



Quiénes Somos

Reportajes

¿Qué Buscas?

Buscar

- Home
- Reportajes
- Vinos
- Gastronomía
- Foro
- Personajes
- De Viaje

Conoce nuestros libros

Estás en [Home](#) > [Reportajes](#)

## 7º ANNUAL WINES OF CHILE AWARDS

[Ver artículos anteriores »](#)

Hubo premios que consolidaron y novedosas sorpresas. Entre ellos, Syrah 1865 de San Pedro ganó Best Wine in Show y Marina de Bravado Wines Best White.

Por el equipo de Planetavino

Con el objetivo de difundir y posicionar la calidad de los vinos chilenos en Canadá, anoche en el Club de Golf La Dehesa, en medio de un ambiente festivo, se premió a los mejores vinos del país. **111 viñas participantes y 467 muestras de vinos** dieron vida al **Annual Wines of Chile Awards 2010**. El evento en su séptima versión, organizado por Wines of Chile, contó por primera vez con la presencia de jueces de Canadá, tercer país exportador de vinos chilenos.

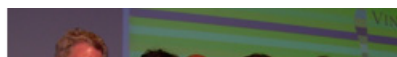


Tras tres días de cata a ciegas, en la Hacienda Santa Martina, se premió en una noche de cuerpos pintados, la música de la cantante Nicole, representando Chile, y la cantante canadiense Mia Praught, representando al país invitado. Los premios: **51 medallas de oro, 136 medallas de plata**, 14 como los mejor en su categoría por cepa y dos por precio. Y el más esperado de la noche, Best Wine in Show.



Las catas fueron certificadas por el Departamento de Fruticultura y Enología de la Facultad de Agronomía de la PUC. Y su puntuación determinó entre 84-86 puntos medallas de bronce, 87-90 puntos medallas de plata y 91-100 puntos medallas de oro. Luego las medallas de oro se volvieron a catar para elegir a los ganadores de las 14 categorías y escoger finalmente entre el mejor de los mejores (**Best Wine in Show**), al **Syrah 1865 año 2007, del valle de Cachapoal**. Un premio que consolida el trabajo de **Marco Puyó en su nueva etapa en viña San Pedro**. Otro esperado premio de la noche, tras las alabanzas del jurado durante la mañana en el Seminario Navigaing Canidian Market" (ver detalles más abajo) fue el premio al de mejor Sauvignon blanc del concurso. El premio fue para el nuevo **Sauvignon Blanc Marina 2009** (valle de Casablanca) de Bravados Wines (**proyecto de los enólogos Constanza Schwaderer y Felipe García**), el que dió a su vez un fuerte espaldarazo al **Movimiento de Viñateros Independientes** creado el año 2009. Entre tanto Cono Sur se posicionó como la viña con más galardones. La cepa Syrah se destacó como la cepa más premiada en medallas de oro, con un total de nueve preseas, versus las seis que obtuvo la carmenère (segunda variedad más premiada)

El jurado estuvo compuesto por Tony Aspler, periodista de Wine Spectator, David Lawrason, periodista de vinos para Toronto Life y Editor in Chief de Wine, John Szabo, redactor de Wine Access Magazine, Rod Phillips, periodista de vinos para el diario Ottawa Citizen, Sid Cross, panelista y educador de vinos gourmet, Gurrinder Bhatia, periodista de vinos para la radio CBC, Anthony Gismond, periodista de vinos para el Vancouver Sun, David Sholefield, profesor y consultor de vinos, Nick Hamilton, periodista de vinos para Vins & Vignobles y Bill Zacharkiw, escritor de Montreal Gazette.



Por otra parte, como actividad paralela a la premiación, se

ENTRE COPAS

Vinos

Gastronomía

Tendencias

desarrolló ayer en la mañana el seminario con la industria en el Hotel W. Todos los detalles de este encuentro a continuación de las categorías premiadas.

#### 14 MEJORES EN SU CATEGORÍA

**Sauvignon Blanc:** Bravado Wines, Marina 2009  
**Chardonnay:** Cono Sur 20 Barricas 2008.  
**Mezcla Blanca:** Estampa Reserva 2009 (sauvignon blanc/chardonnay/viognier)  
**Otras Cepas Blancas:** Cono Sur Viognier 2009  
**Cabernet Sauvignon:** Viña Echeverría, Founder's Selection 2005  
**Carmenère:** Casa Rivas Gran Reserva 2007  
**Merlot:** Ventisquero Grey 2007  
**Pinot Noir:** Cono Sur 2008  
**Syrah:** San Pedro 1865 2007  
**Mezcla Tinta:** O Fournier Centauri 2006  
**Otras Tintas:** Orzada Carignan  
**Precio/Calidad Tinto:** Via Wines, Oveja Negra Reserva 2008(cabernet franc/carmenère)  
**Precio/Calidad Blanco:** Bravado Wines, Marina 2009  
**Best Wine in Show:** San Pedro, syrah 1865 año 2007

