



PETRA MORA REMARCAR LA CALIDAD

SE CONSOLIDA UN PROYECTO CREADO CONTRA CORRIENTE EN TODO EXCEPTO EN SU VOCACIÓN DE CONVERTIRSE EN UN REFERENTE EN LA COMPRA POR INTERNET DE PRODUCTOS DE ALTA CALIDAD. PETRA MORA ES EL ELOGIO DE LA MARCA CONCEBIDA COMO SELECCIÓN DE CALIDAD Y SU COLECCIÓN DE VINOS SON UNA BUENA MUESTRA.

MARITA '13

TINTO.
TEMPRANILLO; 8 MESES EN BARRICA. ELABORADO POR BODEGAS RODERO. DO RIBERA DEL DUERO.

92 Fino carácter frutal resaltado por bien medida crianza. Aromas de frutos silvestres maduros, toques de madera de calidad, notas florales y minerales. Muy buen equilibrio en la boca, con cuerpo y con casta, centro carnoso, sabroso, vivo, fino.

JACINTA '13

TINTO.
TEMPRANILLO; 10 MESES EN BARRICA. ELABORADO POR BODEGAS HERMANOS SASTRE. DO RIBERA DEL DUERO.

93 Serio, con estructura superior a lo habitual en un media crianza. Aromas de fruta bien madura, tonos especiados, balsámicos (monte bajo) y florales. Bien armado en la boca, con cuerpo y potencia, alguna punta tánica, vivo, sabroso, expresivo.

MARCELA '12

TINTO CRIANZA.
TEMPRANILLO; 12 MESES EN BARRICAS DE ROBLE AMERICANO Y FRANCÉS. ELABORADO POR BODEGAS FERNANDO REMÍEZ DE GANUZA. DOC ROJA.

94 Crianza con empaque, fino, amplio. Bien engarzado en la nariz, con notas especiadas de crianza y sugestivos y bien marcados rasgos de fruta madura. Con cuerpo y consistente, equilibrado, fresco, carnoso, sabroso, expresivo, largo.

UBALDA '10

CAVA BRUT NATURE GRAN RESERVA. XARELLO Y MACABEO; MÁS DE 30 MESES EN RIMA. ELABORADO POR ORIOL ROSSELL. DO CAVA.

92 Perfil clásico, fresco, vivo. Aromas frutales con marcados tonos de crianza (levaduras en autólisis, evocaciones de panadería, brioche). Buen discurrir en la boca, marcada acidez pero con cierto cuerpo, fresco, fluido, seco, sabroso.

DANIELA

DULCE.
PEDRO XIMÉNEZ. ELABORADO POR ALVEAR. DO MONTILLA-MORILES.

92 Carácter clásico de vino dulce de pasas. Franco, fino, potente, amplio; aromas de pasas, pan de higo y dátiles, desarrollados tonos de café con leche y cacao. Denso, cálido, dulzor intenso pero no empalagoso, amplio, fino toque amargo, largo.

PASCUALA '12

BLANCO.
GODELLO, ALBARIÑO Y DONA BLANCA; 10 MESES EN BARRICAS DE ROBLE FRANCÉS CON SUS LIAS. ELABORADO POR DOMINIO DO BIBEI. DO RIBEIRA SACRA.

85 Evolucionado, desarrollado. Aromas complejos de pétalos secos de flor, con apuntes de miel y frutos secos, fondo almizclado. Cierta cuerpo, textura glicérica, suave, amplio en aromas; le falta chispa pero muestra buen envejecimiento.

MELANIA '13

BLANCO.
ALBARIÑO. ELABORADO POR COMPAÑÍA DE VINOS TRICÓ. DO RIÁS BAIXAS.

92 Un albariño distinto, muy sugestivo. Nariz amplia, con marcados rasgos minerales (yodo, fósforo), tonos ligeramente tostados, fruta madura, toques cítricos. Con cuerpo y nervio, viva acidez que compensa el alcohol, suave, expresivo, fino.

LARISA '13

BLANCO.
TREIXADURA. ELABORADO POR COTO DE GOMARIZ. DO RIBEIRO.

91 Muestra el potencial de los ribeiros modernos. Nariz amplia, con nítidos recuerdos frutales y marcada nota mineral (sílex, chispa). Fresco y serio en la boca, con cuerpo y centro glicérico pero con estupenda acidez, seco, amable, sabroso.

BALDUINA '13

BLANCO.
CHARDONNAY; FERMENTACIÓN Y 4 MESES EN BARRICAS DE ROBLE FRANCÉS. ELABORADO POR BODEGAS CASTILLO DE MONJARDÍN. DO NAVARRA.

