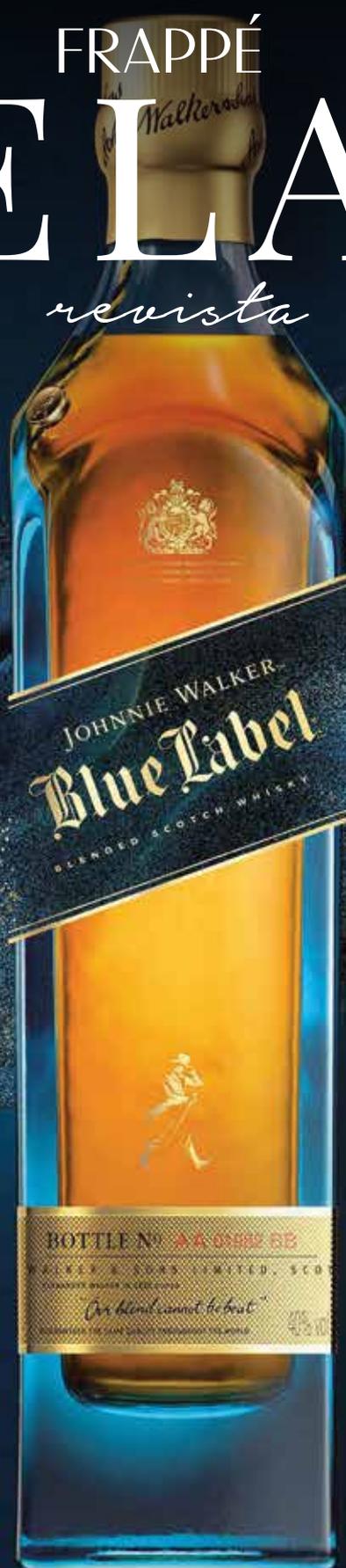


FRAPPÉ RELAX

revista



JOHNNIE WALKER
Blue Label

EL REGALO PERFECTO
PARA COMPARTIR
CON QUIENES INSPIRAN
NUESTROS PASOS.

ENTREVISTAS

Hervé Birnie-Scott
Nina Pulenta

ENOTURISMO

Málaga, España

GASTRONOMÍA

Terrazas del lago

Blue Label

FRAPPÉ

WINE STORE



LLEVAMOS LA TIENDA A TU CASA
COMPRÁ ONLINE EN FRAPPE.COM.AR

Realizá tu compra de manera *fácil y rápida*
te la llevamos a tu *domicilio*
o podés retirarlo en todas *nuestras tiendas*

VIVÍ LA #EXPERIENCIAFRAPPÉ

Editorial

Una nueva edición de la revista RELAX nos encuentra celebrando el Día del Padre. Por tal motivo, armamos una selección de regalos para todos los gustos: desde kits para los amantes de la cocina, hasta combos ideales para fans de lo orgánico y sets para bon vivants que incluyen whisky y chocolate.

En esta oportunidad nos fuimos a recorrer Málaga, un destino ideal para paladares exigentes. Un mundo de sabores exquisitos y aromas embriagadores en una de las principales provincias de España.

Nuestra sección Entrevista cuenta con la presencia estelar de dos referentes de la industria vitivinícola argentina: el francés Hervé Birnie-Scott, al frente de la bodega Terrazas de los Andes, y Nina Pulenta, quien junto a sus primos Diego y Edu Pulenta, lideran La Flor, la línea joven de Pulenta Estate.

Y para culminar, una nota respecto de la microvinificación, la nueva tendencia que lleva a cada vez más bodegas a buscar una producción en pequeñas cantidades basada en los detalles.

Que disfruten en familia y agasajen a los papás con un brindis en su día.

¡Salud!

Christian Gallo
Director
Frappé S.R.L.

Staff

DIRECTORA EDITORIAL: María José Vispo
REDACTORA: Ana Peré Vignau
DISEÑO: Julieta Scavino

Frappé S.R.L. no se responsabiliza por el contenido de las notas, ni las opiniones vertidas por colaboradores y entrevistados. El contenido de los mensajes publicitarios es responsabilidad de las empresas anunciantes. Prohibida su reproducción total o parcial. Registro de la propiedad intelectual en trámite. TIRADA: 10.000 ejemplares

ORIGEN & TRADICIÓN
1884

Escorihuela Gascón



MENDOZA. ARGENTINA.

Decanter®

96
POINTS



TERRAZAS DE LOS ANDES

ELABORADO EN LAS ALTURAS
DE LOS ANDES,
DONDE EL CIELO Y LA TIERRA
SE ENCUENTRAN



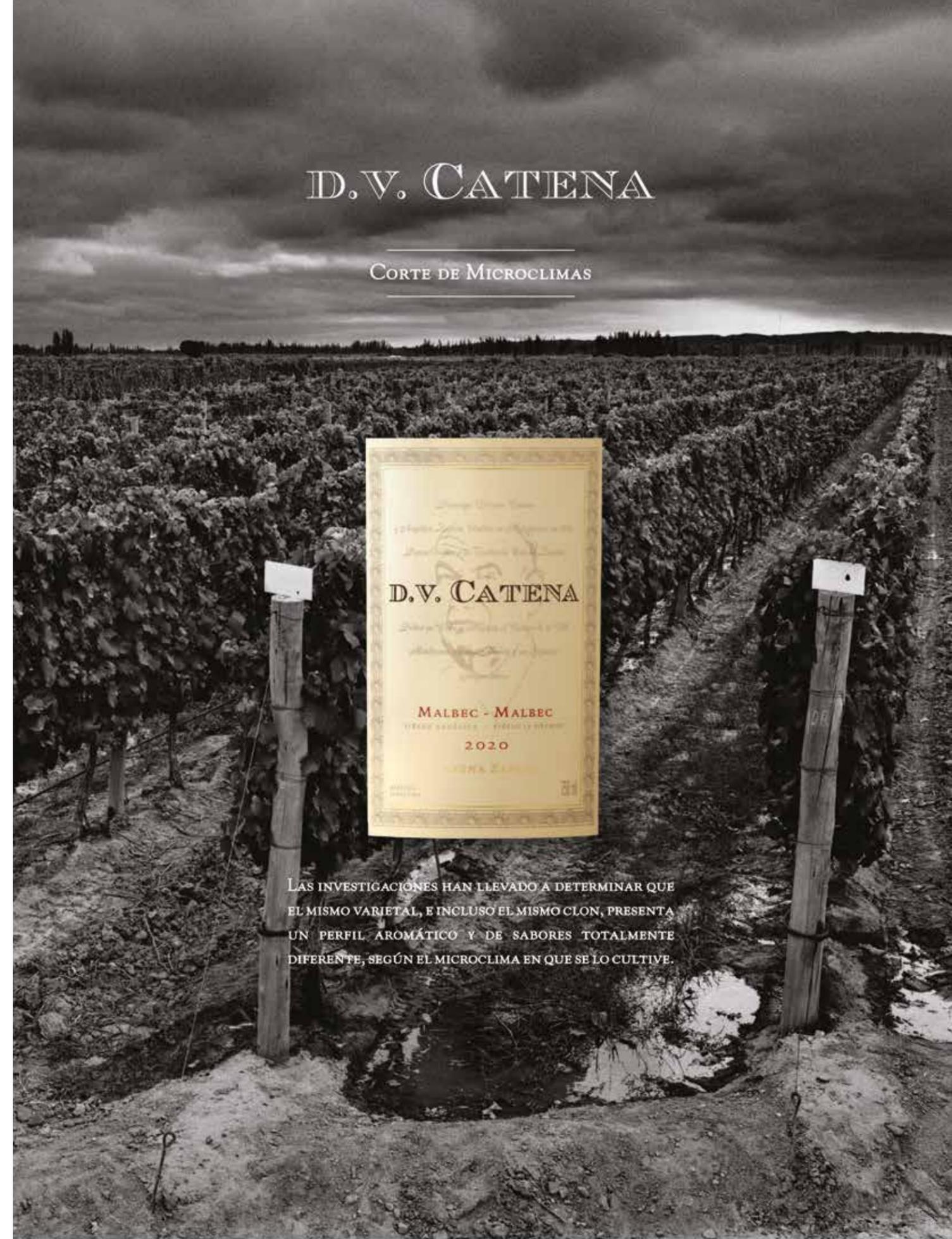
BEBER CON MODERACIÓN. PROHIBIDA SU VENTA A MENORES DE 18 AÑOS.

Sumario

Número 55 • INVIERNO 2023



- 10 **ENTREVISTA**
Nina Pulenta
- 32 **ENTREVISTA**
Hervé Birnie-Scott
- 18 **SHOPPING**
Agasajar a papá
- 28 **ENOTURISMO**
Malaga, España
- 40 **EXPERIENCIA**
En pequeña escala
- 42 **GASTRONOMÍA**
Terrazas del lago
- 48 **TECNOLOGÍA**
Winefluencers



D.V. CATENA

CORTE DE MICROCLIMAS

D.V. CATENA

MALBEC - MALBEC

2020

LAS INVESTIGACIONES HAN LLEVADO A DETERMINAR QUE EL MISMO VARIETAL, E INCLUSO EL MISMO CLON, PRESENTA UN PERFIL AROMÁTICO Y DE SABORES TOTALMENTE DIFERENTE, SEGÚN EL MICROCLIMA EN QUE SE LO CULTIVE.

