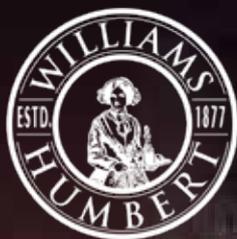
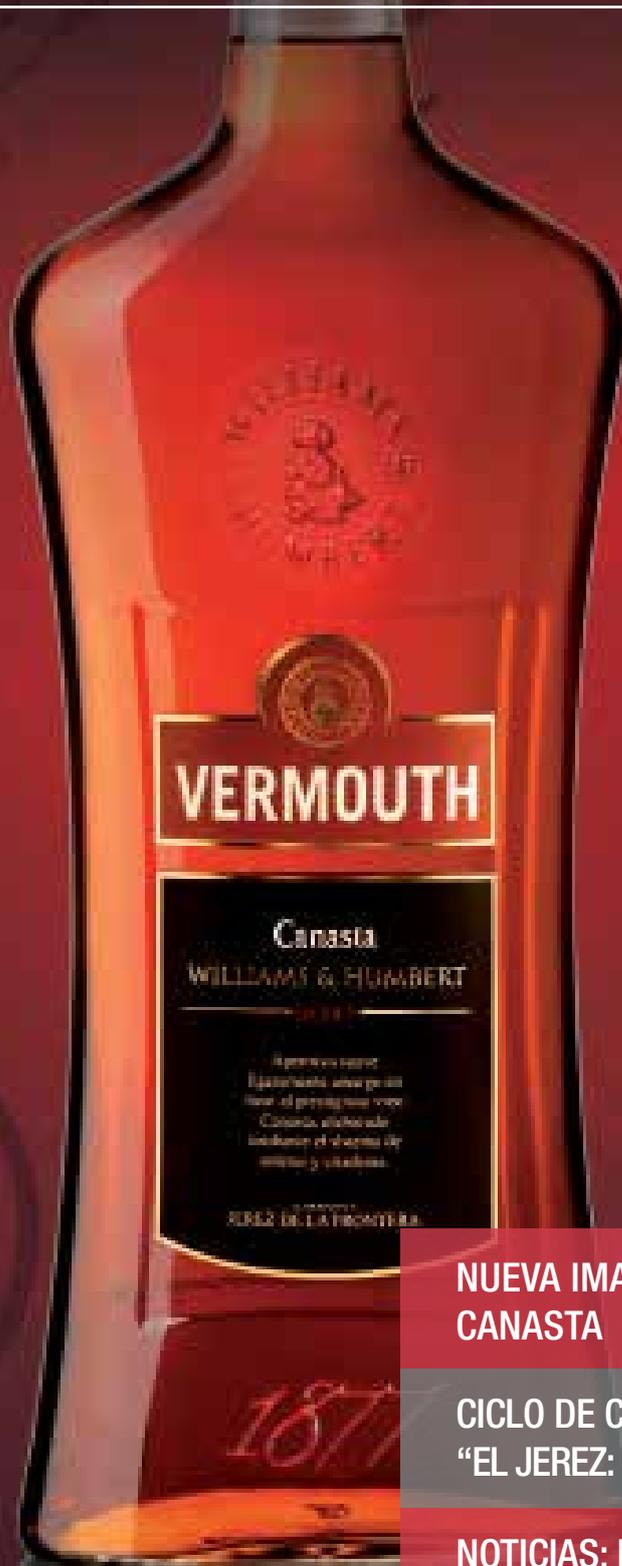


GLOBAL



REVISTA CORPORATIVA WILLIAMS & HUMBERT 40



**NUEVA IMAGEN PARA EL VERMOUTH
CANASTA**

**CICLO DE CONFERENCIAS W&H
“EL JEREZ: UNA MIRADA HACIA ADELANTE”**

**NOTICIAS: IMPORTANTES PREMIOS
PARA LAS MARCAS DE W&H**

Canasta: como el amor

tanto
SI HACE FRÍO

COMO
SI HACE CALOR

A CUALQUIER HORA Y EN CUALQUIER LUGAR, A LA LUZ DE LA LUNA
O BAJO LOS RAYOS DEL SOL, HAGA FRÍO O HAGA CALOR...
CANASTA SOLO O CON HIELO Y SI TE
APETECE ¡COMBÍNALO!



BODEGAS WILLIAMS & HUMBERT
www.canasta.es

@canastaoficial



facebook.com/Canasta.es



Beba con moderación, es su responsabilidad. 19,5°



04 VERMOUTH CANASTA

Presentación de la nueva imagen.

16 V GALA DEL TORNEO DE GOLF W&H

Entrega de premios y fiesta en la bodega.

18 EL JEREZ: UNA MIRADA HACIA ADELANTE

Por el enólogo y profesor de la UCA Luis Pérez.

24 EL JEREZ EN TIEMPOS DE SHAKESPEARE

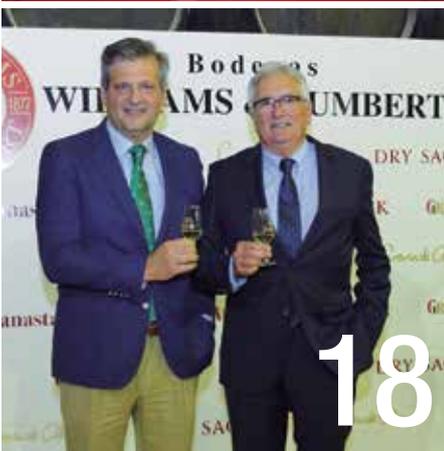
Por el académico José Luis Jiménez.

28 RESTAURANTE

Bienmesabe en Madrid.

32 GLOBAL TRIP

Tokio (Japón).



EDITA: BODEGAS WILLIAMS & HUMBERT - Ctra. Nal. IV - Km- 641 - 11408 - JEREZ DE LA FRONTERA - Tel. 956 35 34 00 / 01 - FAX. 956 35 34 11/15 **PRESIDENTE:** JOSÉ MEDINA CACHERO **DIRECCIÓN:** MIGUEL ÁNGEL MEDINA GARCÍA DE POLAVIEJA **PRODUCCIÓN:** JVPLANNET MÁRQUETING Y COMUNICACIÓN - AVDA. DE SANLUCAR - POL. IND. BERTOLA - EDIF. SINGULAR S/N, 2ª PLANTA, LOCALES 6 y 7 - 11408 - JEREZ DE LA FRONTERA - TEL. 956 14 70 70 - FAX 956 14 53 32 **DEPÓSITO LEGAL:** CA-299/05.

¿Te gustaría recibir la revista Global en formato digital a través de tu correo electrónico?

Sólo tienes que entrar en www.williams-humbert.es/suscribir y darte de alta.

Bodegas Williams & Humbert no asume necesariamente las opiniones vertidas en GLOBAL por los colaboradores de la revista. Ejemplar de difusión gratuita.

NUEVA IMAGEN PARA EL VERMOUTH CANASTA

Lanzado al mercado en 2008, el vermouth de Williams & Humbert está elaborado con el dulce y suave jerez “Canasta” y aromatizado con la mejor selección de botánicos.