87 Está muy joven, con presencia destacada de buen roble pero también con notas de fruta bien madura (recuerdos de piña muy varietales). Bien armado en la boca, con cuerpo y potente, seco, sabroso, franco y directo en aromas. Para guardar.

JOAQUINA '13

TINTO.
TINTA DE TORO. ELABORADO POR ESTANCIA PIEDRA. DO TORO.

85 Algo reducido, precisa cierta oxigenación para liberar recuerdos de frutas rojas bien maduras sobre fondo mineral (arcilla). Vigoroso en la boca, algo rústico pero no agresivo, equilibrado, con taninos nobles, cuerpo y potencia de sabores.



LA INCLUSIÓN DE MARCAS E IMÁGENES RESPONDE SÓLO A CRITERIOS INFORMATIVOS



www.proensa.com



@proensapunto.com

»» Petra Mora es un proyecto marquista, aunque con el respaldo de una finca agrícola que aporta alguno de sus productos. Pero son marquistas con fuste y con firma: los propietarios de Bimba y Lola y un especialista en la asesoría a cocineros y elaboradores y en el rastreo de productos de alta calidad como es Mikel Zeberio. Larga experiencia, profundos conocimientos y miles de kilómetros, recorridos sobre todo por todos los rincones de España, puestos al servicio de una idea innovadora.

Petra Mora nació en 2011, en un tiempo en el que se piensa que la marca blanca iniciaba un camino de cierto retroceso sólo detenido por la crisis, que ha llevado a muchos consumidores a mirar mucho el precio. El consumidor acude a ese peculiar sistema de venta, el etiquetado con marca propia elaborada por otros que en el vino se traduce a la fórmula "embotellado por A para B", con ánimo de ahorro y no de selección de calidad.



Es muy frecuente que determinadas organizaciones, sobre todo las grandes superficies por todos conocidas pero no sólo ellas, se apoyen en su poderosa capacidad de compra para obtener precios muy favorables. Venden con marca propia para contar con la libertad de cambiar de proveedor, lo que pone en sus manos un arma muy efectiva en muchos sentidos. Y sus proveedores están encantados porque venden una partida importante aunque tengan que ajustar al máximo sus márgenes y tengan el coste añadido del anonimato. Lo que no siempre es una desventaja para ellos porque, con demasiada frecuencia, se envasan con marca blanca calidades inferiores o, en el caso de los vinos y algún otro, finales de cosechas, lote o partida.

Esa práctica de envasar algo parecido a los saldos ha calado en los consumidores que en gran medida relacionan marca blanca con calidad inferior en lugar de valorar un hipotético respaldo del



establecimiento, que pone su marca y en teoría eso debería garantizar una calidad. La mala imagen de la marca blanca ha preocupado a algunas de las entidades comerciales que la utilizan.

OTRO ESTILO DE MARCA BLANCA

En algunos casos se han ido apartando de la práctica de envasar con marca propia y el vino ha dado algunos ejemplos claros, caso del club Vinoselección, que mantiene su tesis de selección de partidas de vino pero no renuncia a respaldar y ser respaldado por la marca del elaborador. En otros casos (Hipercor y, de forma más irregular, Mercadona) mantienen la marca propia y buscan dignificar con calidad sostenida el concepto de marca blanca. Es la apuesta a largo plazo a la que se apunta Petra Mora. La familia Domínguez cuenta en el norte de Zamora con una

amplia finca dedicada sobre todo a la ganadería. Miman a sus ovejas, terneras (el propietario seleccionó la raza con un criterio estético y por "su mirada"; es literal) y demás ganadería y no estaban muy conformes con el destino habitual de sus carnes. Decidieron comercializar con marca y no con el anonimato habitual y ese fue el germen de la tienda. Pensaron que no era suficiente con sus productos y, de la mano de Mikel Zeberio y con la colaboración del cocinero David Aragón ha ampliado la gama con conservas, aceites, especias y condimentos, precocinados e incluso con patatas fritas. Y, claro, con bebidas, sobre todo con vino pero también con destilados, licores, sidra y cerveza. Zeberio ha recurrido en este campo, como en los otros, a marcas de reconocido prestigio y ha seleccionado vinos con el ánimo de conciliar dos criterios (tres si se suma su gusto personal): calidad y reacciones de sus clientes, testadas de forma directa a través de la repetición en las compras. Nombres como Tricó, Rey Fernando de Castilla, Dominio do Bibei (del hermano del propietario), Castillo de Monjardín, Estancia Piedra, Remírez de Ganuza, Rodero o Hermanos Sastre se combinan con otras menos conocidas para conformar una colección de vinos de divertida presentación y bautizados todos ellos con nombres de mujer. La razón es el problema que en algunas

zonas se planteaba con las marcas. Se quería dar sensación de unidad pero había serias dificultades para utilizar en vinos de distintas denominaciones de origen una marca única, que iba a ser Petra Mora. Se optó por no afrontar entorpecedores contenciosos y se desarrollaron marcas que, junto con el diseño de las etiquetas, dieran continuidad a la imagen de la casa y a su marca.