BEBER CON MODERACIÓN. PROHIBIDA SU VENTA A MENORES DE 18 AÑOS.



1) La nueva imagen de la línea La Flor apela al minimalismo. 2) Nina Pulenta y sus primos Diego y Edu Pulenta, lideran La Flor, la línea joven de Pulenta Estate.



Vinos del futuro

Con más de cien años de historia en la producción de vinos de alta calidad, la cuarta generación de la familia Pulenta evoluciona la propuesta de su línea joven La Flor. Nina Pulenta, a cargo junto a sus primos Edu y Diego, de este nuevo impulso de la marca, cuenta los entretelones del cambio de imagen y relanzamiento de esta etiqueta que apela al minimalismo.

POR ANA PERÉ VIGNAU // FOTOS: GENTILEZA LA FLOR.

Forman parte de una exitosa bodega familiar de cien años. Echan mano a la tradición y se animan a ir más allá. Experimentan, persiguen la autenticidad, la pureza del varietal y transmitir la expresión del terroir mendocino de Luján de Cuyo y Valle de Uco. Ellos son Nina Pulenta y sus primos Diego y Edu Pulenta, quienes lideran La Flor, la línea joven de Pulenta Estate donde

se le hace espacio a la creatividad. “Somos la cuarta generación de una familia argentina que elige seguir creyendo e invirtiendo en su país. Las fincas las heredamos de nuestro abuelo, entonces para nosotros son casi un préstamo que tenemos que cuidar para la próxima generación. Y de eso nos ocupamos, de tener un manejo responsable de nuestros suelos”

Quien habla es Nina. Hija de Hugo Pulenta -co-fundador de Pulenta Estate- es diseñadora y vive en Londres. Hace tres años se involucró “formalmente” con la bodega familiar. “Antes trabajaba en moda y luego en marcas de lujo en marketing. Tengo una maestría en Marketing Management y antes de pasar al negocio familiar estaba trabajando en una empresa de té de lujo en Londres”, detalla.

La vocación no se puede imponer. Sin recibir presiones y también sin proponérselo, Nina se fue metiendo en la bodega hasta ponerse al frente de La Flor. “De a poco me fui involucrando, no hubo ningún evento específico sino encontrar un lugar desde el cual hacer un aporte especial. Me da mucho orgullo contar en Londres cómo se trabaja en la bodega y representar también, por qué no, a la Argentina. Creo que ver el reconocimiento que le hacen a nuestros vinos en el mundo, en un mercado tan competitivo como Europa, me entusiasmó a seguir aprendiendo y metiéndome para poder continuar apostando a nuestra bodega y al proyecto familiar”. Su ingreso se dio a través de La Flor, una línea con impronta propia, carácter y elegancia que se impone en mercados locales y en el exterior. “Tiene una mirada joven con el know how de años de trayectoria de nuestra familia en la industria. Es un entry level de altísima calidad y con todos los vinos arriba de 90 puntos Tim Atkin, lo que no es poco”, destaca Nina.

NACE UNA NUEVA FLOR

Antes era el proyecto joven ideado por Hugo y Eduardo Pulenta. Hoy les ceden ese lugar a sus hijos, quienes reúnen talento, audacia y respeto por el medio ambiente. Son jóvenes formados, viajados e inquietos que están rediseñando el tablero. Priorizan las elaboraciones sencillas pero

con personalidad. Y eso se traslada tanto en el vino como en la imagen. Los roles están bien claros. Nina es Directora de Marketing y Brand Ambassador en Europa y Asia; Diego ocupa el puesto de Director Financiero y Edu se encarga de la dirección Comercial Nacional y Exportación. Y el equipo enológico está conformado por Sebastián Puliafito y Milena Juri.

“Si bien está comandado por el equipo joven, en la bodega se trabaja de una manera muy horizontal, y tanto Javier Lo Forte, que es nuestro Head Winemaker, como mi tío (Eduardo Pulenta) están involucrados. Y eso es fundamental -señala Nina-. En nuestra búsqueda por ser innovadores y por nuestra edad es natural que repitamos conceptos que ya se vieron en la industria. Y mi tío es el primero en marcarnos y decirnos ‘esto ya se hizo antes, pero ¿por qué no prueban por acá?’ Y eso está buenísimo porque nos empuja a superarnos”.

¿Cómo se gestó el proyecto?

Como sucede en las empresas familiares y cuando hay tantas generaciones, un poco tímidamente y otro poco no. Hace cinco años empezamos a cuestionar más la línea La Flor e involucramos en el mensaje que queríamos dar y, por ende, qué tipos de vinos tenían que conformar esa línea. Por suerte, mi tío y papá fueron muy generosos en darnos ese lugar y permitirnos jugar.

¿Qué toma La Flor de la tradición de 100 años de la familia y qué nuevos aportes le hace a Pulenta Estate?

La Flor nace y se gesta en Pulenta Estate y es imposible que no se empape de una tradición familiar y un know how de más de cien años. Y, fundamentalmente, La Flor conserva el foco que tiene la bodega en la calidad. Si bien buscamos seguir

innovando, estamos haciendo siempre ensayos nuevos, no perdemos el norte de que aunque sea una línea joven, tenga la calidad de Pulenta. Yo creo que el gran aporte es que es un hervidero de ideas donde podemos jugar, donde hay experimentación y eso nutre a todas las líneas.

¿Y cuáles son las innovaciones que propone esta línea en la industria?

Hablar de innovación en una industria como la nuestra es complejo, sobre todo, en una línea joven es difícil tener vinos innovadores que también sean de calidad. Nuestra búsqueda no está en ser innovadores, nos interesa mucho más ser auténticos. Y eso sí creo que es algo que La Flor aporta a la industria. Tanto desde los vinos que producimos y la comunicación que estamos proponiendo mostramos nuestro punto de vista. Y eso es valioso.

¿Qué caracteriza a los vinos La Flor?

Son “minimalistas”; vinos con pureza varietal, que buscan mostrar la tipicidad y la expresión del terroir. Simples y elegantes.

¿Cómo describirías a los viñedos y las regiones de donde provienen las uvas utilizadas?

Al igual que con Pulenta Estate, trabajamos con viñedos propios que plantó mi abuelo. Tenemos dos fincas propias, una en Alto Agrelo en Luján de Cuyo y otra en Los Árboles, Valle de Uco.

¿Qué proceso de vinificación se sigue para elaborar los vinos y cómo se aseguran de mantener la calidad en cada etapa?

La vinificación se hace en pequeños tanques de acero inoxidable y de concreto. Trabajamos de manera muy delicada, ya que el foco está en la extracción suave y maximizar lo



Nina Pulenta es Directora de Marketing y Brand Ambassador en Europa y Asia de la línea La Flor.

que nos da la fruta. También trabajamos con maceraciones pre y post fermentativas con el mismo objetivo. Los vinos tienen un paso de 2 a 3 meses por barricas de roble francés de segundo y tercer uso.

¿Cuáles son las prácticas sostenibles involucradas en la producción?

No me gusta la palabra “sostenibilidad” porque me parece que hoy es una palabra vacía. Es una palabra sobre usada, que ya no significa

nada. Nosotros creemos en hacer las cosas bien. Somos la cuarta generación de una familia argentina que elige seguir creyendo e invirtiendo en su país. Las fincas las heredamos de nuestro abuelo, entonces para nosotros son casi un préstamo que tenemos que cuidar para la próxima generación. Y de eso nos ocupamos, de tener un manejo responsable de nuestros suelos, hacemos un esfuerzo enorme con el uso del agua, que antes de devolver al sistema pasa por nuestra planta de trata-

miento de afluentes. Invertimos en 250 paneles solares que nos permiten funcionar con energía solar. En el caso de La Flor, hemos hecho un cambio en la botella eligiendo un insumo más liviano y que está hecho con un 85% de vidrio reciclado. Pero lo hacemos con la convicción de trabajar de la mejor manera posible, respetando el medio ambiente, cultivando nuestro equipo de trabajo, tratando de tener un impacto positivo en la comunidad. Y bueno, ya que hacemos todo eso, certifica-



Las uvas de La Flor provienen de los viñedos de Pulenta Estate ubicados en las principales zonas vitivinícolas de Mendoza. Finca La Zulema en Agrelo, Luján de Cuyo y Viñedos Don Antonio en Los Árboles, Tunuyán.

mos Sustentabilidad con Bodegas de Argentina, Global Gap, ISO22000. Los vinos de La Flor también son apto celíacos y veganos, siempre desde la certeza de enfocarnos en la calidad de nuestros vinos.

MINIMALISMO

La línea La Flor hoy presenta tres varietales y un blend. Malbec, Cabernet Sauvignon, Rosado de Malbec y Sauvignon Blanc. El Red Blend es de Malbec, Cabernet Sauvignon y Merlot. También cuenta con espumante de Chardonnay y Pinot Noir. Puestas las botellas en una estantería, saltan a la vista. Sin que suene contradictorio, se puede decir que tienen un diseño sobrio y llama-

vo a la vez. En sus etiquetas blancas tienen gran protagonismo el nombre de la marca con letras redondeadas. Y sobresale en el cuello de la botella una suerte de etiqueta con el logo.