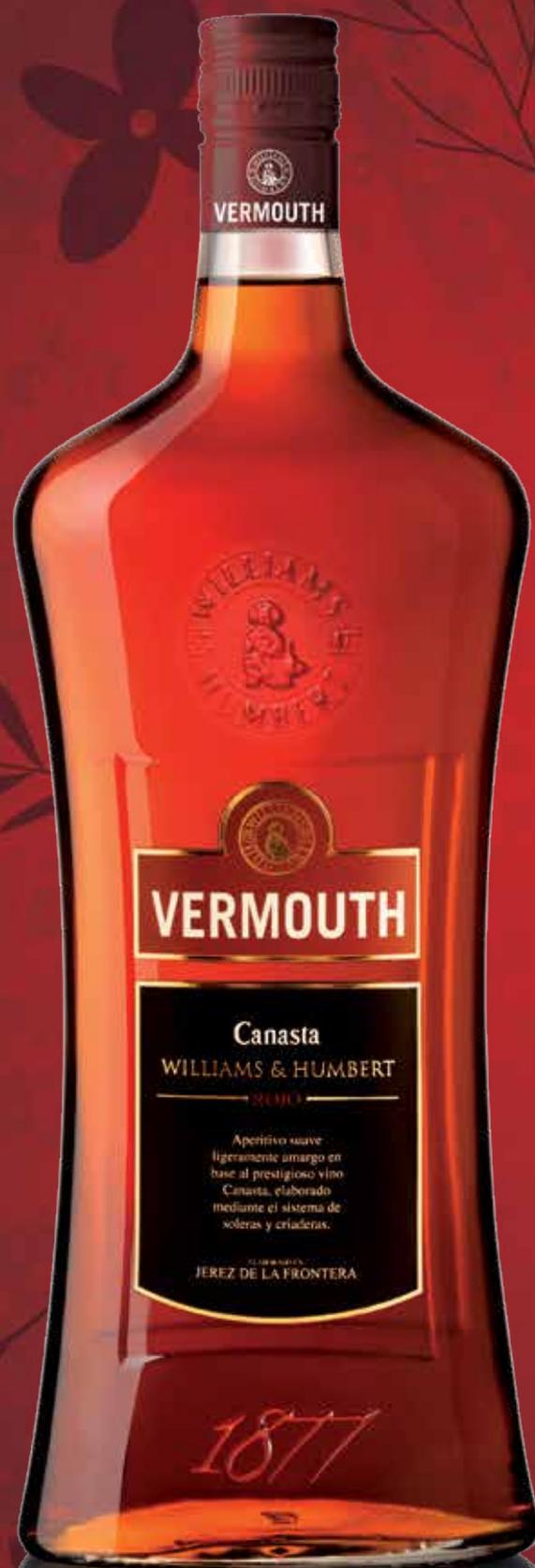
Vermouth Canasta ha sido seleccionado por El Corte Inglés para estar en todos los hipermercados y centros comerciales de Hipercor y El Corte Inglés de Andalucía.

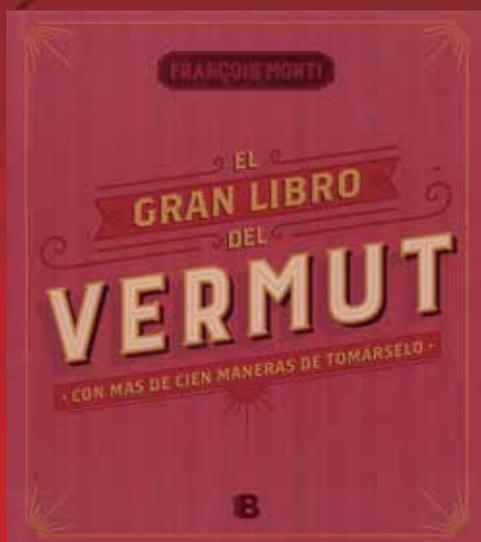
El vermouth Canasta se renueva. Y lo hace con una nueva etiqueta, en un momento en el que una de nuestras bebidas más típicas regresa con fuerza gracias a una nueva generación de adeptos.

Lanzado al mercado en el año 2008, el vermouth de Williams & Humbert se caracteriza por su peculiar elaboración, ya que su base es el oloroso dulce “Canasta”, un vino

de jerez referente en su categoría, y que es mezclado con los elegantes aromas de flores, frutos, raíces, maderas y cortezas.

Las particularidades de este singular vermouth han sido señaladas en las prestigiosas publicaciones que han salido a la luz en estos dos últimos años, de la mano de los más destacados expertos y a raíz del renacimiento de esta genuina bebida.





“A finales del siglo XIX ya se hacía vermut en Jerez, pero en la actualidad esta faceta de la actividad de las bodegas jerezanas parece haber casi desaparecido. Una excepción: el vermut Canasta lanzado por las bodegas Williams & Humbert en el 2008”. Efectivamente, hace ya más de ocho años que W&H decidió recuperar esta tradición, como señala François Monti en su “Gran Libro del Vermut,” rescatando así una de las ceremonias más típicas de nuestra gastronomía, con este vermouth Canasta. “Un producto curioso, a medio camino entre un jerez y un vermut”, tal y como lo describe este internacional periodista y escritor belga, especializado en destilados y coctelería.

FRANÇOIS MONTI

Canasta

A finales del siglo XIX ya se hacía vermut en Jerez, pero en la actualidad, esta faceta de la actividad de las bodegas jerezanas parece haber casi desaparecido. Una excepción: el vermut Canasta, lanzado por las bodegas Williams & Humbert en 2008.

Fundada en 1877, es una de las bodegas históricas de la denominación de origen y una de las más grandes del mundo. Entre sus productos más conocidos encontramos el brandy Gran Duque de Alba, los rones Dos Maderas (mezcla de rones canbeños envejecidos 5 años en su lugar de origen y 3 años en barricas de oloroso en la bodega de Williams & Humbert) y el Canasta Cream, un oloroso dulce. Este es la base de un vermut que fue creado para responder a la demanda del mercado nacional, pero todavía no se produce en grandes cantidades.

El Canasta Cream se elabora con uva palomino y pedro ximénez y se cría en solera, con una vejez media mínima de 6 años. La idea era aprovechar la complejidad de este vino para incorporar todo tipo de extractos y elaborar un vermut único, con todos los componentes tradicionales que asociamos a esta bebida, pero suave y con matices característicos del oloroso.

El Canasta Cream tiene una graduación alcohólica de 19,5°, lo que, a pesar de estar dentro de los límites legales para el vermut, les pareció demasiado alto a los productores. Por lo tanto, se rebajó hasta los 15° mediante la adición de azúcar (el Cream tiene 132 gramos por litro; el vermut, 150) y de los extractos hidroalcohólicos. Estos no son de elaboración propia, ya que Williams & Humbert prefieren confiar el trabajo a expertos de las infusiones, sino que vienen de Francia y son naturales.

El vermut Canasta es un producto curioso, a medio camino entre un Jerez y un vermut. Su amargor es muy ligero, a pesar de la presencia de extractos de ajeno, genciana o quina. Entre los más de 25 extractos utilizados en su elaboración, destacan la salvia, el lúpulo, el saúco, la corteza de naranja amarga, el hinojo, la cúrcuma y la corteza de granado. La lista completa se encuentra en la web de Williams & Humbert.



Vermouth Canasta Rosso

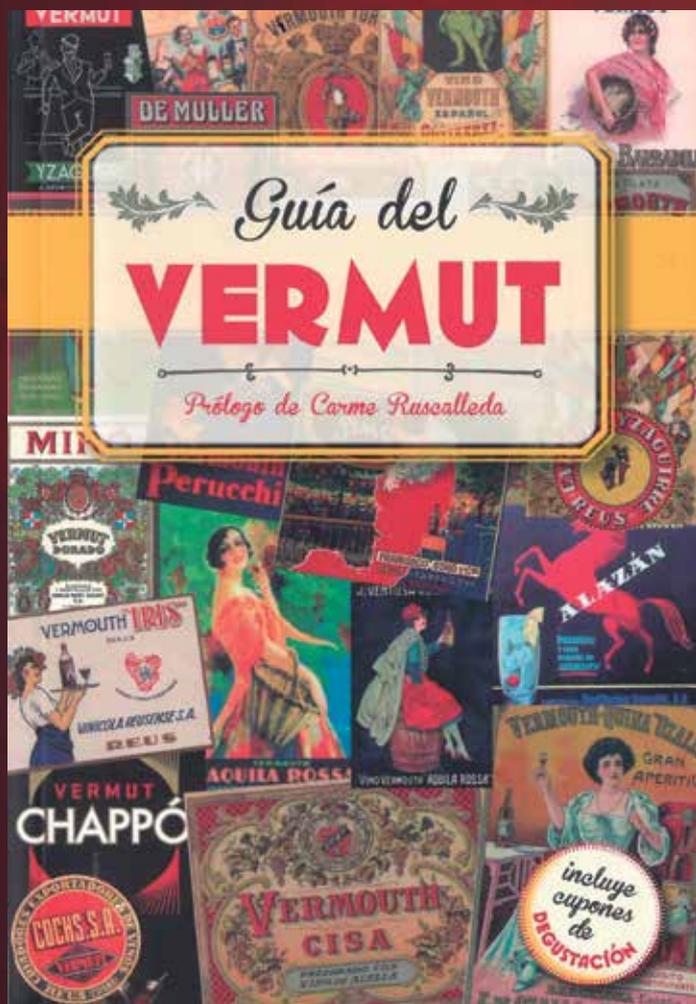
Graduación: 15°

Azúcar/litro: 150 g

Recomendación del productor: Frío, solo o con hielo, con corteza de naranja.