#### SEMINARIO NAVEGANDO EL MERCADO CANADIENSE

Sentarse a escuchar qué tienen que decir los expertos invitados a la semana de actividades que organiza cada enero **Wines Of Chile**, a propósito del Concurso **Annual Tasting**, es todo un ejercicio para quienes trabajan en la industria del vino. Desde la testera se dan opiniones, cifras, consejos, advertencias y hasta formulas, mientras los mismos de siempre -desde el público- lanzan sus preguntas. En esta séptima oportunidad, llamada "Navegando el mercado canadiense", por primera vez hablaban, efectivamente, canadienses. Fueron diez en total, todos hombres, distribuidos inteligentemente según sus regiones, pues quién no sabe cuán grande es el país del norte. Pero además porque por regiones depende el cómo importar los vinos. Es por eso que antes de proseguir, aquí hay que detenerse un momento, para entender mejor este gran mercado.

Los estados del Este, Quebec y Ontario, los más grandes y dinámicos consumidores de vinos, están bajo el control de un Comité de Importaciones del Gobierno. En Alberta y British Columbia, al Oeste, no, aquí hay importadores privados, libertad. En este contexto además, donde el vino tinto ha pasado a dominar al blanco y Chile ha caído del tercero al quinto lugar en diez años (del 1996 a 2006), las cosas para nuestros productores no han sido fáciles.

**Tony Aspler**, escritor de vinos de Ontario, comenzó con un golpe bajo para audiencia. El máximo éxito en el mercado hoy dijo es Fuzion, un vino económico argentino mezcla de Syrah y Malbec, que ha batido todos los records en ventas. Francamente no comprendí bien el por qué de su particular éxito (combinó lo que muchos vinos chilenos, buena relación precio-calidad). Pero el punto que quería destacar Aspen, es que el consumidor busca cosas nuevas, y que si bien hoy es Argentina la estrella, mañana bien podría ser Brasil. ¿Y qué es lo que puede ofrecer Chile que Argentina no? Otro golpe bajo, si tienes una cepa como bandera, la Carmenère, dijo Aspler, trátela la con más respeto, logren que se pueda escribir y pronunciar bien. A su vez, Aspen propuso que Chile se dé a conocer como un país orgánico, ya que Nueva Zelandia ya lo está haciendo como país verde. A su vez propuso crear vinos single vineyard, mezclas especiales y vinos de lotes especiales. Y, otro golpe más bajo, instó a respetar el término Reserva (el mismo que bajo nuestra ley dice que puede o no haber sido tratado con maderas). "Si estás haciendo algo, comunícalo, queremos saberlo", concluyó. Antes de volver a su lugar en la testera Aspen destacó, como para no dejarnos el ánimo tan bajo, que Chile es el país que más avances ha logrado en tan poco tiempo.

El joven **John Szabo**, sommelier, comunicador y consultor de Ontario, se enfocó en lo que debe hacer Chile para posicionar sus vinos en los restaurantes canadienses, donde hoy prácticamente no existe. Primero llamó a segmentarlos, aclarando que, por ejemplo vinos entre 15 y 20US\$, de marcas fuertes, deben enfocarse a los restaurantes más económicos y masivos, como las cadenas, mientras los vinos llamados especialidades, sobre los 15US\$ y menos de 50, deben venderse en restaurantes más sofisticados, con sommeliers.



Profesionales que no buscan grandes marcas sino novedades, productos distintos. Por esta misma razón, explicó deben buscar agentes importadores diferentes para cada segmento. Su último llamado fue para educar a los profesionales de la restauración, traerlos a Chile, y que así puedan comunicar el mensaje al consumidor.

**David Lawrason**, escritor y educador de vinos, de Ontario destacó la importancia que ha ganado el uso de las comunidades que crecen cada día en Internet (como Facebook y Twitter) y sus herramientas para que los productores establezcan sus lazos con el consumidor. Luego un colega complementaría su mensaje: si alguien quiere actualizar su página web y sumarse a la tecnología que llame a un joven de 20 años, no a sus contemporáneos. Y Juan Somavia, Director de Wines Chile, aprovechó la oportunidad para invitar a todos, incluyendo a quien nos lee, para ser seguidor de Wines of Chile a través de Twitter y ser parte de su comunidad por medio de su nueva página web ([www.winesofchile.org](http://www.winesofchile.org)).