¿A qué público buscan seducir estos vinos?

Nos gusta pensar en momentos de consumo más que en un solo consumidor. No creemos en un consumidor joven o entry level, eso para nosotros es un concepto antiguo. Creemos que quien elige La Flor elige el ritual de tomarse un vino, porque aprecia esos pequeños momentos de disfrute en el día. Como dirían los españoles, ¡nuestros clientes son “disfrutones”! Y, por supuesto, eligen la calidad y el

estilo que nos caracteriza como bodega. Por otro lado, hay un componente de diseño muy fuerte en nuestra familia, desde mi padre hasta yo que soy diseñadora. Y creo que eso se ve reflejado en toda la estética de la bodega y también brilla en La Flor. En el mundo nos eligen mucho por nuestra imagen. Muchos de quienes toman La Flor son artistas, arquitectos, diseñadores, a quienes nuestra propuesta de “menos es más” los identifica y aún más hoy con la nueva imagen.

¿Qué motivó el cambio de imagen y qué objetivos esperan lograr con esta renovación?

Cuando uno hace un cambio de imagen en general es porque a ese



La vinificación de la línea La Flor se hace de manera muy delicada. Los vinos tienen un paso de 2 a 3 meses por barricas de roble francés de segundo y tercer uso.

producto le va mal; en nuestro caso por suerte es todo lo contrario. Desde que empezamos con el proyecto y a involucrarnos con mis primos sentíamos que no coincidía la imagen de La Flor con lo que queríamos transmitir. Después de todo era la línea joven de mi tío y mi papá. Así que hace un año y medio empezamos con el proceso de encontrar una imagen que nos representara a nosotros, la cuarta generación.

¿Cuál fue el proceso creativo y de desarrollo detrás del nuevo diseño?

Trabajamos con un estudio del este de Londres, que es el que hizo la



imagen de la Bienal de Venecia 2022. Ellos no se especializan en etiquetas. Es más, fue la primera etiqueta de vino que hicieron. Pero eso fue lo mejor para lograr una imagen fresca. Igualmente, yo soy diseñadora entonces había una parte de mí que también sabía lo que estaba buscando y cuál era la esencia que teníamos que transmitir. El diseño es muy importante en nuestra familia y es uno de los valores fuertes que tiene la marca.

¿Cómo describirías a las nuevas etiquetas y botellas?

Creo que como los vinos, la etiqueta es simple y elegante, y súper minimal. La botella la cambiamos por una más liviana y que está hecha con 85% vidrio reciclado. En el proceso de diseño, se define la huella de carbono que tendrá el producto y creíamos que desde ese lugar también necesitábamos un cambio.

¿De dónde surgió la idea de crear una etiqueta que sobresaliera de la botella?

Yo estaba sentada en la barra de St John en Londres, donde vivo, y se me ocurrió mirar los vinos por copa: les habían hecho algunas anotaciones con una etiqueta estándar sobre el pico de las botellas. Cuando vi eso, se me ocurrió pensar algo parecido para La Flor y se lo propuse al estudio y también les gustó la idea.

¿Qué impacto esperan tener con el cambio de imagen?

Esperamos que la gente que nos elija se identifique más con todo lo que somos y lo que queremos proponer. Seguir creciendo siempre es un plus por supuesto, pero el foco no está puesto en el volumen. Nos interesa más poder llegar a más clientes con nuestras ideas y que se sorprendan con un vino que tiene su fuerte y su corazón en su simpleza.



PING PONG:

Un ingrediente: la sal, a todo.

Un restaurante: Core de Clare Smyth.

Una pasión: el diseño.

Un momento del año: todos, me encantan las estaciones marcadas y el cambio.

Un vino: nuestro Gran Cabernet Franc.

Una comida: cualquier snack de la barra de Ottolenghi.

Un recuerdo: mi primer viaje a París con mamá.

¿Cuál es el mensaje o la historia que la nueva imagen busca transmitir a los consumidores?

Autenticidad. Una cuarta generación que propone otra mirada en la industria. Trabajamos con artistas y diseñadores fuera del rubro vino,

toda la campaña fue en colaboración con amigos y diseñadores de moda, súper interdisciplinario. Y creo que eso es un poco espejo del mundo en que vivimos hoy, en el mundo que veo yo en la calle y, espero, que se vea reflejado en los vinos de La Flor. ■



HUMBERTO CANALE
PATAGONIA 1909



Somos lo que
soñamos.

BEBER CON MODERACIÓN. PROHIBIDA SU VENTA A MENORES DE 18 AÑOS.

Agasajar a Papá

Regalos pensados para distintos estilos de padres. Desde kits para aquellos amantes de cocinar, hasta combos ideales para fans de lo orgánico pasando por un set para bon vivants que incluye whisky y chocolate. Además, con la compra de algunos productos, obsequios especiales.



COLOMÉ ALTURA MÁXIMA VERTICAL DE AÑADAS ESTUCHE X 3 \$29.200



HUENTALA BLOCK 19 & 20 MALBEC 750 CC \$16.550



HUENTALA LA ISABEL MALBEC 750 CC \$14.750



ARCANGEL REMIEL MALBEC 2018 \$41.600



AUTOCTONO MALBEC AGRELO / GUALTALLARY / C PARCELA UNICA 750 CC \$14.990



CADUS ASSEMBLAGE 750 CC \$19.999



RUTINI MALBEC 750 CC \$9.190



FINCA MAGNA 750 CC \$9.600



SALENTEIN SINGLE VINEYARD MALBEC LA PAMPA \$ 14.000 / LOS CEREZOS / EL TOMILLO 750 CC \$12.350



CASA BOHER AGRELO MALBEC / CASA BOHER ALTO AGRELO VIOGNIER / CASA BOHER SAN PABLO MALBEC 750 CC \$4.450



CATENA ZAPATA MALBEC ARGENTINO 2018 750 CC \$43.490



ESCORIHUELA GASCÓN MALBEC CON ESTUCHE X 1 750 CC \$5.990



TERRAZAS DE LOS ANDES APELACIÓN DE ORIGEN LOS CHACAYES / LAS COMPUERTAS / PARAJE ALTAMIRA 750 CC \$3.800



ENZO BIANCHI GRAN CORTE 2018 750 CC \$36.399

* Precios sujetos a modificaciones.

Día del Padre



LA FLOR
\$2.850



ZUCCARDI
BOTANICO
750 CC
\$29.300

Llevá tus vinos
con un estuche
Frappé y lucite con
tu regalo.



VEUVE
CLICQUOT
SMEG FRIDGE
BRUT ROSE
750 CC
\$74.890



RON
DIPLOMATICO
MANTUANO
700 CC
\$23.900



CHIVAS
REGAL
18 AÑOS
700 CC
\$36.600



GIN MALFY
ORIGINAL
700 CC
\$18.250



SCAPA
GLANSA
750 CC
\$44.350

VIAJÁ A LA PATAGONIA A TRAVÉS DE NUESTROS VINOS



— BODEGA —
DEL FIN DEL MUNDO
— PATAGONIA ARGENTINA —

BEBER CON MODERACIÓN. PROHIBIDA SU VENTA A MENORES DE 18 AÑOS.



KIT GOURMET: MOSQUITA MUERTA BLEND 750 CC + PISPI 750 CC + CONTRAVIENTO PASTA DE ACEITUNAS VERDES 170 G + CONTRAVIENTO PASTA DE TOMATE CONDIMENTADO 180 G + LAUR ACEITUNAS VERDES GOURMET PREMIUM CON CAROZO 200 G.
 \$26.020



KIT BON VIVANT: JOHNNIE WALKER BLACK LABEL 750 CC + LINDT 70% CACAO 100 G + NACHTMANN VASO WHISKY X 2U.
 \$27.640



KIT ORGÁNICO: EL ZORRITO MALBEC NATURAL 750 CC + EL BURRO MALBEC NATURAL 750 CC + LA OVEJA BLANCO NATURAL 750 CC.
 \$16.590