También la prestigiosa y reciente *“Guía del Vermut”* editada por Planeta y elaborada por la consultora del sector vinícola y Ambassador de la International Wine Challenge, Esther Bachs, destaca el carácter y sello de los vinos de Jerez presentes en el vermouth Canasta. Esther Bach, quien afirma en su guía que hablar de las Bodegas Williams & Humbert *“es hablar de Jerez con mayúsculas y a lo grande”* define Canasta como un vermouth *“potente y generoso, con un equilibrio entre madurez y profundidad, perfecto”*. Esta completa guía, con prólogo de Carme Ruscadella, hace una selección de los vermouths más destacados del país, junto con un recorrido por la historia y la elaboración de esta tradicional bebida y sus posibilidades tanto en la coctelería como en la cocina.

“es hablar de Jerez con mayúsculas y a lo grande” define Canasta como un vermouth *“potente y generoso, con un equilibrio entre madurez y profundidad, perfecto”*. Esta completa guía, con prólogo de Carme Ruscadella, hace una selección de los vermouths más destacados del país, junto con un recorrido por la historia y la elaboración de esta tradicional bebida y sus posibilidades tanto en la coctelería como en la cocina.



ANDALUCÍA
www.williams-humbert.com

Bodegas Williams & Humbert

Hablar de Williams & Humbert es hablar de Jerez en mayúsculas y a lo grande: esta bodega tiene una solera de 130 años; fue una de las impulsoras de la creación de la Denominación de Origen Jerez-Xérès-Brandy; con 180 000 m², es una de las más grandes de Europa; alberga más de 50 000 botas de roble americano que, bajo un sistema de solera y criadera típico de Jerez, dejan envejecer 14 millones de litros de vino; y la visitan más de 40 000 personas al año para las que W&H organiza actividades de enoturismo, como espectáculos ecuestres, menús maridados o un paseo por jardines que cuentan con especies ornitológicas de los cinco continentes.

La base de su vermouth es un vino jerezano que se obtiene de una selección de barricas de Oloroso y Pedro Ximénez, dulce y suave, envejecido seis años en barricas de roble, que luego se aromatiza con una selección de unos 30 botánicos.

Tipo de vermut: rojo
Varietal de uva: palomares y Pedro Ximénez
Graduación alcohólica: 16%
Precio: 7,30 €

Canasta Rosso

Nota de cata

VISTA: Color ámbar dorado, limpio y brillante.

NARIZ: Carácter y sello de los vinos de Jerez. Las notas de la crianza en velo de flor se armonizan con los herbáceos y florales, las especias dulces y los toques terrosos.

BOCA: Potente y generoso. Equilibrio entre madurez y profundidad perfecto. Aromatizado discreto, con más presencia de notas dulces y de suaves amargos que acompañan la plena expresión del carácter excepcional del Oloroso dulce.

De color ámbar brillante, el vermouth Canasta posee los aromas extraídos de la maceración del vino con los frutos y plantas. Una bebida única por su particular y laborioso proceso de elaboración y cuyo resultado es este vermouth de notas dulces y un ligero amargor. Perfecto para consumir solo o con hielo, mezclado con zumos de frutas o como ingrediente de coctelería, el vermouth amplía sus momentos de consumo. Y es que, más que una bebida, el vermouth es un rito, ideal como aperitivo y acompañamiento en el momento de tapear -destacando el maridaje con los encurtidos- como trago para la sobremesa, o para degustar en diferentes combinados y cócteles, a cualquier hora del día.

CANASTA VERMOUTH

Elaboración:

Vermouth elaborado con base de vino Canasta -vino dulce que se obtiene a partir de una cuidada selección de Oloroso y Pedro Ximénez envejecidos conjuntamente durante seis años en botas de roble americano bajo el exclusivo sistema de Soleras y Criaderas- y una elegante mezcla de aromas de flores, frutos, raíces, maderas y cortezas. Aromatizantes: ajeno y salvia; flores secas de manzanilla, lúpulo, saúco, azafrán y clavos de especia; frutos: semillas de anís estrellado, corteza de naranja amarga, cardamomo, semillas de culantro, semillas de hinojo, macis nuez moscada y vainilla; raíces de angélica, cálamo aromático, émula campana, de genciana, imperatoria, lirio y cúrcuma; maderas y cortezas: canela de Ceilán, corteza seca de crotón, quina calisaya, corteza de granado y madera de cuasia.

Nota de cata:

De color ámbar brillante, su aroma es una mezcla de olores extraídos de la maceración del vino con los frutos y plantas que dan como resultado un todo homogéneo y constante. Muy agradable al paladar, su sabor es poco ácido, dulce y ligeramente amargo.

Preferencia de consumo:

Consumir frío, solo o con hielo; mezclado con zumos de frutas; como parte principal de numerosas recetas de cócteles. Excelente aperitivo.

Graduación:

15 % Alc. Vol



PREMIOS PARA EL RON DOS MADERAS

La gama del Ron Dos Maderas sigue sumando reconocimientos. Dos Maderas 5+5 PX ha recibido la Medalla de Oro en el concurso celebrado durante el V Congreso Internacional del Ron en Madrid. Luxus, el top de la gama de Dos Maderas, ha sido galardonado con dos Medallas de Oro en los concursos 'Rum Master 2016' y 'World Rum Awards 2016' organizados por las prestigiosas publicaciones especializadas 'The Spirits Business' y 'The Drinks Report', respectivamente.



MEDALLA DE ORO PARA LA GINEBRA BOTANIC



La International Wine & Spirit Competition (IWSC) 2016 ha otorgado la Medalla de Oro a la Ginebra Botanic Ultra Premium. La ginebra Botanic Premium ha conseguido, por su parte, una Medalla de Plata en este prestigioso certamen internacional de vinos y destilados.

TRIUNFOS PARA EL DRY SACK 15

Dry Sack 15 ha sido otro de los vinos de Williams & Humbert que ha obtenido elevadas calificaciones en la Guía de Robert Parker, logrando 90 puntos. Este oloroso abocado está también de enhorabuena, tras haber recibido la Gold Outstanding en el prestigioso certamen "The International Wine & Spirit Competition 2016".



90 ptos.





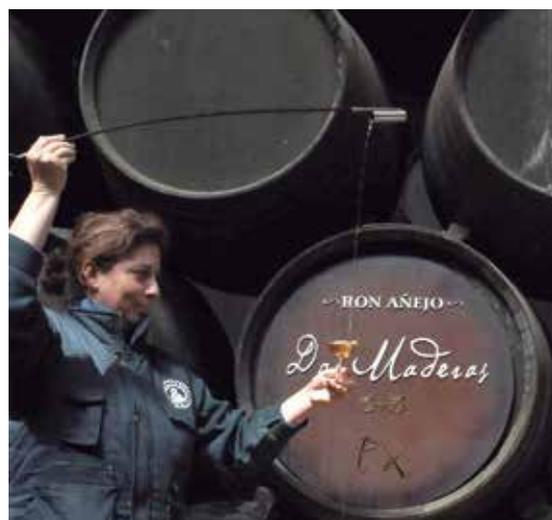
30

JALIFA, "EL MEJOR ENTRE LOS MEJORES"

El amontillado Jalifa Solera Especial 30 años VORS, ha logrado el puesto TOP 1, con 98,5 puntos, dentro del Ranking AkataVino de los 10 Mejores Vinos Dulces y Generosos de España, en una selección realizada por 35 de los mejores Sumilleres de nuestro país. Junto a este amontillado, el palo cortado de Williams & Humbert, "Dos Cortados" Solera especial 20 años VOS, se incluye también en este TOP 10 ocupando el puesto número 6, tras obtener 96 puntos.

RECONOCIMIENTO A LOS CAPATACES DEL MARCO DE JEREZ

El trabajo anónimo entre andanas de decenas de capataces de las bodegas jerezanas, cuya sabiduría hace posible un vino de características inigualables, ha sido reconocido en la primera edición de los 'Premios Gastroactividad. Compromiso con la Tierra'. Nuestra bodega se suma a la enhorabuena a todos los galardonados y, en especial, a la capataz de las Bodegas Williams & Humbert, Ana Domínguez.



WILLIAMS & HUMBERT, DESTINO TURÍSTICO "ACCESIBLE"

Williams & Humbert se encuentran entre las empresas que han recibido este año la acreditación de oferta turística accesible según reconoce y entrega la Plataforma representativa estatal de personas con discapacidad Física (Predif).