En la colección de casi treinta vinos Petra Mora caben muchos estilos y una amplia gama de precios, además de apuestas arriesgadas, como la que se ve en el comprometido capítulo de los vinos blancos: una propuesta de vinos singulares, madurados y desarrollados en la botella, aparentemente con la vista puesta en los esquemas de Borgoña aplicados a variedades españolas, aunque no falta un buen chardonnay navarro. En la cata se ha realizado una selección de los más representativos. ■



planetAVino

REVISTA DE VINOS, BODEGAS Y PRODUCTOS DE CALIDAD

VADEVINO EDITORIAL, SL

Avda. del Cardenal Herrera Oria, 299 - bajo B
28035 Madrid

Correo electrónico: planetavino@proensa.com

DIRECTOR

Andrés Proensa

(proensa@proensa.com)

REDACTORES Y COLABORADORES

Pedro Ballesteros, Enrique Calduch, Pilar Calleja,
Amaya Cervera, FCh, María Antonia Fernández-Daza,
Ramón Francás i Martorell, Tere Gallimó,
Fernando Guruchari, José Hidalgo Togores,
Pepe Iglesias, Paz Ivison, Fernando Lázaro,
Salvador Manjón, Eduardo Martín Mazas,
M^a Pilar Molestina, Alfred Peris, Ulises P. Moratalla,
Juan Carlos Rincón, Miguel Ángel Rincón, Mar Romero,
Mara Sánchez, Vanesa Viñolo, Mikel Zeberio

COMITÉ DE CATA

Fernando Guruchari (director),
María Antonia Fernández-Daza,
María Jesús Hernández, Andrés Proensa

DIRECTOR DE ARTE

David Montoya (ttm.totem@gmail.com)

MAQUETACIÓN Y FOTOMECÁNICA

TTM Tótem

FOTOGRAFÍA

Luis de Pazos Salmerón (luismaria@depazos.com)
Álvaro Fernández Prieto (fotos@alvarofprieto.com)

ILUSTRACIONES

Daniel Pacios Bello (<http://treceilustracion.wordpress.com>)

SECRETARÍA DE REDACCIÓN

María Jesús Hernández

Correo electrónico: mariajesus@proensa.com
Teléfono: 686 620 750

PUBLICIDAD

Araceli Pardo

Avda. del Cardenal Herrera Oria, 299 - bajo B
28035 Madrid

Teléfono: 647 958 451

Correo electrónico: araceli@proensa.com

SUSCRIPCIONES

Avda. del Cardenal Herrera Oria, 299 - bajo B
28035 Madrid

Teléfono: 686 620 750

Correo electrónico: suscripciones@proensa.com

PRODUCCIÓN

TTM Tótem

Avda. de la Democracia, 7

Planta 5ª - Oficina 504

Ctro. Emp. "Indubuilding V", 28031 Madrid

Teléfono: 916 363 742

Correo electrónico: ttm.totem@gmail.com

IMPRIME

Villena Artes Gráficas

DEPÓSITO LEGAL: M-13525-2005

ISSN: 1699-5163

PlanetaVino no coarta la libertad de juicio ni la opinión de ninguno de sus colaboradores, pero tampoco se identifica necesariamente con los criterios de sus artículos.

La revista no mantendrá correspondencia privada ni se hará responsable de fotos, dibujos, gráficos u originales no solicitados. Prohibida la reproducción total o parcial de textos, fotografía e ilustraciones en cualquier medio sin la autorización de Vadevino Editorial, SL.

PlanetaVino es una revista bimestral editada por Vadevino Editorial SL, empresa dedicada exclusivamente a la publicación de la revista y de la Guía Proensa y a la organización de seminarios y catas para profesionales. Ni la editorial ni sus responsables venden vinos ni complementos, no organizan viajes turísticos ni cursos de cata ni están relacionados con empresas que realicen tales actividades, aunque sus nombres puedan coincidir con el de la editorial o el de la revista.



LA INCLUSIÓN DE MARCAS E IMÁGENES RESPONDE SÓLO A CRITERIOS INFORMATIVOS



www.proensa.com



@proensapunto.com