¡EXCLUSIVO DE FRAPPÉ!
 JOHNNIE WALKER BLUE CON MENSAJE PERSONALIZADO GRABADO EN LA BOTELLA, SIN CARGO.
 \$121.300



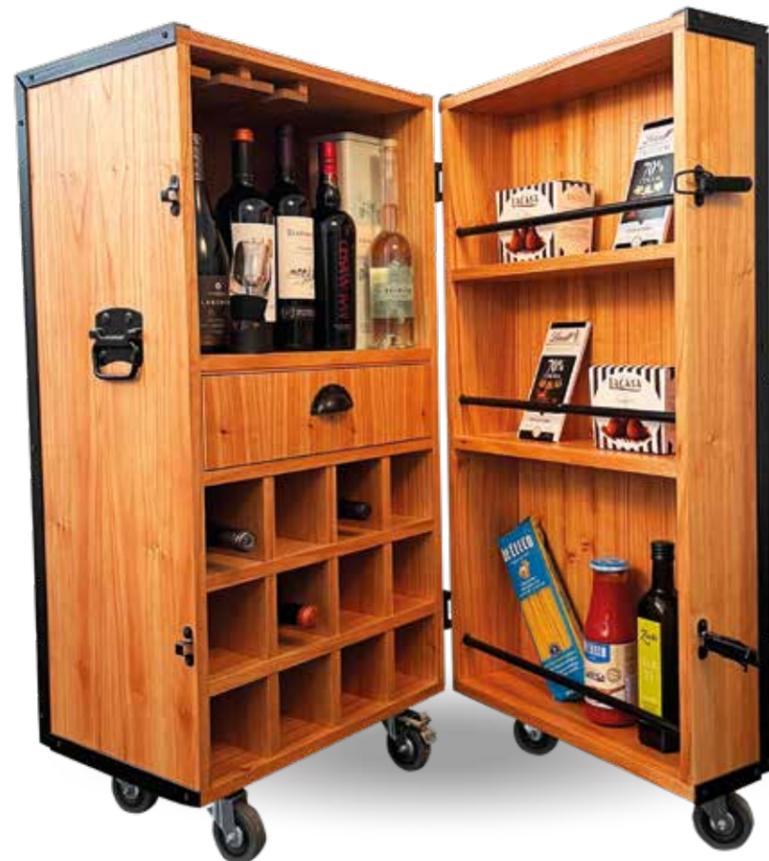
FERNET BUHERO NEGRO CON COPÓN TE REGALAMOS EN UNA ORIGINAL BOLSA.
 \$2.700

...para padres únicos!
MAGNA FINCA





CON LA COMPRA DE UN TROLLEY ESTILO AVIÓN TE REGALAMOS: UN BAILEYS 750 CC CON UN VASO + UN BEEFEATER 700 CC CON UN COPÓN + UN KIT DE BOTÁNICOS Y UN JOSÉ CUERVO TEQUILA SILVER 750 CC.
\$230.000



CON LA COMPRA DE UN PRÁCTICO BAÚL-BAR (DE MADERA Y CON RUEDAS) TE REGALAMOS: DOS ZUCCARDI Q 750 CC, DOS FIN DEL MUNDO SINGLE VINEYARD 750 CC, DOS LABORUM PARCELA RÍO SECO 750 CC, UN MALAMADO MALBEC 750 CC, UN ANIMADO FUEGO DE TORRONTÉS CON ESTUCHE 500 CC, FIDEOS DE CECCO BUCATINI PICCOLI 500 G, UNA BOTELLA DE CECCO PASSATA DI POMODORO 700 G, UN CHOCOLATE LINDT 70% CACAO 100 G, DOS CAJAS DE TRUFAS AL CACAO PURO 70% LACASA 150 G.
\$484.000



CON LA COMPRA DE UNA BOTELLA DE ALTIMUS + UNA BOTELLA DE EL ESTECO BLEND DE EXTREMOS TE REGALAMOS UN BOLSO EL ESTECO.



COLOSSO
NUESTRO GRAN MALBEC

COLOSSO
WINES



CON LA COMPRA DE UN COOLER FRAPPÉ TE REGALAMOS SEIS LATAS DE CERVEZA BAVARIA 8.6. \$44.000



GRAN ACEITE DE OLIVA LAUR 750 ML EN DELICADO ESTUCHE. \$25.800



ESTUCHE COLOSSO LOS CHACAYES CON CUATRO BOTELLAS. \$37.160



DEDICADO GRAN CORTE Y GRAN MALBEC FINCA FLICHMAN EN ESTUCHE DE MADERA \$24.900

* Precios sujetos a modificación. Productos sujetos a disponibilidad. Los productos que contienen los regalos pueden ser modificados por otros similares.



Zuccardi Q Malbec 2021

Zuccardi Concreto Malbec 2021

Finca Piedra Infinita Gravascat 2018

93 PTS.

Wine & Spirits

TOP 100 OF 2022

Wine Spectator

100 PTS.

Robert Parker

MEJOR BODEGA DEL NUEVO MUNDO 2022



“Zuccardi Valle de Uco es uno de los líderes de un movimiento en el que el Malbec ya no es la estrella, sino simplemente un vehículo para entregar la complejidad y diversidad de un lugar.”

Jesica Vargas | Noviembre 2022

@szuccardi | @zuccardivalledeuco

TESOROS *enológicos*

Málaga sumerge en un mundo de sabores exquisitos y aromas embriagadores. Una travesía vinícola por esta provincia española, destino ideal para paladares exigentes.

Famosa por sus hermosas playas y el encanto de su casco antiguo, Málaga es también un destino gourmet único. Ubicada en la región de Andalucía, esta provincia del sur de España cuenta con una interesante propuesta enológica.

La historia vitivinícola de este territorio andaluz se remonta a la época de los fenicios, quienes introdujeron la vid en la región hace más de 3.000 años. Desde entonces, la tradición se transmitió a través de generaciones y hoy se enorgullece de producir

algunos de los vinos españoles más prestigiosos.

Desde las empinadas laderas de Axarquía hasta los valles fértiles de la Serranía de Ronda, la Ruta del Vino de Málaga deslumbra con sus vinos excepcionales y bellos paisajes. Los viñedos se extienden en medio de un territorio ondulante con montañas y pueblos blancos.

Existe una amplia variedad de bodegas y viñedos para explorar donde encontrar los dulces y añejos vinos moscatel y también tintos robustos y elegantes y blancos y rosados sutiles.

CON HISTORIA

Ronda es la zona malagueña de moda, donde se concentran la mayor cantidad de bodegas. Una que sale de lo común es Descalzos Viejos (descalzosviejos.com), instalada en un Convento construido en 1505, en las faldas del río Tajo. El lugar, que había sido una antigua ermita, fue rescatado del abandono y hoy tiene una magia particular. Quedaron a la vista unos frescos en el altar mayor, donde hoy reposan los barriles.

Por las características de la bodega, las visitas son programadas y de



1 2

3 4

POR ANA PERÉ VIGNAU

1, 2 y 3) Instalada en un convento de 1505, la bodega Descalzos viejos tiene unas vistas espectaculares a la región de Ronda. En su interior se respetó la estructura, incluso hay frescos antiguos recuperados. 4) En los empinados viñedos de Axarquía, la bodega Muñoz Cabrera cosecha con caballos.



1 2



3 4



1) Viñedos y olivares se mezclan en la finca de Bodega La Capuchina. 2) Frente a la Catedral de la Encarnación de la ciudad de Málaga hay varios locales donde degustar vinos de la región con tapas.

3) Desde 1880 funciona la Bodega Quitapenas en la región de Ronda. 4) El encanto de las calles malagueñas.

grupos reducidos. Y el dato a tener en cuenta es que Descalzos viejos produce un vino dulce de Botrytis, para amantes de pequeñas joyas.

La Melonera (lamelonera.com) es uno de los proyectos vinícolas más famosos de Ronda. Esta bodega se destaca por involucrarse en la recuperación de cepas históricas (de más de 3.000 años). Gracias a ese empeño, hoy cuenta con vinos de uvas Tintilla de Rota, Melonera, Romé, Moscatel Morisco, Pedro Ximénez, Doradilla, entre otras. “Quisimos enriquecer el monótono panorama de los vinos mundiales”, aseguran en su web.

También buscaron replicar la sabiduría de los antiguos pobladores de la finca y hoy la aplican al detalle, desde los manantiales romanos y los drenajes de teja árabe que posibilitan un sistema de captación de aguas respetuosa con el medio, hasta la poda quincenal de las encinas y los robles centenarios que amortiguan los cambios de temperatura y man-

tienen la humedad en las viñas. Con reserva previa, es posible visitar la finca para conocer de primera mano la historia, proyecto de recuperación y probar los vinos de La Melonera.

A 900 metros sobre el nivel del mar, rodeada de 3 parques naturales -Sierra de las Nieves, Sierra de Grazalema y Alameda del Tajo- y cerca de las ruinas romanas de Acinipo se encuentra Bodega Doña Felisa (bodegadonafelisa.com). Vale la pena sumergirse en las propuestas enoturísticas para conocer de cerca su método artesanal para elaborar los vinos. Los trabajos en el campo se hacen a mano, controlando todo el ciclo vegetativo de la planta, sin uso de herbicidas ni ningún producto químico.

La visita guiada con maridaje incluye un paseo que va por el viñedo, desde donde se disfrutaban maravillosas vistas, atraviesa la sala de elaboración, embotellado y sala de crianza y termina con degustación de cinco vinos acompañada con co-

mida elaborada con productos locales. Si bien es pequeña, Huerto de la Condesa (huertodelacondesa.com) es una bodega muy prestigiosa de la zona. Nació en plena pandemia, recuperando un viñedo con más de un siglo de historia. Las dos principales uvas con las que trabajan son Garnacha y Syrah. Su propuesta para el turismo lleva el nombre de “Entre copas” y consiste en un recorrido por el viñedo y presentación de los vinos Cipreses Rosado, Cipreses Tinto, Pampaneando y Pinsapo.