CONSEJO REGIONAL DE ASEPEYO

Williams & Humbert acogió la celebración del Consejo regional de mutualistas de Asepeyo en Andalucía, del que la bodega forma parte junto con empresas de reconocido prestigio e implantación en Andalucía, como son Covap, Caja Rural de Jaén, De-tea S.A, Fissa Finalidad Social, S.L., Fundación San Telmo, Cartuja 93 y Stardwood Alfonso XII – Hotel Company, SL.

DAVID HUMBERT

Williams & Humbert ha tenido el placer de recibir la visita de David Humbert, descendiente de los fundadores de estas bodegas. David Humbert, así como su esposa e hija, estuvieron acompañados por Edward Butler y Jesús Medina, Area Manager y Director General de Williams & Humbert, respectivamente.



SUR FASHION EXPERIENCE

Williams & Humbert ha sido una de las empresas colaboradoras del evento "Sur Fashion Experience", celebrado el pasado mes de junio en el Sherry Golf, y a través del cual se generó un espacio de encuentro para promocionar marcas de moda de Andalucía. La Bodega ofreció un programa de visita y un almuerzo para la organización. Entre los asistentes se encontraba el prestigioso diseñador Petro Valverde, padrino de este evento, y quien nos dejó su firma como recuerdo de esta iniciativa, en la que la moda y el deporte fueron los protagonistas.



VINEPLUS

El equipo de Vineplus, la importadora de W&H en Bélgica, ha visitado las bodegas acompañados de la Area Manager de Williams, Silvia Hübner. Bélgica se ha convertido en el primer mercado de exportación para la Ginebra Botanic, país en el que están otras marcas de Williams & Humbert como el Ron Dos Maderas o los vinos de jerez Dry Sack Medium, Dry Sack 15 y Canasta.



ANSAMA

La distribuidora de Williams & Humbert en la provincia de Cádiz, Ansama, invitó a sus clientes a un encuentro en las instalaciones de la Bodega. Más de 150 profesionales del sector de la hostelería se dieron cita en Williams & Humbert en una jornada en la que pudieron conocer de primera mano el proceso de elaboración de los vinos y destilados, así como degustar los productos de la bodega. En la imagen, la directora de Marketing de Ansama, Patricia Sáinz de la Flor, junto con algunos de los asistentes a este encuentro organizado por la distribuidora.



LAVINIA

SHOWROOM DEL JEREZ EN LAVINIA

Williams & Humbert fue una de las 15 bodegas del Marco que participaron en el showroom dedicado a los vinos de Jerez organizado en la tienda Lavinia, principal referencia del sector en Madrid, y que congregó a más de 200 profesionales y aficionados.

SHERRY FESTIVAL

El Sherry Festival, celebrado este año en Valencia, ha sido cita obligada para nuestras bodegas. Experiencias gourmet y degustaciones en el mayor encuentro dirigido a profesionales y con el vino de Jerez como protagonista. Este evento contó también con la presencia del periodista y embajador del Jerez para la gastronomía, Pepe Ferrer, quien realizó un detallado repaso de las marcas de Williams & Humbert presentes en el Sherry Festival.



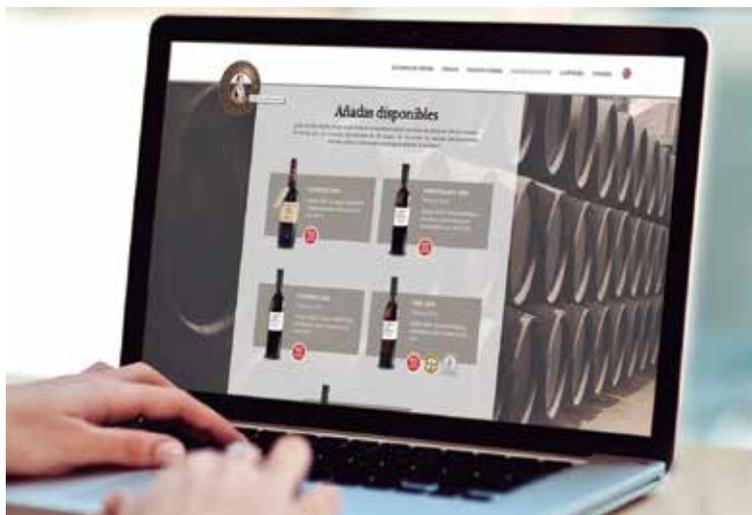
VINOBLE

El mes de mayo acogió una nueva edición de Vinoble, el salón de los vinos nobles, celebrado en el Alcázar de Jerez. La inauguración arrancó con una espectacular cata dirigida por el Master of Wine español, Pedro Ballesteros, y el director general del Consejo Regulador, César Saldaña. Catorce vinos, catorce propuestas distintas de bodegas del Marco de Jerez entre las que se encontraba el Fino Añada 2009 de Williams & Humbert.

NUEVA PÁGINA WEB PARA LAS AÑADAS DE WILLIAMS

www.sherryvintages.com

Toda la información de las añadas de Williams está ya disponible en la web sherryvintages.com. Esta página recoge desde la historia y la singularidad de esta colección que se remonta a 1920, así como todo lo relativo a aquellas añadas de la bodega que han sido lanzadas al mercado. Todos los detalles acerca de estos vinos de crianza estática, en este nuevo sitio web.



#MARCAS



LAS AÑADAS DE WILLIAMS EN LA UNIÓN ESPAÑOLA DE CATADORES

“Acostumbrados a señalar las Criaderas y Soleras como prácticamente exclusivo sistema dinámico de crianza dentro del Marco de Jerez, la denominada como tipología de Añada no hace sino añadir una peculiaridad aún si cabe adicional a la magia que albergan los vinos elaborados en este terruño único. Una por tanto crianza estática de la que sin duda es referente un sello como Williams & Humbert. Será de la mano de Paola Medina, enóloga de W&H, como disfrutaremos en primicia de su recientemente estrenada Colección de Añadas, una selección de tesoros, finos, amontillados y olorosos que harán las delicias de todo entusiasta de estas joyas enológicas nobles”. Con estas palabras la Unión Española de Catadores invitó a los asistentes a la Cata celebrada en su sede y en la que pudieron conocer al detalle todo lo referente a las nuevas añadas de Williams, recientemente lanzadas al mercado.

I SALÓN DE LOS VINOS GENEROSOS

Madrid fue el punto de encuentro del I Salón de los Vinos Generosos, en el que participaron más de 20 bodegas procedentes de varias denominaciones de origen, principalmente de nuestro país (Vinos de Jerez, Montilla-Moriles y Condado de Huelva), así como varias firmas portuguesas asentadas en Oporto. Una jornada en la que estos vinos excepcionales reivindicaron su calidad y la variedad de su oferta. “Un patrimonio vinícola único”, así considerarán estos vinos los organizadores de este I Salón de Vinos Generosos en el que Williams & Humbert estuvo presente.





CONCIERTO DE PIANO EN W&H

WILLIAMS & HUMBERT OFRECE EL CONCIERTO DE PIANO INTERPRETADO POR GORKA PLADA, UNO DE LOS GANADORES DEL CERTAMEN NACIONAL DE PIANO “CIUDAD DE JEREZ”

Williams & Humbert ha ofrecido un concierto interpretado por el pianista Gorka Plada Girón. Las Bodegas abrieron sus puertas a todo aquel que quiso acercarse a disfrutar del talento de este joven pianista, quien con tan sólo 14 años de edad cuenta ya con una destacada trayectoria. De hecho, Gorka Plada ha sido recientemente becado por la Yehudi Menuhin School para continuar sus estudios de piano en esta prestigiosa institución. Este concierto, ofrecido gratuitamente a los asisten-

tes, ha formado parte de la colaboración de Williams & Humbert con el Certamen Nacional de Piano “Ciudad de Jerez”, una iniciativa de la asociación musical Foresmus y que el pasado 2015 celebró su primera edición. Gorka Plada fue uno de los ganadores de este concurso en las categorías “Mejor Intérprete de Música Española” y “Mejor Intérprete Jerezano”.

Más de 80 personas asistieron a esta cita con la música

ca y el vino, en la que Gorka Plada interpretó con gran maestría piezas de Rachmaninov, Chopin, Ravel y Haydn en un escenario tan singular y único como el Salón del Duque de Williams & Humbert, unas bodegas galardonadas con el Premio Nacional de Arquitectura y que se cuentan entre las más grandes de Europa. Al término del concierto los asistentes pudieron degustar una copa de Canasta y de Fino Pando en una velada en el que el vino de Jerez y la música maridaron a la perfección.



