vinetur

# Santiago Frías: "La innovación está en el ADN de nuestra bodega, por eso llevamos 130 años elaborando vinos de calidad diferenciada"

Entrevista exclusiva con Santiago Frías, Presidente de Bodegas Riojanas

lunes 18 de diciembre de 2023

ESCRITO POR CARMEN FERNÁNDEZ



Situada en una de las zonas más prestigiosas para la producción de vinos, Bodegas Riojanas es una de las bodegas centenarias que continúa la tradición de la elaboración de los vinos de calidad bajo la D.Oca La Rioja. De la mano de la familia Frías-Artacho, la bodega ha sabido adaptarse no solo a los gustos del público si no a la sensibilización en lo que se refiere a la conservación del entorno.

Con 200 hectáreas de viñedo propio y otra 600 has de viticultores, la tempranillo es la reina pero Bodegas Riojanas tiene también grandes extensiones de Graciano y Mazuelo con la que elabora vinos que comercializa mayoritariamente en España mientras que un  25% se comercializan en USA, México, Irlanda, UK, Alemania.... Hablamos con su presidente, Santiago Frías, al frente de la empresa desde 2009, sobre elaboraciones, diversificación, y ventas. Hablamos del presente pero, sobre todo, del futuro de esta bodega bajo los criterios de innovación y sostenibilidad.

## ¿Como combinan las diferentes variedades para elaborar los vinos más singulares de Bodegas Riojanas?

La variedad Mazuelo nos ayuda a reforzar la acidez del Tempranillo, principalmente para los Reservas y Grandes Reservas bajo la marca Viña Albina que es un coupage de las 3 variedades.

El Graciano también complementa la acidez y nos ayuda a potenciar el color y el cuerpo de Viña Albina. Esta variedad la utilizamos en otras proporciones en otras marcas como puede ser en Monte Real Cuvée de la gama Vanguardia en un 33% o en nuestros vinos de autor Gran Albina en que el Mazuelo y Graciano suman un 66% o Albina Essencia integrado por una selección de parcelas entre las que una es de Graciano.

## Una de sus iniciativas más destacadas al frente de la bodega ha sido la estrategia de diversificación en otras denominaciones, ¿cuáles han sido los criterios con los que se han elegido estas denominaciones de origen y con qué otros territorios o bodegas mantienen colaboraciones?

La estrategia se ha enfocado en complementar nuestra gama de vinos con Denominaciones de Origen españolas, centrándonos fundamentalmente en zonas productoras de blanco dado que en Rioja y en Toro contábamos con variedades tintas, mayoritariamente. En el último proceso, hemos incorporado una bodega en Ribera de Duero porque era la otra gran zona de tintos en la que no estábamos, ofreciendo así a nuestros consumidores disfrutar del vino en distintos momentos y ocasiones de consumo.

## Todas estas iniciativas les han permitido contar con un amplísimo portfolio de elaboraciones y variedades, ¿se adaptan así a los diferentes gustos de los públicos?

Sí, pretendemos llegar a un amplio sector de consumidores y cubrir un espectro cada vez más extenso de momentos de consumo: desde vinos enfocados a celebraciones especiales, como una boda, cumpleaños o Navidad hasta el momento afterwork o una cena con amigos y pareja.

## ¿Cómo se impulsa la innovación en una bodega centenaria como esta? ¿Y en que se actuaciones o iniciativas se ha traducido esta vocación innovadora?

El impulso viene de todos los que conformamos Bodegas Riojanas. Creo que en el ADN de la bodega está ese carácter innovador. De otra forma, no hubiésemos desarrollado nuestra actividad durante más de 130 años. Al lo largo de los años, la innovación se ha traducido en iniciativas innovadoras históricas y emblemáticas como el lanzamiento de Monte Real en 1933, encargado por **D. Román Artacho** al enólogo francés Gabriel Larrendant con el objetivo de elaborar un vino que fuera el alma de Bodegas Riojanas, un vino revolucionario que rompía con el concepto de Rioja. En la finca **"El Monte" en Cenicero**, nace un vino expresivo de su origen "Rioja" con una personalidad que lo identifica y le da un carácter único. Otro hito innovador se produjo en 1978 cuando se solicitó voluntariamente al consejo regulador el control de añada cuando todavía no se había implementado.