Otro auténtico símbolo enológico de Ronda es Bodegas Quitapenas (quitapenas.es), que propone visitas y catas guiadas para conocer el proceso de elaboración de sus vinos. Fiel al estilo español, ofrece una cata acompañada por jamón ibérico.

VITIVINICULTURA HEROICA

El territorio de la Axarquía despliega el impresionante paisaje del interior de Málaga donde desde hace siglos

se cultiva el moscatel en lugares imposibles. Las vides son sembradas en laderas de montañas y se recolectan con mulas, manteniendo la tradición. Aquí se encuentra la pequeña bodega Sedella (sedellavinos.com), que cuenta con 2,5 hectáreas de viñedo histórico que se arraiga en pronunciadas pendientes. Gracias a su altitud (750 m), la proximidad al mar Mediterráneo y al Parque Natural de las Sierras de Tejeda, Almijara y Alhama y las variedades de uva autóctonas recuperadas Romé y Garnacha, aquí se logran vinos de gran carácter y personalidad.

El cultivo de las vides es artesanal, basado en la utilización de animales de tiro y arados romanos. Trabajan en pendientes del 4,5% que desafían la gravedad.

El edificio, ubicado en lo más alto de la finca, combina la tecnología enológica más actual con técnicas ancestrales. Además, regala maravillosas vistas del mar y de La Ma-

roma, una montaña nevada durante varios meses al año y refugio de gran cantidad de animales como el águila real o la cabra montés. Ofrece visitas guiadas por el viñedo y bodega acompañadas de una cata de vinos en diferentes modalidades: básica, VIP y Premium Luxury.

Fundada en 1927, de cuatro generaciones de viticultores, la Bodega A. Muñoz Cabrera (dimobe.es) es una de las más históricas de la provincia de Málaga. Cuenta con exposición permanente de herramientas y maquinarias empleadas para la elaboración del vino, desde los orígenes de la bodega hasta hoy.

Dentro de la Axarquía sorprende por su original diseño modernista y sustentable Bodegas Bentomiz (bodegasbentomiz.com). Es imperdible su restaurante con cocina de autor.

AL RESCATE DE LA TRADICIÓN

La Costa Occidental es otra de las regiones de la Ruta del vino de Málaga.

La bodega más destacada acá es Nilva (nilva.es). Con una producción reducida de sólo 8000 botellas al año, y situada en Manilva, cerca de Cádiz, la bodega trabaja con una de las uvas malagueñas más típicas: la Moscatel de Alejandría. Es muy interesante su Centro de Interpretación Viñas de Manilva (CIVIMA).

“Nuestro proyecto pretende recuperar y salvar las viejas viñas de Moscatel, elaborar vinos de máxima calidad y compartir con los visitantes la experiencia del paisaje, la viña y el vino a través del enoturismo, realizando visitas guiadas, degustaciones de vino y enogastronomía”, detallan en la web.

En Manilva se encuentra el Museo del Vino de Málaga, donde se pueden reforzar los conocimientos adquiridos en las bodegas que formaron parte del propio itinerario. Y termina así un viaje de maridajes perfectos entre tapas y copas, con música flamenca de fondo y ¡olé! ■

LA EXPRESIÓN DEL *Terroir andino*



Hervé Birnie-Scott, fundador y director de Terrazas de los Andes.

Al francés Hervé Birnie-Scott se lo puede describir como un visionario. Llegó al país 32 años atrás y se animó a cultivar vides arriba de la Cordillera de los Andes. Al frente de la bodega Terrazas de los Andes, este enólogo y agrónomo logró trasladar la personalidad de las montañas a los vinos. Con la mirada siempre puesta en el cuidado medio ambiente, hoy cosecha premios y altos puntajes por el mundo.

POR ANA PERÉ VIGNAU // FOTOS: GENTILEZA BODEGA TERRAZAS DE LOS ANDES

Nació y creció en una tierra con aroma a vid. En Sancerre y Pouilly, sur del Valle del Loira, Francia, donde “se producen los mejores Sauvignon Blanc del mundo”, asegura Hervé Birnie-Scott. Su vocación estaba clara: “Siempre me atrajo la vid, planta noble entre todas, que además permite estar en contacto con la naturaleza”. Por eso, se sumergió primero en la carrera de agronomía y luego obtuvo el título de enólogo.

Hace 32 años que vive en Mendoza. “Cuando el país y su viticultura estaban bastante aislados del comercio internacional y eran muy poco conocidos”, señala. Llegó después de haber trabajado en California, Australia y Nueva Zelanda con la intención de quedarse dos o tres años pero no pudo irse: “Mendoza fue un descubrimiento y un enamoramiento en muchos aspectos: sus paisajes, su Cordillera majestuosa, sus terruños con gran potencial y arriba de todo su gente, sensible y atenta, donde rápidamente me hice amigos”.

En la actualidad, el fundador y director de Terrazas de los Andes, asegura que el azar se puso de su lado. El grupo francés Moët-Hennessy instalado desde 1959 en Argentina buscaba un agrónomo y enólogo con experiencia internacional para producir vinos super premium. “Me seleccionaron para iniciar este proyecto -detalla-. Tuve la suerte de enfrentarme a un desafío profesional apasionante cuando hace más de tres décadas nuestro grupo apostó por Argentina, que no exportaba casi vino, y me dio carta blanca para crear vinos de calidad internacional. Luego todo se



encaminó detrás de la fuerte convicción de que, subiendo el piedemonte andino en busca de un clima más fresco, y cultivando viñedos de montaña a altura superior a los de áreas tradicionales, podíamos lograr vinos aún más finos, frutados y frescos que pudieran conquistar el mundo. Después de plantar estos viñedos, el paso siguiente natural fue fundar la bodega Terrazas de los Andes y viajar para difundir la calidad de sus vinos a través del mundo”.

¿Cuáles fueron los desafíos y obstáculos que enfrentó al iniciar su carrera en el mundo del vino y cómo los superó?

Los desafíos fueron múltiples, tanto en California como Australia o Argentina. Para hablar de Mendoza, cultivar viñedos de altura, con su

clima extremo, accidentes geográficos y estilo de vino que teníamos que definir y afinar para competir contra los mejores del mundo fueron retos estimulantes. Veíamos los progresos años tras años, pero también era frustrante saber que todavía se podía hacer mejor. Creo que lo más desafiante fue entender con claridad el estilo de vino genuino de los terruños de altura de Mendoza, y lograr producirlo con brillo y precisión. Hoy creemos haberlo logrado.

¿Qué lecciones aprendió durante los primeros años de Terrazas de los Andes y cómo influyeron en su enfoque y estrategia de negocio?

La lección número uno fue que en el negocio del vino todo toma tiempo. Por lo tanto, hay que poner coraje y tenacidad para lograr el estilo de-



seado. O sea, que se destaque por su calidad, personalidad y consistencia en el tiempo. Luego, instalar la marca en los principales mercados, que sea reconocida y tenga buena distribución. Y fidelizar a un consumidor que a diario tiene tantas opciones de compra de vinos de todos los países y precios.

La lección número dos, es que hay que mantenerse fiel a las convicciones y visión de empresa. Es eso lo que te hace diferente del resto. Y ejecutar esa visión con eficiencia y también una cierta capacidad de adaptación. Es tu razón de ser como empresa y también la razón que lleva al consumidor a comprar tus vinos. Y, por ende, la única forma de hacer y durar es creando un gran equipo humano, comprometido y talentoso.

¿Cómo evolucionó tu perspectiva y enfoque desde los primeros días en la bodega hasta el presente? ¿Hay aspectos en los que haya cambiado tu enfoque o estrategia a lo largo de los años?

Hubo dos grandes cambios. Uno el “cómo” hacemos los vinos es tan importante como el producto final en sí. O sea, producir vinos de forma sustentable es condición primaria de nuestra razón de ser, preservando el medio ambiente y fomentando el desarrollo social de los empleados y de las comunidades rurales donde estamos. Antes de hablar, se trata de hacer, invertir y lograr resultados muy significativos. Hoy, por ejemplo, las más de 500 hectáreas de viñedos de Terrazas de los Andes están cultivadas de forma orgánica y regenerativa, siendo los cultivos de este tipo más importantes, por lejos, de Argentina.

Ponemos mucho foco también en preservar el recurso hídrico, con rie-

go de precisión por goteo que ahorra más del 60% con respecto al riego tradicional y mitigamos las emisiones de carbono responsables del calentamiento climático con una multitud de acciones, incluido el uso de botellas livianas que redujeron 24% las emisiones de CO2 de nuestra línea insignia que es Reserva. Producimos vinos que reflejan lo más genuinamente el carácter del terruño: su clima, sus suelos y su biodiversidad. Es así como nos alejamos de los modelos de vinos alcohólicos, potentes y con mucha madera del pasado, para revelar el carácter frutado, fresco y elegante de los vinos de montaña de Mendoza. Desvestimos nuestros vinos de sus excesos de madurez y madera, para revelar la expresión de fruta pura de nuestros viñedos de montaña. Una forma de liderar una nueva era de elegancia para los vinos argentinos.

¿Cuál fue el mayor logro o hito que experimentó al frente de la bodega?