“DIVINO JEREZ” VIAJA A NUEVA YORK

Tras ser inaugurada por primera vez en Jerez en el 2014, la exposición “Divino Jerez”, de la fotógrafa María Higuero, ha viajado hasta Nueva York de la mano de la Federación de Asociaciones Españolas en EEUU. Williams & Humbert ha tenido el honor de colaborar para hacer posible que “Divino Jerez” estuviese presente en la Gran Manzana, concretamente en La Nacional, la sociedad española más antigua de Nueva York, con más de 150 años de existencia y por la que han pasado artistas de la talla de Dalí, Picasso, Buñuel o Federico García Lorca. Esta interesante exposición está integrada por 33 retratos de distintas personalidades jerezanas y tiene al vino de Jerez y los sentimientos que éste suscita entre los retratados, como tema principal. Nuestra Bodega está representada con el retrato del Consejero Delegado de Williams & Humbert, Jesús Medina Cachero.



W&H EN EL DÍA INTERNACIONAL DEL LIBRO

Bajo el título ‘La Literatura y el Vino’, Jerez rindió homenaje a Cervantes y a Shakespeare en el Día Internacional del Libro. El acto, organizado por el Ayuntamiento con la colaboración del Consejo Regulador del Jerez, se celebró en la plaza del Mercado, en pleno centro histórico, donde desde primera hora de la mañana se pudieron visitar los stands que montaron tanto librerías y editoriales como empresas bodegueras del Marco, entre ellas Williams & Humbert, que ofreció una degustación a los asistentes para homenajear a estas dos grandes figuras universales de las letras.





V GALA DEL TORNEO DE GOLF WILLIAMS & HUMBERT

Un año más, nuestras bodegas acogieron el pasado 13 de agosto la celebración de la Gala de entrega de Premios del Torneo de Golf Williams & Humbert, la cual ha tenido lugar en las instalaciones del Sherry Golf y ha contado con la organización de Gambito Golf.

Unas 300 personas se dieron cita en las Bodegas Williams & Humbert para festejar la clausura de

este Torneo de Golf que se ha consolidado como un campeonato de referencia en la provincia de Cádiz y en una cita obligada para los aficionados a este deporte.

Eduardo Medina, director de Marketing Nacional de Williams & Humbert, fue el encargado de dar la bienvenida a todos los invitados a esta Gala y también fue quien realizó la entrega de premios

a los ganadores de este Circuito Premium. Los asistentes pudieron disfrutar de una inolvidable velada en la que no faltaron los sorteos, las degustaciones de los productos de Williams & Humbert, cócteles, actuaciones musicales en directo así como el tradicional espectáculo ecuestre de la Bodega.







CICLO DE CONFERENCIAS W&H “EL JEREZ: UNA MIRADA HACIA ADELANTE”

Luis Pérez, enólogo y catedrático de Tecnología de Alimentos y Profesor Honorario de la UCA, analiza los retos del jerez en el Ciclo de Conferencias de Williams & Humbert.

“Ya es hora de pensar más en qué debemos hacer, en lugar de en cómo debíamos haberlo hecho”. Con esta afirmación Luis Pérez dio paso a la conferencia impartida en el Ciclo de Williams & Humbert bajo el título “Jerez: una mirada hacia adelante” y que congregó a más de 150 personas. Tras la presentación realizada por **Jesús Medina G^a de Polavieja, director general de Williams & Humbert**, el invitado a este Ciclo comenzó por plantear el reto, que sólo cabe asumir con pasión, de cómo actualizar la valoración del jerez. ¿Cómo acrecentar el valor del vino de mayor tipicidad? ¿Qué zona del mundo posee el volumen de vino y nivel de envejecimiento de nuestros VOS y VORS?

EL CONCEPTO DEL VINO NO SE ENTIENDE SIN SU VIÑEDO.

En su conferencia, Luis Pérez abogó por resolver la dicotomía existente entre las bodegas y sus viñedos y la necesidad de restaurar el carácter telúrico del jerez. Para el invitado a este Ciclo “no existe otro vino que evolucione tanto durante su proceso de crianza y envejecimiento como lo hace el jerez, por lo que es fácil entender que las bodegas tengan un protagonismo tan apabullante”.





EL VINO, FRUTO DEL ENCUENTRO ENTRE EL HOMBRE Y LA NATURALEZA.

Para Luis Pérez, la crianza biológica no es un objetivo, sino una técnica y ésta debe estar presente en el proceso de elaboración del vino. Ante el criterio de quienes consideran que operar sin conocimientos científicos aporta cierta espontaneidad y frescura al vino, este experto nos recuerda que el vino no es un producto natural, sino el fruto del encuentro del hombre con la naturaleza.

EL PODER EVOCADOR DEL VINO, ICONO DE NUESTRA CULTURA.

Cultivar el viñedo de forma que la uva conserve sus mejores características y que estas eclosionen y se engrandezcan en la bodega es, en opinión de Luis Pérez, la manera de obtener unos vinos con marcada personalidad evocadora. Para ello “es necesario que el viticultor se sienta más enólogo y el enólogo más viticultor”.

Una conferencia magistral a la que Luis Pérez puso el broche con estas palabras: “Cuando miro el interior de una copa de vino pienso que su contenido es fruto de la luz y el calor de nuestro sol, del agua de nuestra lluvia, de la naturaleza de nuestro suelo, del trabajo, conocimientos y cariño de nuestra gentes. Es decir lo tiene todo para que nos sintamos dueños de este patrimonio, y de ser así tiene muy justificado su carácter de icono de nuestra cultura”. Una frase que resume a la perfección ese poder evocador al que hace referencia este destacado experto del Marco de Jerez.



Luis Pérez Rodríguez

Licenciado en Ciencias Químicas y Enología, ocupa la Cátedra de Tecnología de Alimentos y es profesor colaborador Honorario de la UCA. Además, ha dirigido decenas de tesis, ha colaborado en revistas especializadas con la publicación de artículos acerca del vino y ha participado en diferentes comisiones técnicas y universitarias. Junto a esta destacada trayectoria académica, Luis Pérez ha ocupado el cargo de director de Investigación y Desarrollo de Bodegas Domecq y es el promotor del proyecto Bodegas Luis Pérez. Entre otras muchas distinciones, ha recibido la Medalla de Oro al Mérito en la Investigación enológica otorgado por la Federación Española de Asociaciones de Enólogos y cuenta también con el Premio Nacional de Investigación Enológica.

CICLO DE CONFERENCIAS W&H “EL JEREZ EN TIEMPOS DE SHAKESPEARE”

EL ACADÉMICO JOSÉ LUIS JIMÉNEZ ANALIZA LA INFLUENCIA DEL JEREZ EN LA SOCIEDAD INGLESA Y LA IMPORTANCIA DE ESTOS VINOS EN LA OBRA DE SHAKESPEARE, AUTOR DEL QUE ESTE AÑO SE CONMEMORA SU 400 ANIVERSARIO

Williams & Humbert ostenta la singularidad de contar entre sus marcas con dos etiquetas que hacen referencia a la obra de Shakespeare: *A Winter's Tale* y *As you Like it*.

Tal y como señaló el Director General de las Bodegas, “la celebración de esta conferencia en Williams & Humbert es más que oportuna, tanto por el origen inglés de estas Bodegas como por la estrecha relación que guarda con Shakespeare”. Y es que Williams & Humbert, empresa fundada en 1877 por los ingleses Alexander Williams y Arthur Humbert, ostenta la singularidad de contar entre sus marcas con dos etiquetas que hacen referencia a la obra de Shakespeare: *A Winter's Tale* y *As you Like it*. Estos jereces están además entre las primeras marcas creadas a principios de 1900 por la bodega de la mano de Carl Williams, miembro de la segunda generación de la familia fundadora de las bodegas, junto con otras marcas tan emblemáticas como *Dry Sack*. Fue también durante esos años cuando Carl Williams sugirió hacer uso de la pintura de William Powell Frith “*Sherry, Sir?*” como emblema de la casa, la cual sería posteriormente registrada como logotipo de estas bodegas, llegando a convertirse en la famosa *Sherry Girl*.

