestro del vino Pedro Ballesteros presentarán una selección de vinos de viñas viejas de garnacha con degustación de tapas.

Pedro Ballesteros también protagonizará el acto central de Cariñena en la feria, la master class "La garnacha desvelada", el martes 5 a las 10.30 h, en el que analizará las características de esta uva, su cultivo en la D.O.P. Cariñena y otras regiones vinícolas del mundo, la variedad de vinos que se elaboran con ella y sus perspectivas. La clase magistral incluye una cata completa de diferentes vinos de esta variedad, desde elaborados a partir de uvas procedentes de viñas viejas hasta los más modernos y originales.

Pedro Ballesteros es ingeniero agrónomo y máster en viticultura y enología; tiene el Diploma Wine & Spirit Education Trust (WSET) con distinción y se convirtió en Master of Wine (MW), el máximo estándar en el sector vinícola, en su primer intento en 2010. Trabaja en organismos de promoción y educación, colabora como crítico en distintas publicaciones especializadas internacionales y es jurado en las principales competiciones, como la WWA de Decanter, 5Stars de Vinitaly o Bacchus y otros.

Ballesteros ha destacado de los vinos de la D.O.P. Cariñena su amplia gama de estilos, desde jóvenes a reservas, y el carácter de sus garnachas que la están haciendo "cada vez más popular y de gran atractivo para el consumidor".

LA GARNACHA ROAD TOUR EN 2018

Esta participación en la feria de Nueva Cork culmina el trabajo realizado a lo largo de 2018, en el que se organizaron catas, presentaciones y reuniones comerciales para dar a conocer la uva garnacha y los vinos de Cariñena en distintos eventos celebrados en importantes ciudades de California así como en la capital del país, Washington DC.

En agosto se celebró en Anaheim la conferencia ECMR, en la que durante cinco días se presentaron los vinos de la Denominación a importadores, distribuidores y vendedores minoristas y se celebraron reuniones con más de 200 clientes potenciales, que mostraron su interés por la calidad y valor de Cariñena.

Igualmente se participó en los Great Match de San Antonio (en julio) y Los Ángeles (noviembre), una cata anual de vinos españoles patrocinada por ICEX/Wines from Spain, en donde Cariñena participó con un stand y presentó 9 vinos con gran interés del público, tanto los consumidores como los periodistas especializados destacaron especialmente la relación calidad-precio.

También se dieron a conocer los vinos de la Denominación en dos eventos del SommCon, una conferencia para profesionales del vino enfocada a los sumilleres, medios de comunicación, e importadores de productos gourmet. En julio se asistió al de Washington DC, y en noviembre al de San Diego, se ofreció una cata y un seminario del maestro sumiller Bob Bath, con gran repercusión entre los asistentes.

Además, en abril se celebró la I Cumbre Mundial de la Garnacha, en el prestigioso Culinary Institute of America COPIA, en Napa (California), que incluyó seminarios, catas y un concurso de cata ciega, con la participación de denominaciones de origen y zonas de producción de uva garnacha de todo el mundo.

"CARIÑENA REGION TO WATCH"

La campaña "Cariñena Region to Watch" está organizada por la Denominación Cariñena en colaboración con la agencia de comunicación estadounidense Gregory White PR, para potenciar El Vino de las Piedras en el mercado estadounidense, e incluye acciones de promoción comercial, marketing, eventos y patrocinios, publicidad y misiones inversas. El nombre de la campaña parte de una crítica en la revista especializada Wine Enthusiast, que definió a la Denominación como la definió como "una región española para observar", y señaló sus vinos como algunos de "los más cotizados, más interesantes e idóneos para combinar con la comida".

La campaña continúa la que se llevó a cabo con el lema en años anteriores con el lema "The Next Great Grape", en referencia también a la garnacha, y que ya tuvo un gran éxito. Desde 2009, la D.O.P. Cariñena y sus principales bodegas -Bodegas San Valero, Grandes Vinos y Bodegas Paniza- están centrando gran parte de sus acciones de promoción en Estados Unidos, para posicionar los vinos de la Denominación en este mercado y como referencia internacional. El esfuerzo ha logrado que las ventas se hayan duplicado desde entonces y superen ya los tres millones de botellas vendidas al año de media.