El mayor logro es haber creado una marca, con sus viñedos de altura y su bodega, que revelan un estilo de vino propio, de gran calidad, producido de forma sustentable. Unos buenos vinos que integran el bienestar de la gente y la preservación del ambiente.

EN LAS ALTURAS

La historia de Hervé está regada de apego por las montañas y por el vino. Es el recorrido de un hombre que asienta sus raíces enológicas en el corazón de la provincia de Mendoza y se anima a plantar en lugares imaginados del Valle de Uco y Luján de Cuyo en los años ‘90, cuando los beneficios de la altura eran desconocidos.

Hoy la bodega cuenta con 200 terrazas individuales en diferentes sitios

que, como dice el lema de Terrazas de los Andes, están “donde el cielo y la tierra se encuentran”. Conforman un impresionante mosaico donde crecen uvas Malbec, Cabernet Sauvignon y Chardonnay irrigadas con agua de glaciar.

La tremenda hazaña da como resultado vinos únicos. Por eso, no extraña que este año Birnie-Scott haya sido incluido dentro de los mejores enólogos del mundo. La guía The Drinks Business lo sumó en su ranking “Master Winmaker 100” que destaca a los creadores detrás de los vinos más premiados del mundo.

Según el experto, la clave del éxito y prestigio de la bodega a lo largo de los años proviene de cultivar viñedos propios en altura de manera orgánica, regenerativa, con mucho cuidado y precisión; lo que hace que en la copa los vinos hablen de la personalidad del lugar donde provienen.

¿Cómo es su relación con las montañas?

Fusional. O sea unido tanto profesionalmente como personalmente. Amo la montaña, la respeto y la disfruto cada vez que puedo.

¿En qué consiste el mantenimiento de esas 200 terrazas individuales de altura con las que cuenta la bodega?

Exige una viticultura de precisión. Cada viñado se dividió en sub-parcelas, cada una cuenta con un suelo homogéneo. Esto permite cultivarlas de forma adaptada a sus características de suelo, logrando así la calidad óptima de cada una. Cultivamos, cosechamos y elaboramos el vino sub-parcela por sub-parcela. Esta complejidad de manejo es el precio para lograr esta calidad en los vinos terminados.



PING PONG:

Un ingrediente: la fruta fresca

Un restaurante: un asado en la montaña

Una pasión: el andinismo

Un momento del año: el otoño mendocino

Un vino: ¿Por qué solo uno? ¡El vino es diversidad!

Una comida: Imposible que sea una sola. Hay muchas, eso sí, todas bien locales, que reflejan cada lugar que pude visitar. Con una mención emotiva particular por los quesos de cabra, en ensalada o caliente en un trozo de pan, como se comen en mi pueblo de la Loire en Francia.

Un recuerdo: ¡Siempre la última cosecha!



Uno de los viñedos se encuentra en los tramos más elevados, a 1650 msnm, de la reconocida región de Gualtallary, en el Valle de Uco.

¿Qué desafíos implica producir en las laderas de los Andes?

La viticultura de montaña, su clima frío y condiciones a veces extremas obligan a ser mejor viticultor, muy preciso en cada etapa del cultivo, y aún más cuando es 100% orgánico y regenerativo como Terrazas.

¿Cuál es la importancia de los terruños en la calidad y carácter distintivo de los vinos?

Los vinos de Terrazas de los Andes son el reflejo natural de las características que les dan sus terruños de altura. Elaborados con un mínimo de intervenciones. La razón de ser de estos vinos es revelar la personalidad de los lugares de montaña donde nacen. Son cosechados en el pico de fruta fresca y explayan la frescura, fineza y complejidad aromática de los vinos de montaña, sin exceso de madurez, extracción tánica o madera.

¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta Terrazas de los Andes en la actualidad?

El cambio climático. A pesar de las temperaturas mayores, hay que seguir elaborando vinos frescos, frutados y elegantes. La escasez de agua en Mendoza es otro desafío. Ahí Terrazas de los Andes es pionero, ya que desarrolló y comparte con el resto de la industria su saber en el riego de precisión que requiere mucha menos agua. Ahorramos más de 60% de agua comparado al riego histórico por surco y 30% comparado al riego por goteo tradicional.

¿Qué políticas de sustentabilidad implementa la bodega?

Terrazas de los Andes implementa los estándares de sustentabilidad



más altos del mundo, entre otros la viticultura orgánica y regenerativa para el 100% de sus 500 hectáreas, la medición y preservación de la vida de sus suelos, así como de la biodiversidad del ecosistema andino, normas ISO 14.001 y 45.000.

¿Cómo se involucra Terrazas de los Andes con las comunidades locales?

Tenemos acciones directas muy contundentes, por ejemplo con nuestros 8 programas educativos, iniciados hace 20 años, que abarcan 22 escuelas y alrededor de 4000 alumnos por año.

¿Qué significó para usted ser nombrado “Green Personality of the Year” a fines del año pasado?

Un honor y sobre todo un reconocimiento para el trabajo de todo un

equipo que hoy no concibe su oficio de viticultor o elaborador de vino sin poner al ambiente y a la gente primero.

¿Cuáles son los cambios que debería implementar la vitivinicultura argentina para adaptarse al contexto actual?

El cuidado de los recursos naturales, empezando por el agua que escasea cada vez más. Transicionar hacia un cultivo más respetuoso de los suelos y el ambiente en general, logrando producir vinos con personalidad y una historia relevante para el consumidor, que privilegie la elegancia y armonía para que sean distintivos y fáciles de tomar a la vez.

NUEVA IMAGEN

Recientemente, Terrazas de los Andes experimentó un cambio de imagen. Su nueva etiqueta propone un homenaje a las escarpadas paredes rocosas y al entorno extremo de la Cordillera de los Andes. “Reflejan con aún más singularidad y claridad la personalidad de la marca, su conexión muy íntima con la montaña, y en particular esta exploración de más de 30 años de los terruños de altura del piedemonte mendocino”, destaca el fundador y director de la bodega.

¿Cuáles son los elementos clave del nuevo diseño y cómo reflejan la identidad y los valores de Terrazas de los Andes?

La etiqueta envolvente muestra el perfil de la montaña y simula el viaje ascendente de Terrazas, que cultiva viñedos cada vez más altos a lo largo de sus tres décadas. La botella cónica liviana reduce la huella de carbono de los Reserva de



Terrazas de los Andes pone el foco en el cuidado de la biodiversidad de la Cordillera, donde la bodega tiene sus viñedos de altura.

24%. La serigrafía vertical “where the earth meet the sky” describe la colección única de viñedos propios de altura de donde provienen nuestros vinos.

¿Cómo cree que este cambio de imagen impactará en la percepción de la bodega y sus vinos por parte de los consumidores y la industria en general?

Creemos que destacará aún más el carácter propio y muy singular de la marca, con el perfil fresco y elegante de sus vinos, su estilo genuino y fiel a sus terruños andinos y su cuidado del medio ambiente.

¿Qué consideraciones se tuvieron en cuenta al desarrollar el nuevo diseño de la etiqueta y el empa-

que de los productos?

Minimizar la huella de carbono y reciclabilidad de 100% de los materiales.

¿Cómo fue la respuesta de los consumidores y los distribuidores frente al cambio de imagen de la bodega? ¿Notaron algún impacto positivo en las ventas o en la percepción de la marca?

El impacto fue muy positivo, con una percepción de coherencia entre el mensaje, el estilo del vino y el nuevo packaging.

Finalmente, ¿qué podemos esperar en el futuro de Terrazas de los Andes?

¿La bodega tiene en vista nuevos proyectos, innovaciones o metas?
Seguiremos trabajando para avan-

zar aún más en el cuidado ambiental, con una viticultura orgánica y regenerativa que fomenta la vida de los suelos y la biodiversidad y, mientras tanto, cuidaremos cada gota de agua. Y continuaremos difundiendo este estilo de vinos que habla de un lugar, empezando por el Malbec, basado en la frescura, fineza y equilibrio. Lo vemos como una oportunidad para los vinos nacionales, apuntando a los consumidores que hoy buscan personalidad y elegancia a la vez, con vinos de calidad, ambiciosos y también fáciles de tomar. Hoy estoy más motivado y convencido de que, a pesar del nivel muy alto de los vinos argentinos, todavía hay mucho más para aprender y proponer a los consumidores del mundo. ■

EN PEQUEÑA ESCALA

La microvinificación está de moda. Apelan a esta producción en pequeñas cantidades tanto las bodegas que buscan una elaboración basada en los detalles como aquellas que apuestan a la experimentación sin arriesgar grandes volúmenes. Consultamos a la sommelier Marisol de la Fuente para analizar el fenómeno.



En las ediciones limitadas está el encanto. Para llegar a esas escasas botellas, los vinos pasaron por un proceso de elaboración observado al detalle. De eso se trata la microvinificación: producir en pequeñas cantidades.

Hoy es tendencia entre las bodegas que recurren a reducir el volumen para lograr una mejor calidad y mayor expresión del terroir, pero también es el recurso utilizado por enólogos que buscan nuevas crea-

ciones y esta técnica los ayuda a disminuir riesgos.