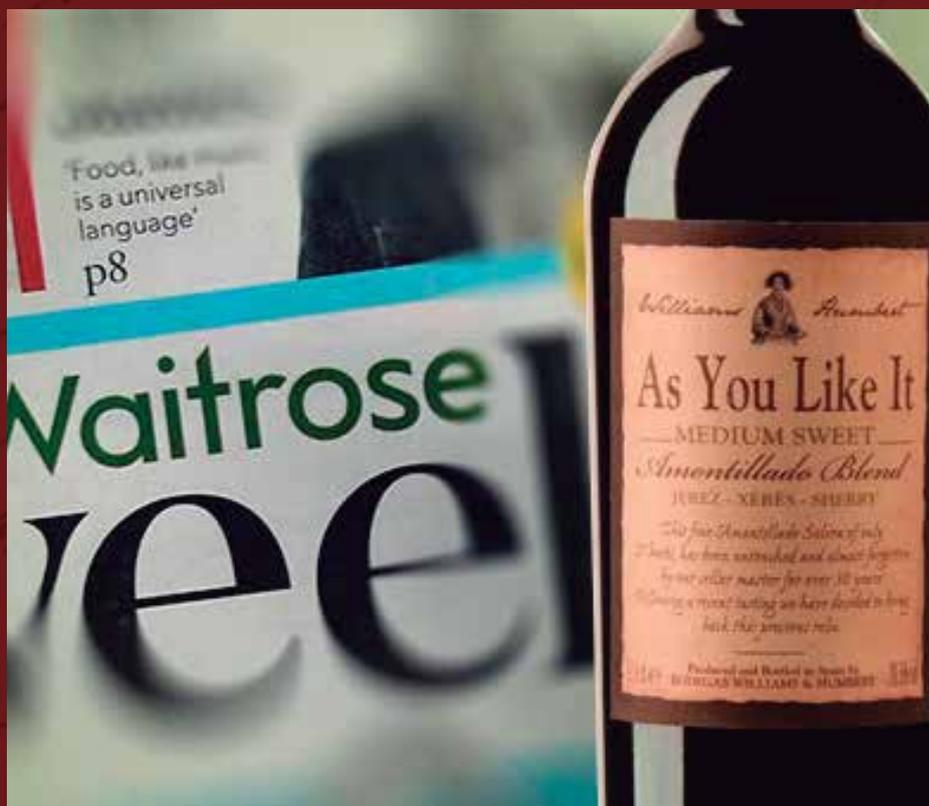
“*As you like*”, un vino escondido durante 25 años.

Además de la referencia de la obra de Shakespeare en su etiqueta, *As You Like It* cuenta con una preciosa y peculiar historia, pues las soleras de este vino permanecieron ocultas



durante 25 años. Tras la decisión, por parte de antiguos propietarios, de deslistarla del portafolio, el entonces capataz Manuel Offerrall decidió desobedecer las órdenes y ocultar las soleras de As you Like it. Así estuvieron durante 25 años hasta que fueron descubiertas en el traslado de estas soleras a las actuales instalaciones de Williams. Fue D. Francisco Salas López, “la nariz” de la bodega quien comunicó al entonces capataz D. José Luis Moreno García lo que misteriosamente había encontrado: que en medio de la solera de Canasta había una serie de botas de un Jerez excepcional y que nada tenía que ver con el que se estaba registrando, no quedándole otra alternativa que desvelar este peculiar hecho. Y así es como se dio lugar a esta extraordinaria historia de este vino de Jerez, de este Amontillado muy Abocado, que permaneció oculto durante 25 años.

En el año en el que se conmemora el 400 aniversario de Shakespeare, este vino de las Bodegas Williams & Humbert aparece reseñado en la publicación que los prestigiosos establecimientos Waitrose distribuyen entre sus clientes. “Sherry’s shakespearean play on words”. Con este sugerente título el Waitrose Weekend se hace eco del origen y la peculiar trayectoria de este singular sherry.





Canasta

EL ROCÍO 2016

Un año más, la conocida marca de Bodegas Williams & Humbert ha querido estar presente para que los peregrinos disfruten de la romería desde las redes sociales y a pie de calle. A diferencia de otros años, en los que Canasta ha acompañado a los rocieros de la provincia de Cádiz en la localidad de Sanlúcar de Barrameda, este año la marca ha querido estar también junto a los hermanos y hermanas de la provincia de Sevilla.

Como no podía ser menos y con el fin de llevar "El Rocío" a toda España, Canasta comenzaba su campaña organizando en su perfil de Facebook y en su perfil de Instagram (@canastaoficial) un concurso que se extendería durante el mes de mayo, y a través del cual, los fans podían participar subiendo una fotografía con temática rociera. Además, este año habilitaba un concurso para todos aquellos que no quisieran participar con una fotografía que consistía en invitar a amigos a compartir el perfil. Los regalos que se sortearon entre los participantes fueron los siguientes: ocho estuches de Canasta con vasos de chupito, dos lotes de producto Williams & Humbert y dos iPad mini.

Este año, el mal tiempo nos dejó una edición azotada por las lluvias pero fueron 11 las hermandades gaditanas que realizaron la peregrinación: Arcos de la Frontera, Cádiz, Chiclana, Chipiona, Jerez, La Línea, El Puerto de Santa María, Puerto Real, Rota, San Fernando y Sanlúcar de Barrameda, a las que se suma la de Ceuta que realiza también el "Camino de Cádiz".

También embarcó junto a ellas la Agrupación Parroquial de Guadalcaçín.

Durante la jornada del 11 de mayo, las chicas Canasta compartieron el embarque para cruzar el río Guadalquivir con los peregrinos de las hermandades de Jerez, El Puerto de Santa María y Sanlúcar de Barrameda en su camino hacia Almonte, haciendo más entretenido y llevadero el camino, dotando de alegría y simpatía al barrio de Bajo de Guía.

Como todos los años, las chicas Canasta se fotografiaron con los peregrinos, llegando a subirse al final de la jornada alrededor de 800 fotografías al perfil de Facebook de Canasta, con momentos entrañables y divertidos. Además, este año las bodegas Williams & Humbert quisieron ofrecer degustaciones de Canasta a los rocieros y curiosos que se acercaron al embarque.

Por su parte, el equipo de Sevilla estuvo acompañando durante esta misma jornada a dos de las hermandades más importantes de Sevilla, como son la Macarena y Triana. Las chicas Canasta estuvieron en la salida de las hermandades y llegaron hasta la Hacienda de Torrequemada en una jornada en la que ofrecieron consumiciones de Canasta con hielo y naranja y en la que la lluvia también quiso estar presente, pero como dice el refrán "al mal tiempo, buena cara". Un año más, Canasta consiguió que los rocieros estuviesen en "La mejor compañía" durante el Camino del Rocío.



SEVILLA



Canasta



Canasta

SANLÚCAR



Canasta



Canasta



Canasta

RESTAURANTE



BIENMESABE

“LA TABERNA ANDALUZA DEL SIGLO XXI”

Juan Carlos Bueno (Propietario) • **Santa Engracia 72 – Madrid**

La idea de Juan Carlos Bueno, propietario de Bienmesabe, parte del concepto de taberna andaluza existente en Madrid, y crear a partir de ella, la Taberna Andaluza del siglo XXI. Por ello, la decoración de sus locales tiene marcadas referencias al espíritu andaluz, con materiales como el esparto, pero con un aire de modernidad, todo ello gracias a la colaboración de la interiorista Belén Domecq. Sus espacios recogen diferentes ambientes -barra, salón, patio de barriles o terraza- para que el cliente pueda elegir entre las diferentes alternativas en función de la ocasión, ya sea para el tapeo, una celebración con amigos, comidas familiares o de negocios. Juan Carlos Bueno, acompañado del cocinero de Bienmesabe, Khalid, nos cuenta en este número de Global todos los detalles acerca de este emblemático restaurante.

¿Desde cuándo está en funcionamiento el restaurante y cuál es la historia que hay detrás de este proyecto?

Iniciamos esta aventura hace nueve años para nuestro propio disfrute personal, pero rápidamente nos dimos cuenta de que a la gente le gustaba exactamente lo mismo que a nosotros: comer bien, a buen precio, con buen servicio y en un ambiente agradable.