**Rod Phillips**, columnista, autor y educador de Ontario, fue interrumpido por una alarma de incendios después de explicar que Argentina no promocionaba sus vinos regionalmente porque prácticamente solo tenía una gran región productora (Mendoza). Alarma que resultó falsa, por lo que al regreso de un recreo en la calle sin café ni galletas, Phillips dijo bromeando que no volverían a hablar de Argentina en toda la mañana. Phillips tuvo tal vez la postura más personal y diversa al resto del grupo. Bajo su prisma, los países del Nuevo Mundo no deberían confundir a los consumidores normales con nuevos nombres de regiones, porque pues siquiera poco conocen de países del Viejo Mundo. A su vez agregó, Chile no tiene aún la suficiente imagen como país detrás que necesita para pretender hacer imagen con sus regiones. Lo importante concluyó, es crear imagen sobre los estilos de vinos que son capaces de crear con las variedades como país.

En el otro extremo, el resto de sus compañeros destacaría a lo largo de la mañana la importancia que cada vez más va tener el comunicar al consumidor de dónde y quién hace el vino. Muchas veces escuchamos: " la variedad ya no importa, no necesitamos más Merlot en el mundo, lo que el consumidor quiere saber es quién y dónde lo hace.

**Bill Zacharkiw**, escritor de vinos de Quebec, destacó justamente la importancia de traer a escritores y comunicadores de vinos a Chile para dar a conocer su diversidad, de climas y variedades. Y a la vez mostrar la diversidad de estilos que somos capaces de producir a precios mucho más accesibles que las grandes apelaciones europeas.

**Nick Hamilton**, consultor, escritor y educador de Quebec, explicó las grandes diferencias entre consumidores de Quebec y los de Canadá en general, con lo cual aportó interesantes datos como: el 78,3% de los consumidores bebe el vino en sus hogares y sólo un 16.6% lo hace en restaurantes. Lo que confirma otra cifra, la que revela que tanto como el 85% de los quebecuas tienen al menos un descorchador de vinos en su casa. Y lo que a vez implica que el marketing debe dirigirse al consumo en el hogar.

Los quebecuas, considerados los consumidores más tradicionales del país, agregó Hamilton, son los que más beben vino en Canadá, tanto como 20 litros por persona la año, versus los 13.2 que beben los oriundos de Ontario o los 3 y tanto de Alberta. A su vez, explicó, sus críticos son quienes más apoyan los vinos del Viejo Mundo. Hamilton, concluyó que no es fácil entrar a este importante mercado, pero que sin duda una vez que se está dentro es fácil que la "bola" siga creciendo.

**Gurvinder Bhatia**, columnista de vinos, educador y consultor de Alberta, destacó



por su parte lo pequeño del mercado de este estado (con menos de tres millones de personas), así como la ausencia de barreras para las importaciones. Bhatia destacó a su vez que es un mercado más abierto a nuevos países productores y que por lo mismo hay menos lealtad de marca entre sus consumidores. Por la misma razón incentivó a los productores chilenos a seguir en la senda de vinos que expresen el origen, el terroir, en sus respectivas categorías de precio. Su llamado a la vez fue para buscar un importador según las diferentes categorías de vinos.

**Sid Cross** de British Columbia, el gran entusiasta de la mañana, destacó su buena impresión por muchas de nuestras cepas, sin embargo rayó con el pinot y su impresionante potencial en nuestros climas fríos. Para Cross esta variedad puede tener problemas con las heladas, la difícil definición del momento de cosecha y el peligro de deshidratación mientras esta última llega, pero son todos riesgos, agregó, que bien valen la pena ante una competencia que no es demasiado fuerte dentro del precio/calidad que Chile ofrece. Cross destacó que apenas hay nueve etiquetas pinot noir en su región hoy, pero que bien podría haber muchas más. "Lo que hay no es suficiente, necesitamos más, planten más, ¡háganlo!" concluyó.

**David Scholefield**, consultor, comunicador, educador y jurado de British Columbia, habló de cambios y las oportunidades que estos generan. Scholefield destacó lo mal visto que es hoy beber un vino caro en BC sin razón justificada, y de cómo esa tendencia ha afectado la venta en segmentos más altos. Esta reconocida personalidad del vino en su país explicó los estos cambios que vemos hoy están llevando al consumidor a querer saber de dónde viene el vino y quién lo hace. Que Chile sea un país remoto, desconocido, libre de contaminación, agregó, debería ser una oportunidad dentro de esta nueva etapa de cambios donde lo importante es contar una historia, tener una identidad.