“La ventaja de la microvinificación es que permite hacer experimentos sin arriesgar grandes volúmenes, muchas veces luego de varios tests estas experiencias pasan a una escala mayor”, puntualiza Marisol de la Fuente, sommelier internacional, bartender, docente y periodista. Y agrega: “Quienes la utilizan suelen ser bodegas con desarrollo de I+D o pequeños productores buscando nuevas formas de expresar sus vinos”.

En muchos casos, la microvinificación da como resultado productos únicos y exclusivos. Esto se logra gracias al trabajo con pequeñas parcelas de viñedos cuidadosamente seleccionadas y una atención minuciosa de cada etapa del proceso. Desde la cosecha manual de las uvas hasta la fermentación y el envejecimiento en barricas de roble, todo se lleva adelante con gran precisión y mucha mirada.

En cambio, en otras bodegas la microvinificación se implementa porque da libertad para crear vinos fuera de serie. Al trabajar con lotes reducidos, los enólogos pueden probar diferentes variedades de uva,

técnicas de vinificación y combinaciones de sabores.

Esta suerte de laboratorio generó que hoy exista una diversidad impresionante en la oferta de vinos actuales, desde algunos artesanales y orgánicos hasta de autor con perfiles de sabor únicos.

Otra cualidad que se puede destacar de la microvinificación es que fomenta la conexión con los consumidores. Muchas de sus etiquetas cuentan la historia detrás de cada botella, donde se traslada el esfuerzo y la pasión que hubo detrás. Y eso se valora. Los consumidores buscan cada vez más vinos que reflejen la autenticidad, la artesanía y la individualidad, y la microvinificación cumple con estas expectativas. Además, esta técnica también abre oportunidades para los pequeños viticultores, permitiéndoles ingresar al mercado.

Ya sea para poner el foco en la excelencia como para hacerle espacio a la innovación, hay un franco avance de la microvinificación. Vale la pena prestarle atención y probar algunos representantes de esta tendencia para sumergirse en nuevos sabores. ■



■ Marisol De La Fuente, sommelier.

ENCANTO *Patagónico*



1

Terrazas del lago no es un restaurante cualquiera, propone un viaje al sur del país y no sólo a través de los sabores. A sólo 68 kilómetros de la Ciudad de Buenos Aires permite sumergirse en el verde gracias a que está ubicado en el club de campo Pilar de Patagonia. El guiño también llega desde la arquitectura, inspirada en el estilo barilochense: con techos a dos aguas, paredes de piedra y detalles de madera a la vista. Se suman, además, una laguna, pequeños cauces de agua con puentes y una arboleda, piezas clave de este pequeño edén donde huir de lo cotidiano y encontrar un espacio para el relax y comer bien.

1) La inspiración patagónica de Terrazas del lago va desde la decoración hasta la gastronomía. **2)** Ubicado en el club de campo Pilar Patagonia, este restaurante a 68 kilómetros de la Ciudad de Buenos Aires invita a sentirse de viaje. **3)** La vista al lago, al verde con canales y puentes y a la arboleda se cuelga por los grandes ventanales del salón. **4)** Un amplio espacio con juegos infantiles para niños de todas las edades propone diversión en medio del verde



2
3
4

En un entorno de arboleda, laguna y canales de agua serpenteantes, Terrazas del lago invita a viajar sin tener que recorrer muchos kilómetros. Ubicado en Pilar, provincia de Buenos Aires, combina una gastronomía de fuegos y platos con cordero con juegos infantiles en el bosque y una reserva natural.

POR ANA PERÉ VIGNAU | FOTOS: GENTILEZA TERRAZAS DEL LAGO





5
 5) Cuando el clima está agradable, la mejor opción son las mesas al aire libre, donde disfrutar de un contacto directo con la naturaleza del lugar.
 6) El amplio salón, con piedra a la vista y madera, es muy acogedor.

“El lugar claramente fue la inspiración para lograr la carta: inmediatamente me trasladé a la Patagonia, por lo que era inevitable no derivar en entradas, platos, postres y productos de esa región”, confiesa el chef Emiliano Cafiso.

La cocina, basada en los fuegos, recurre a hongos, quesos, carnes y ahumados patagónicos. “La pesca fresca viene en el día, tres veces por semana. Tanto en la panificación como en la pastelería optamos por usar harinas y azúcar orgánicas, evitando conservantes que no sean naturales”, puntualiza Cafiso.

PURA INSPIRACIÓN

Nada más llegar, nos reciben con un trago de bienvenida sin alcohol y de lo más fresco: una mezcla de frutos rojos y durazno que resulta el aperitivo ideal. Mientras esperamos la entrada, llegan dos pequeñas em-

panadas fritas de carne para calmar la ansiedad.

Entre los primeros platos hay grandes favoritos como los bastones de quesos patagónicos rebozados con pan casero, servidos con salsa marinara. Otro imperdible es el queso provolone dorado a los fuegos, con aceite de oliva y especias criollas. Como se ve, el menú invita a transportarse a las tierras del sur con platos inspirados. Uno de las estrellas de la carta es el Gigot de cordero, donde sorprende un risotto de limón que provoca un balance de sabores con el cordero macerado y condimentado con variedad de hierbas, braseada durante seis horas y que se deshace en el tenedor.

El cordero patagónico también se encuentra en el relleno de sabrosos raviolos con hongos de pino y en formato costillas con finas hierbas, acompañadas de una selección

de verduras grilladas a la parrilla. El resto de las propuestas navegan entre clásicos de la parrilla, pesca del día, opciones sin carne y pastas artesanales gourmet.

Además de la oferta culinaria, Terrazas al Lago de Pilar cuenta con una excelente selección de vinos argentinos. La carta de vinos incluye reconocidas etiquetas de bodegas locales, brindando la oportunidad de descubrir interesantes maridajes.

CON VISTA

La doble altura de los techos, las paredes con piedra a la vista, el uso de la madera en columnas y muebles convierten el interior del restaurante en un espacio muy acogedor y luminoso. A través de los grandes ventanales se cuele el verde que rodea al salón.

Cuando el buen tiempo hace acto de presencia, vale la pena aprovechar

las mesas del exterior. Ya sea bajo una semisombra o en el deck con sombrillas, da placer comer al aire libre. La vista a los caminos de piedra, los canales de agua y el lago transporta y distiende.

¡AJUGAR!

Ir a un restaurante con chicos suele ser una salida compleja. Prueba y error. Nada está escrito y aventurarse a salir de casa para empujar los límites de la rutina siempre va con sorpresa incluida. Pero hay que decir que es un acierto seguro ir en familia a comer a Terrazas al lago. Todo suma.

Además de una propuesta gastronómica apta para todos los públicos (el menú kids cuenta con los clásicos: milanesa, hamburguesa, espaguetis o ñoquis caseros y nuggets de pollo) tiene un completo parque al que no le falta nada para garantizar la diversión.

El espacio cuenta con hamacas gigantes y toboganes de todos los tamaños, puentes colgantes, instrumentos y objetos para hacer sonar, redes, palestra y camas elásticas que invitan a rebotar sin parar, entre muchas otras propuestas completamente hipnotizantes y entretenidas. Quienes después de la comida y los juegos quieran expandir aún más el paseo, pueden darse una vuelta por la reserva con más de tres mil ejemplares de árboles que superan el cuarto de siglo y disfrutar de un recorrido entre robles europeos, eucalyptus saligna, cipreses leylandi y calvos, cedros y ceibos, entre otras especies. La experiencia se puede completar con una visita a los muelles frente al lago y entregarse a la contemplación.

Tanto de día como de noche, Terrazas al lago se propone como un destino gastronómico especial. Falta las montañas nevadas, es cierto, pero da sensación de estar en el sur del país por un rato. ■

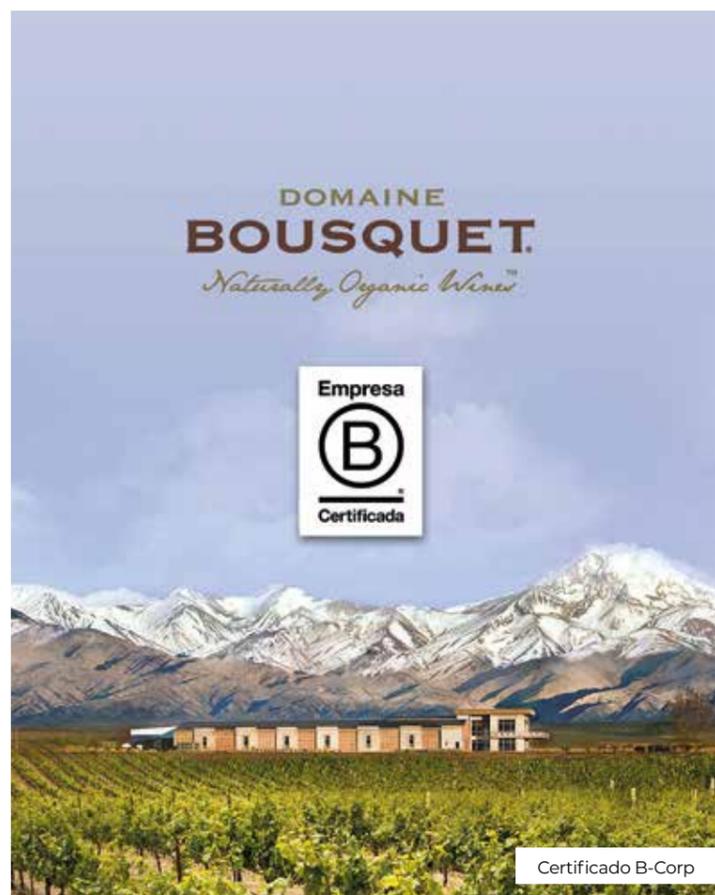


5

25 años

a la vanguardia de los vinos orgánicos

Pionera en cultivar en Gualtallary, Mendoza, la bodega Domaine Bousquet actualmente produce 7 millones de litros al año y exporta a más de 60 países. Anne Bousquet, su Co-CEO, presidente y cofundadora nos cuenta el éxito del negocio, basado en la sustentabilidad, la biodinámica y el fuerte apoyo a las comunidades locales.