Empezamos con un pequeño local en el barrio de Chamberí y este año hemos abierto el cuarto, también en Chamberí, siempre manteniendo nuestra filosofía inicial de convertirnos en el restaurante de referencia para la gente del barrio. Además de estos dos restaurantes en Chamberí, tenemos también otros locales en los barrios de Cruz del Rayo y Chamartín. Esperamos abrir el próximo este mismo año.

¿Cómo es la clientela habitual de Bienmesabe?

Bienmesabe es un sitio muy animado, con todo tipo de público: gente joven de tapeo, reuniones

informales de amigos, comidas de trabajo, gente tomando copas, celebraciones familiares...

¿Cómo definirías la carta? ¿Cuál es la especialidad del restaurante?

Tenemos una oferta gastronómica de platos sencillos, pero muy bien ejecutados con una materia prima de primera calidad y a un precio asequible. La carta base se centra en la cocina mediterránea de inspiración andaluza: salmorejo, ensalada de tomate con rabas o ventresca, fritura de pescado, donde destaca nuestra especialidad Bienmesabe, calamar en aceite, presa ibérica o secreto. A partir de esta carta base vamos introduciendo platos nuevos en función de las tentaciones y descubrimientos que vamos haciendo, como las papas arrugadas con mojo picón -cuya receta hubo que sonsacar con insistencia en un restaurante en Canarias-, un cuscús delicioso del jefe de cocina marroquí de Bienmesabe y hasta unas bravas de langostinos.

¿Qué nos podría contar acerca de la carta de vinos?

Nuestra carta de vinos está compuesta por vinos de primera calidad a un precio realmente competitivo. Se pueden encontrar las mejores denominaciones de origen españolas. Nuestra filosofía es que el cliente pueda disfrutar de un buen vino, pero sin que ello suponga que el ticket medio le suba de forma significativa.

En la carta de Bienmesabe están presentes las marcas de las Bodegas Williams & Humbert. ¿Cuáles son y qué opinión le merecen?

En lo que a vinos de Jerez se refiere, contamos en la carta con Manzanilla Alegría, Fino Pando, Canasta y el Oloroso y el Pedro Ximénez de la Gama Don Zoilo. Son vinos muy bien valorados y son de un gran prestigio, por eso llevan con nosotros desde que abrimos el primer Bienmesabe hace ya diez años y han tenido una gran acogida entre nuestros clientes. De los blancos, Estero y Viña Saltés, dos grandes vinos del año el primero de Cádiz y el otro de Rueda, ambos compitiendo por un público exigente en Madrid y los cuales rotan con mucha facilidad. Y en el apartado de los destilados, nuestra carta ofrece el Brandy Gran Duque de Alba, el Ron Dos Maderas y la Ginebra Botanic. Son los productos Premium de la casa, para unos paladares exigentes y que funcionan muy bien, teniendo en cuenta la tremenda competencia que existe en el tramo de productos Premium. No puedo olvidarme además del Queso Medina del Encinar, un grandioso queso curado que nosotros limpiamos y cortamos en cuñas para meterlas en una vasija en aceite de oliva virgen extra. Magnífico.



A la izquierda Juan Carlos Bueno, propietario de Bienmesabe, junto a Khalid, cocinero del restaurante.

RECETA

RABO DE TORO AL DON ZOILO

INGREDIENTES:

Rabo de toro, vino Oloroso Don Zoilo, cebolla, zanahoria, puerro, laurel, agua, clavos, pimienta negra en grano, azúcar caramelizada y sal.

MODO DE ELABORACIÓN:

Se enharinan las piezas del rabo de toro y se les da un golpe de freidora. Se pasan a una olla con vino oloroso Don Zoilo, laurel, los clavos, pimienta y sal. Cuando empieza a hervir se añade agua, se tapa y se deja cocer a fuego medio durante dos horas aproximadamente, hasta que la carne se suelta fácilmente del hueso.

En una sartén pochamos el puerro, la cebolla y la zanahoria. Añadimos parte del jugo de la carne y lo trituramos. Unimos la carne con la salsa, lo ligamos a fuego y terminamos con el azúcar caramelizado. Se presenta en un plato hondo con guarnición de patatas al horno.





COCTELERÍA

TAGORA

Gerardo Belaunzaran (Propietario) • C/ Quintana 17 – Madrid



Gerardo Belaunzaran, de quien en el anterior número de GLOBAL recogíamos su novedosa y atrevida propuesta de cóctel elaborado con Ginebra Botanic y aceite de oliva realizado durante el II Congreso Internacional del Aceite de Oliva Virgen Extra, nos cuenta en este número todo lo referente a su local y al apasionante mundo de la coctelería.

¿Cómo fueron los inicios en el mundo de la coctelería y cuál es el origen de TAGORA?

Cuento con alrededor de seis años de experiencia en mi trayectoria profesional en Madrid. Sin embargo hace muchos años más, en mi país natal, México, inicié esta gran aventura de la coctelería, primero como un pasatiempo, pues procedo de una familia dedicada a la hostelería, crecí rodeado de barmans, cocineros y mariachis, y más adelante, empecé a formarme. Así que puedo decir con orgullo, que es completamente vocacional y en principio, autodidacta. He





hecho un poco de todo, he pasado por distintos bares, restaurantes y tabernas intentando encontrar un sitio a mi medida y gusto. Fue entonces cuando decidí dejar de buscar. Así nació TAGORA, mi coctelería, mi hogar.

¿Cuál es el ambiente, la clientela y la filosofía de TAGORA?

TAGORA está en el barrio de Argüelles, cuenta con una superficie de medianas dimensiones, enclavado en un ambiente ecléctico pero sin exceso, mezcla de mobiliario clásico y hasta vintage con elementos más modernos y lucidos, para crear una atmósfera tan íntima o festiva como el cliente lo demande. Es un sitio camaleónico digno de cualquier preferencia y acorde con casi

cualquier gusto. Tenemos clientes habituales, con nombre y apellido, también aventureros, de esos a los que les gusta vivir experiencias nuevas. Y en TAGORA estamos dispuestos a complacerlos a todos. En cuanto a la clientela, sin decir más, por aquí han pasado ministros, bohemios, jóvenes y no tan jóvenes. Recordemos que el barman también tiene secreto de confesión.

¿Qué destacarías de la carta de cócteles de TAGORA?

Nuestra carta es tan variada como el cliente lo solicite, en cuanto a marcas de licores como lo que se refiere a coctelería. Es decir, contamos con amplia variedad de marcas conocidas para bebidas clásicas y, por supuesto, con cócteles de

autor. Me apasionan los cócteles arriesgados así que nunca dejo escapar la oportunidad de ofrecerlos. Mis favoritos: a base de ginebra y tequila.

Algún consejo para los lectores a la hora de elaborar o elegir un cóctel.

Simplemente que se dejen mimar, que hablen con el barman como si fuese su asesor y confidente. Que se dejen guiar por sus gustos, estado de ánimo y hasta clichés. Que tiendan la mano a un mundo de infinitas posibilidades sensoriales. La coctelería tiene mucho que ofrecer y los profesionales estamos aquí para convertir esas ideas en experiencias tangibles. Eso sí, siempre fomentando un consumo responsable.



**“Nuit cocktail”
(sólo para clientes selectos)**

Partimos de una ginebra ultra premium como Botanic, manzana verde, zumo fresco de lima, sirope de violetas y esencia de vainilla.

- 5 cl de Botanic Gin
- 7 cl de zumo de manzana golden
- 2 cl de zumo de lima recién exprimido
- 1 cl de sirope de violetas
- 2 cl de sirope de manzana verde smith
- 4 gotas de esencia de vainilla

Agitamos y servimos en un vaso con hielo picado decorado con un abanico de manzana y una cereza.



TOKIO

JAPÓN

UNA DE LAS URBES MÁS SORPRENDENTES DEL MUNDO

Tokio, próxima sede de los Juegos Olímpicos de 2020, es hoy día la ciudad más poblada del planeta. Un área metropolitana en la que 35 millones de personas conviven en el que es uno de los centros financieros más importantes del mundo y emblema de los más destacados avances tecnológicos. Cualquier razón es buena para visitar esta gran urbe que permanece viva las 24 horas del día. Su sorprendente cultura o su riqueza gastronómica, son motivos más que suficientes para visitar la capital nipona.