Actualmente podemos destacar dos proyectos orientados a conservar la biodiversidad y sostenibilidad: SOSTEVIN, un proyecto basado en la implantación de estrategias de ecodiseño y limpiabilidad para la reducción del consumo de agua y energía en el proceso de elaboración del vino y CON-CIEN-CIA, un proyecto con el principal objetivo de evaluar la calidad de los suelos de Cenicero mediante la involucración de nuestros proveedores de uva para optimizar la salud de nuestra tierra.



**Como director técnico cuenta con el experto enólogo Emilio Sojo, también miembro de la familia fundadora, ¿Cómo es proceso de planificación para crear y lanzar una nueva elaboración?**

En la creación y lanzamiento de cualquier proyecto participan numerosas personas de distintas áreas, no sólo Emilio y yo. Se trata de un trabajo en equipo. Suele nacer en conversaciones a raíz de ideas o inquietudes que vienen de las tendencias de mercado, demandas de consumidores y clientes u oportunidades de negocio. Finalmente, los proyectos aprobados se plasman en un documento con todos los responsables y tareas para su ejecución hasta el lanzamiento.

**Su última iniciativa ha sido el lanzamiento de una bodega experimental denominada "La Galería", ¿con qué objetivo nace esta galería? ¿es un área de ensayos para futuros proyectos vitivinícolas para Bodegas Riojanas?**

La Galería nace con un doble objetivo: por un lado, para que nuestro equipo de enólogos investigue y experimente intentando conjugar el carácter de nuestros viñedos con distintos procesos y materiales en la elaboración y envejecimiento de los vinos. También nace como una oportunidad de aprendizaje y experiencia para el enoturista ya que podrá comprobar personalmente como de un mismo viñedo, trabajando con distintos materiales de elaboración y crianza se obtienen vinos muy diferentes.

**La autenticidad y la diferenciación son dos de los grandes retos que asumen actualmente las bodegas, ¿Cómo lo afrontan desde Bodegas Riojanas?**

Por suerte, nuestra bodega suma más de 130 años de trayectoria y trabajo. Eso nos permite contar con una historia única en Rioja que unida al trabajo que se realiza tanto en viñedo y en bodega nos permite tener un carácter único. Nuestros vinos están pensados para disfrutar en las comidas acompañando a los platos, a la conversación y a las personas, siendo testigos de momentos únicos sin sobreponerse a ellos.



## Una de sus iniciativas ha sido la creación de la primera Escuela de Viticultores en 2019, ¿en qué consiste y cuales han sido sus principales logros hasta la fecha?

Creamos la primera Escuela de Viticultores en 2019 con el objetivo de poner en valor el papel decisivo del trabajo de los viticultores en la calidad final de los vinos. Se han celebrado distintas ponencias, debates y actividades prácticas con reconocidos especialistas para dar a conocer los nuevos retos y oportunidades de la viticultura del Siglo XXI y nuestro principal logro es aportar soluciones innovadoras a los problemas de

los viticultores.

## En 2021 Bodegas Riojanas era reconocida como MEJOR BODEGA DE ESPAÑA 2021 por la revista Vivir el Vino, ¿qué suponen los reconocimientos y premios recibidos?

Siempre es un orgullo y una responsabilidad cualquier reconocimiento. Para nosotros estos premios nos animan a seguir esforzándonos para dar lo mejor cada día. Nos ayudan a seguir innovando y a seguir experimentando peros siempre siendo fieles a nuestra esencia y a nuestras raíces.

## Finalmente, el enoturismo ha sido otra de sus grandes apuestas, ¿cuál ha sido la evolución en la importancia del enoturismo para la bodega? ¿Cuál el flujo de visitantes que reciben anualmente?

Cada dos años intentamos abrir nuevas áreas para las visitas enoturísticas. Desde pequeños espacios didácticos hasta zonas más significativas. Con todo ello, además de completar y hacer más atractiva la visita, pretendemos que cualquier persona pueda repetir y siga sorprendiéndose con la visita a nuestra bodega. Estamos recibiendo alrededor de 12.000 visitas anuales. Nuestro objetivo no es incrementar esta cantidad sino que las visitas sean lo más personalizadas posibles y que la experiencia sea recordada.