Certificado B-Corp

¿Cómo y cuándo nace Domaine Bousquet?

Mi padre fue el primero en llegar a Argentina e incursionar en la plantación de viñedos orgánicos allá por 1998 en una zona única, virgen y fértil como era Gualtallary en Valle de Uco, Mendoza. Ya en el año 2009, junto con mi esposo Labid Al Ameri, impulsamos este sueño de ser la primera bodega argentina de vinos de alta gama 100% orgánica certificada nacional e interna-



Anne Bousquet, Co-CEO de la Bodega Domaine Bousquet.

cionalmente, y seguir creciendo en post de proteger la tierra y el medio ambiente. Este año se cumplen 25 años de la primera implantación de nuestros viñedos orgánicos.

¿Qué significa la certificación como Empresa B (B-Corp) que recibieron en 2022?

La certificadora Sistema B es una organización sin fines de lucro que cree que los gobiernos, las organizaciones de la sociedad civil, los movimientos sociales, los ciudadanos y la responsabilidad social de los negocios deben trabajar junto a las Empresas B y otros actores económicos en América Latina para construir una nueva economía más justa, equitativa y regenerativa para las personas y el planeta. Estamos orgullosos de recibir esta nueva certificación, que es un gran reconocimiento y además confirma nuestro compromiso con una economía sostenible para las personas y el medioambiente. Para lograrlo hemos cumplido con estrictos estándares verificados de desempeño social, ambiental, transparencia y responsabilidad.

También en este último tiempo obtuvieron la certificación 'ROC'. ¿De qué se trata esta mención?

Obtener el status de Regenerative Organic Certified (ROC) -certificación de agricultura regenerativa- indica que tenemos un compromiso con la tierra, no solo de cuidarla y nutrirla, sino también de regenerarla y hacerla cada vez más fértil y equilibrada con el medioambiente. Con sede en California, la Alianza Orgánica Regenerativa, cuyo lema es "Cultivar como si el mundo dependiera de ello, certifica ROC en tres áreas: salud del suelo y gestión de la tierra, bienestar animal y equidad entre agricultores y trabajadores. Es muy importante la viticultura sustentable orgánica que realizamos, donde se aumentan los procesos microbiológicos, la presencia de insectos, de microorganismos que habitan en el suelo y que empiezan a generar un ambiente más rico actuando como un refugio de biodiversidad para distintas especies de la zona. Generamos un impacto positivo al medio ambiente actuando como refugio hacia el avance urba-

no, reduciendo el dióxido de carbono y enfrentando así la situación del cambio climático que tenemos. Domaine Bousquet es, a la fecha, una de las cuatro únicas bodegas en el mundo en cumplir con los exigentes requisitos de esta certificación y la primera fuera de los Estados Unidos.

¿Alguna recomendación especial para brindar en este Día del Padre?

Si me tengo que quedar con uno de nuestros vinos, sugiero el Domaine Bousquet Gran Malbec Orgánico 2021. No solo porque lleva mi firma en la etiqueta -sonríe- sino porque el crítico James Suckling lo ha premiado con 93 puntos y, además, lo reconoció dentro de los 10 mejores Malbecs Argentinos cosecha 2021 por su gran relación precio-calidad (#GreatValue). ¡Salud a todos los padres en su día! ■

+ INFO

www.domainebousquet.com
@domainebousquetarg

WINEFLUENCERS

Desde Instagram, grandes referentes del mundo del vino comparten sus saberes, opiniones y recomendaciones. Aquí, dos argentinos y un experto internacional que valen la pena seguir.



@MARCE_RIENZO
(79.500 SEGUIDORES)

Presidente de la Asociación Argentina de Sommeliers, comunicadora de vinos en el programa de televisión "Cocineros argentinos" y creadora de "Spiritu aromas de vino" -un kit de entrenamiento del olfato para aprender sobre catas- busca sacarle al vino el halo solemne. "No sé quién tuvo la mala idea de hacernos creer que había que conocer términos complejos para disfrutar una copa de vino", dice esta voz femenina influyente en la industria local que comparte información práctica, sugerencias y curiosidades.



@MARIANOBRAGAOK
(79.500 SEGUIDORES)

El reconocido sommelier argentino Mariano Braga, distinguido recientemente entre los cinco comunicadores de vino más importantes del mundo por la International Wine and Spirit Competition, tiene una forma de describir vinos muy simple y directa, dejando de lado la terminología. "Cosas que definen el precio de un vino", "Consejos ridículos para el bebedor serial" y "Trucos para descorchar como un crack" son algunos de los títulos de sus posteos. Su paladar entrenado y su pluma irreverente convierten este IG en una cuenta divertida y con mucha información del sector a nivel internacional.



@JAMES.SUCKLIN
(335 MIL SEGUIDORES)

Es uno de los críticos de vino más respetados del mundo. Esto se refleja inmediatamente en los 335 mil seguidores de su Instagram. Gran catador, junto a sus colaboradores califica 32 mil vinos al año. Sus puntajes y reportes son esperados como auténticas revelaciones por las bodegas de los distintos países que visita. Estar en la lista de James Suckling puede significar la conquista de un lugar de privilegio en la industria del vino. Posteos sobre enólogos, maridajes, restaurantes, viajes, notas de catas y recomendaciones de botellas completan esta cuenta.

AUTÓCTONO

Un vino de
BODEGA VISTALBA



PROHIBIDA LA VENTA A MENORES DE 18 AÑOS. BEBER CON MODERACIÓN. WWW.BODEGAVISTALBA.COM



TIENDAS

CABILDO
Av. Cabildo 4045
(54.011) 4702.9727
11.6935.5952

AV. DE MAYO I
Av. De Mayo 902
(54.011) 4334.4360
11.6913.6721

AV. DE MAYO II
Av. De Mayo 1136
(54.011) 4383.1587
11.6767.8834

CALLAO
Av. Callao 1380
(54.011) 4816.6123
11.6519.9720

CORONEL DÍAZ
Mansilla 3402
(54.011) 4827.3363
11.6500.9609

CRAMER
Av. Cramer 1811
(54.011) 4789.0023
11.6935.5952

EL FÉNIX
Av. Santa Fe 1199
(54.011) 4811.0363/6384
11.6905.0023

LIBERTADOR
Av. Libertador 5975
(54.011) 3535.9166
11.6494.1816

PARAGUAY
Paraguay 678
(54.011) 4313.6782
11.6506.9407

PARANÁ
Paraná 1259
(54.011) 4811.2063
11.6933.7446

PILAR
KM 42,5 - Ramal Pilar
(54.02320) 366577
11.5806.6658

RECOLETA
Av. Libertador 902
(54.011) 4812.0462
11.6921.8112

RECONQUISTA
Reconquista 946
(54.011) 5199.0108
11.6895.7798

REP. ÁRABE DE SIRIA
Rep. Árabe Siria 3152
(54.011) 4806.5590
11.6933.0532

RIVADAVIA
Av. Rivadavia 4258
(54.011) 4903.9024
11.6910.8875

RODRIGUEZ PEÑA
Rordírguez Peña 1320
(54.011) 2074.6902
11.6907.0623

TALCAHUANO
Talcahuano 991
(54.011) 4816.0551/0480
(54.011) 6783.6163

YDRA
Av. Callao 1699
(54.011) 4811.4872
(54.011) 6767.1416

CARILÓ
Avellano y Boyero
(54.02254) 572371

W4LESS LIBERTADOR
Av. Linertador 5038
(54.011) 4776.2460
11.6908.8794

W4LESS PUEYRREDON
Av. Pueyrredon 2470
(54.011) 4801.2584
11.6908.9079

REALIZÁ TU PEDIDO POR WHATSAPP 

BENEFICIOS



CONTACTO

WHATSAPP
11.4084.7451

WEB
www.frappe.com.ar

REDES SOCIALES
/frappewinestore



LOTE NEGRO

LA MÁXIMA
EXPRESIÓN DE
VALLE DE UCO

MALBEC 60% / CABERNET FRANC 40%

UNIQUE EDITION

14 000 | VALLE DE UCO - MENDOZA | 2021



   | WWW.NORTON.COM.AR

BEBER CON MODERACIÓN. PROHIBIDA SU VENTA A MENORES DE 18 AÑOS