El último panelista fue **Anthony Gismondi**, comunicador de vinos de British Columbia, hizo un recorrido por las propuestas de cada uno de sus compañeros, para aportar soluciones y respuestas a un segmento de las importaciones, el vino chileno, que no crece en Canadá desde hace ocho años. Tony, destacó que lo más importante ya no es el precio/calidad, el valor del vino, sino quién es ese alguien especial que hace el vino y el dónde. "Queremos saber dijo, quién lo hace, dónde, si eres *green*, si eres orgánico; ustedes deben llegar al consumidor con sus historias". Hoy agregó, el consumidor no está gastando más de 20 o 30 US\$ por un vino, y ahí Chile tiene una gran oportunidad. La competencia explicó, hoy no viene de abajo sino de los vinos de arriba, lo que hará de esta, una década muy interesante.

Gismondi explicó a su vez, que debido a lo complejo del mercado del vino canadiense, que si él fuera un productor, gastaría más tiempo en escoger a su importador que a su enólogo.

#### ¿Y QUÉ OPINARON DE LOS VINOS CHILENOS?

Las opiniones tras 460 vinos catados, fueron bien diversas, aunque el Syrah y Sauvignon blanc destacan causando mayor sensación. **Anthony Gismondi** destacó el syrah, para él fue toda una revelación, al igual que el Sauvignon blanc. **John Szabo** reforzó sus impresiones sobre Chile, entre ellas su enorme diversidad. Hay muy buenos vinos, dijo. La calidad sigue subiendo y aumentando la diversidad de variedades, pero también sigue habiendo vinos malos producto de altos rendimientos. Las mezclas fueron a su parecer los vinos más interesantes.

**David Lawrason** amó el Sauvignon blanc y se sorprendió con excelentes carmenère y la categoría de precio entre los 15 y 20US\$. Sin embargo no quedó contento con los vinos de las categorías más económicas. **Rod Phillips**, en tanto, destacó al Syrah, Sauvignon blanc y Carmene pero aseguró que en estos últimos aún hay problemas de madurez, de no plantar en el lugar adecuado y no saber con qué variedad mezclarlo.

**Bill Zacharkiw** reconoció que vino a Chile asustado, debido a su paladar formado bajo la escuela del Viejo Mundo, sin embargo quedó impresionado con la Carmenère y el Pinot noir. Sobre el Carmenera increpó, "si va a ser vuestro emblema debe ser bueno".

**Nick Hamilton** alabó el Syrah, pero también el cambio hacia estilos más frutales que han experimentado nuestros Chardonnay. A su vez destacó la presencia de vinos con taninos más suaves, menos sobre madurez, y se alegró de descubrir nuevos estilos y variedades provenientes de climas fríos. Eso sí, para él, si a Pinot noir se refiere, todavía le falta mucho trabajo por hacer. **Gurvinder Bhatia** observó que todos estos grandes vinos que se están promocionando a través del concurso, no se ven y no se beben en Canadá. **Sid Cross**, a continuación destacó la diversidad de variedades, y volvió a alabar al Pinot noir, más la pasión de los productores de Chile por lo que hacen.

**Anthony Gismondi**, el último en la palestra, también disfrutó particularmente el

nuevo estilo más fresco en los Chardonnay, y los Sauvignon blanc, sin embargo, y en sintonía con todo lo antes expuesto, llamó a catar en futuras invitaciones los vinos por región: "Nos interesa el espíritu del vino, su origen, dijo, no nos interesa el precio".

#### **CUESTIÓN DE PREGUNTAS Y RESPUESTAS**

Interesantes propuestas resultaron de la ronda de preguntas del público. Entre ellas, surgió el tema de los gustos del consumidor y la tendencia a huir de vinos con altos grados de alcohol. Unos, como Hamilton, defendieron la importancia del balance del vino, a pesar de los altos grados, otros, como Phillips, sacaron a relucir un tema del que nunca antes habíamos escuchados en un panel como este. Se trata de la pérdida de sensibilidad ante los sabores y aromas de las personas mayores (adultos mayores). Según argumentó, estudios han demostrado que personas por sobre los 60 años necesitan hasta seis veces más sabor para nivelar sus umbrales de percepción. Y esa gente, como él y la gran mayoría de los palestrantes y consumidores, agregó, están pidiendo vinos con más intensidad de sabor y por lo tanto también más alcohol. Curioso o preocupante, sería saber pues, qué edad tendrá Parker hoy.

Otra interesante pregunta, con respuesta, fue la de Eduardo Chadwick, sobre el Cabernet sauvignon chileno, del cual nadie hasta ahora entonces había dicho palabra. Para varios la cepa sigue dando vinos económicos, productos de altos rendimientos, sin interés alguno; otros ya no creen importante hablar de la categoría "chilean cabernet", lo importante, de nuevo, y como moraleja del evento, es hablar de dónde y quién lo hace.

---

[Ver artículos anteriores »](#)

[△ arriba](#)

[Contacto](#) | [Quiénes Somos](#) | [Regístrate](#)

Copyright 2007 Planeta Vino - [Condiciones de Uso](#) - Design by [Telematica](#)