Desde el Gran Terremoto de 1923 hasta las devastadoras consecuencias de su paso por las dos guerras mundiales, muchos han sido los avatares a los que se ha enfrentado la ciudad, hasta alcanzar en la década de los 60 el llamado "milagro japonés". Difícil resumir

la gran oferta de actividades con las que cuenta una ciudad como Tokio. Podría decirse que todos estos atractivos se concentran en cada barrio de la ciudad, siendo cada uno de ellos un símbolo de esta riqueza y variedad. El barrio de Shinjuku personifica la modernidad, mientras que los enormes centros comerciales abarrotados de jóvenes hay que buscarlos en el barrio de Shibuya. Para aquellos que quieran ver personajes extravagantes como sólo los ha dado la cultura nipona, no hay que dejar de visitar Harajuku, el barrio de la moda por excelencia. Y para los que van en busca del lujo y el glamour, Ginza es el barrio adecuado, al igual que lo es Roppongi para los que quieran disfrutar de la apasionante vida nocturna de Tokio. Los amantes de la tecnología, la electrónica o el manga, tienen una cita obligada con el barrio de Akihabara. Y frente al

glamour, la noche, las compras o los avances tecnológicos, visitar Asakusa es retrotraerse al pasado, a las tradiciones y los templos, la mejor forma de sumergirse en el antiguo Japón. Así es Tokio, una ciudad tan variada y con tantos contrastes, que junto al ritmo frenético de esta metrópoli, encontramos remansos de paz, con la visita a los santuarios o las puestas de sol en playas como la de Odaiba y, cómo no, los paseos por los inmensos parques japoneses. De estos, no hay que perderse el Parque Yoyogi o el de Ueno. Este último ostenta la ventaja de acoger un zoológico, así como ser el lugar donde se concentran los más importantes museos de la ciudad. De entre la variedad de esta oferta museística, no hay que perderse el Museo Nacional de Tokio, el más grande y antiguo del país y que atesora una magnífica colección de objetos



japoneses, el Museo de la Historia de Tokio y el Museo Miraikan de Ciencias e Innovación, un lugar en el que conocer las novedades y tendencias tecnológicas y científicas. Para hacerse una idea de la magnificencia de la ciudad, nada mejor que contemplarla a vista de pájaro desde el mirador del Metropolitan Government Building, un rascacielos de más de 240 metros de altura que acoge la sede del ayuntamiento de Tokio.

Junto a todos estos alicientes, aún nos queda uno de los reclamos indiscutibles de Japón: su gastronomía, la cual ha traspasado fronteras y ha alcanzado un lugar predominante entre la oferta gastronómica mundial. Junto a la ventaja de lo económico que resulta comer en Tokio, hay que añadir el placer de degustar las delicias de una de las cocinas más variadas, ricas y que cuenta con un gran número de adeptos en Occidente. Disfrutar de estos platos de una forma económica y hacerlo en el lugar de origen de estas elaboraciones es, sin duda, una de las mejores experiencias a la hora de visitar Tokio. Desde los famosos yakitori, la tempura y el ramen, hasta el okonomiyaki, tan de moda en Occidente y que causa furor como en su día hicieran el sushi y el sashimi, un plato a medio camino entre la tortilla y la pizza que hace las delicias de los enamorados de la cocina japonesa, en la que

la maestría con el pescado es legendaria. No es de extrañar en una ciudad que cuenta con uno de los mercados de pescado más importantes del mundo, y en cuya lonja se negocian cada día unas 3.000 toneladas de pescado.

Alquilar perros para disfrutar de tener una mascota durante unas horas o dormir en un hotel cápsula, son sólo algunos simples ejemplos de la fascinante cultura japonesa, en la que el orden, el silencio o la puntualidad están firmemente arraigados. Visitar Japón es, sin duda, acceder a una forma de vida única en el mundo, a una cultura que no se parecerá a ninguna otra.



W & H

LOS VINOS DE WILLIAMS & HUMBERT EN JAPÓN

Los jereces de Williams & Humbert cuentan con grandes adeptos en Japón. La manzanilla Alegría, el Dry Sack Medium y Dry Sack 15, el Canasta y el Dos Cortados están presentes en el mercado japonés a través de Meidi-Ya, la importadora de Williams & Humbert en el país. También la gama Don Zoilo cuenta con una gran aceptación en Japón, gracias a la labor de la importadora Asahi Breweries.

El jerez, junto con la figura del venenador, se ha convertido para los japoneses en una de las imágenes más representativas de la cultura española. El creciente aumento de bares y restaurantes especializados en vino de Jerez, son un fiel reflejo de la afición que siente el país nipón hacia los vinos generosos.

El Sherry Club, el Bar Ollarria o el Bar Cádiz en Tokio son un ejemplo de esta tendencia. En todos ellos, el visitante puede encontrar las marcas de nuestra bodega, al igual que en el Mona Chulos, establecimiento que ostenta la singularidad de ser el único sherry bar de la localidad de Matsumoto y cuya especialidad es la cocina española y andaluza. En su especializada carta de vinos, al igual que en la de los bares de Tokio mencionados, se incluyen diferentes marcas de Williams & Humbert, destacando el Dos Cortados.

También en la ciudad de Matsumoto, concretamente en la Universidad de Sinshu, se presentaron recientemente los vinos de Williams & Humbert, de la mano del académico José Luis Jiménez y la Sherry Educator, Tomoko Kimura. En un evento cultural-enológico, coordinado por el prestigioso profesor Yuga Kuroda, los invitados pudieron conocer todos los aspectos del vino de jerez en la cultura japonesa, así como degustar la gama de jereces de Williams & Humbert al término de esta interesante conferencia.



Dos Cortados, en el Bar Cádiz de Tokio.



Dry Sack 15 en el Bar Ollarria de Tokio.



La distribuidora de W&H en Japón, Meidi-Ya, con los vinos de jerez de la bodega.



El académico José Luis Jiménez y la Sherry Educator Tomoko Kimura con el profesor Yuga Kuroda en la Universidad de Sinshu.



La Sherry Educator Tomoko Kimura durante la presentación de los vinos de W&H en la Universidad de Sinshu.



Los vinos de W&H en el Sherry Club de Tokio.

ソレラ・エス・ペシアル・オロロソ
 Solera Especial Oloroso Agud 15 years

製造元…ウィリアムス&ハムバート社/ヘレス
 タイプ…オロロソ・ドゥルセ
 度数…20.5%
 味わい…深み・甘み・香りのバランスが絶妙

ボートがヴィンテージを採用した18世紀頃、一部のシェリーもそれを採用した時期があったが、その後、ソレラという熟成方法を選択していったため、長い間その熟成期間を喪失することができず過小評価されてきた。現在は最低熟成年数を表示できる基準が設けられたが、このラベルにある15年は基準外のもの。

Oloroso Abocado / Oloroso Único | 230



Llegó la hora del vermouth

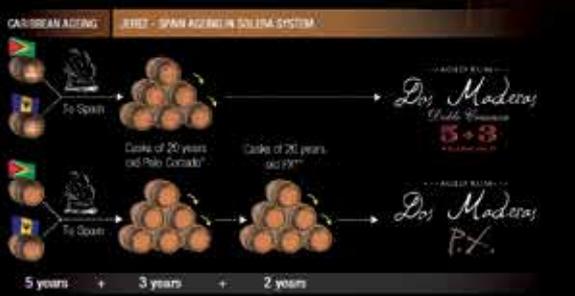
Canasta Rosso, el único vermouth elaborado con vino de Jerez, envejecido durante seis años en botas de roble de nuestras bodegas. Aromatizado con la mejor selección de notas herbales, da como resultado este exclusivo vermouth.



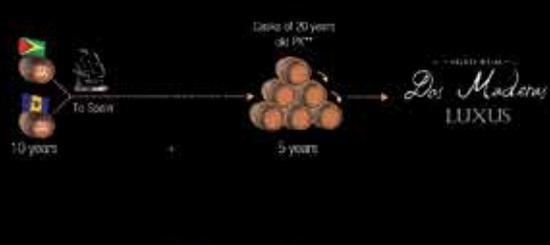
AGED RUM

Dos Maderas

Hand Crafted



UNIQUE FLAVOUR FROM A UNIQUE PROCESS



Tasting by
Ian Burrell



*Dos Cortados Palo Cortado - A dry Sherry. This rare and dry Sherry is aged in our Solera System for a Certified minimum of 20 years. **Don Guido Pedro Ximénez - A very sweet Sherry. The grapes have been left to dry under the Andalusian sun for 2 weeks. Then aged in our Solera System for a Certified minimum of 20 years.