

## **Ramón Bilbao celebra WAW, el primer simposio sobre tendencias de futuro en el mundo del vino**

- **La compañía vitivinícola reúne en Haro a más de 200 amigos y clientes en torno a una jornada de conocimiento y vanguardia del sector.**
- **El servicio de sala, la formación hostelera, el *storytelling*, la neurociencia aplicada a la percepción del vino o los nuevos formatos digitales han sido los temas tratados por expertos reconocidos internacionalmente.**
- **Una cata con ocho vinos de Rioja de la añada 2001 ha sido una de las actividades más aclamadas por el público asistente.**



Enlace con más fotografías del simposio: <https://we.tl/t-ZeK2olStd4>

**Haro, 22 de junio de 2022.** Ramón Bilbao celebró ayer WAW, el primer simposio sobre tendencias de futuro en el mundo del vino, que tuvo lugar en el Teatro Bretón de la localidad riojana de Haro, sede también de las bodegas. WAW, siglas que corresponden a We Are Wine (“Somos Vino”, en inglés) se ha concebido como un encuentro donde los profesionales de Zamora Company y un grupo reducido de profesionales del sector han podido aprender sobre las tendencias del mundo del vino desde distintas perspectivas.

Conducido por el responsable de bebidas de ElBulli Foundation y delegado para España del reputado portal vitivinícola inglés [jancisrobinson.com](http://jancisrobinson.com), Ferran Centelles, la jornada contó también con reputados profesionales del mundo del vino: del director de formación del portal [GuildSomm](http://GuildSomm.com), Christopher Tanghe; la directora y fundadora de The Wine Studio, Elisa Errea; el director del proyecto Spanish Wine Academy, Alberto Saldón, quienes formaron una mesa redonda en torno al presente y futuro del mundo del vino; el director de Bodegas Ramón Bilbao, Rodolfo Bastida; el director de proyectos del estudio de branding Series Nemo, Carles Anadón; el director en España y Sudamérica de Wine Intelligence, Juan Park, que compartieron su visión acerca de la importancia del *storytelling* en una etiqueta de vino; la doctora del departamento de Ciencia de la Alimentación de la Universidad de Aarhus (Dinamarca) y experta en neurociencia, Qian Janice Wang, quien expuso sus estudios sobre la neurociencia en el servicio del vino; y el Global Wine Brands Director & Wines Marketing Manager de Zamora Company, Alejandro Sánchez-Gómez, quien realizó una breve introducción a los conceptos NFT y blockchain como opción de futuro del sector a través de la premiumización en estos entornos.

### **Compartiendo conocimiento sobre vino y futuro**

La jornada comenzó con la bienvenida del CEO de Zamora Company, Javier Pijoan y de Rodolfo Bastida, y continuó con la intervención de Centelles, quien expuso distintas maneras de servicio del vino: a la francesa, a la rusa o a la inglesa, cada una con sus particularidades, para concluir con la necesidad que tiene la sala, la persona que sirve el vino, de hacer que su clientela esté relajada y se le pueda informar y persuadir.

La mesa redonda sobre formación versó sobre la importancia de estar siempre al día, sobre la que el Master Sommelier Christopher Tanghe llamó la atención, mientras Elisa Errea destacó la cantidad de personas no profesionales que se acercan a los estudios de WSET que se imparten en The Wine Studio, y cómo desde esta escuela se enseña a conectar conceptos, no a memorizarlos; Alberto Saldón comentó las novedades de la nueva web de Spanish Wine Academy y destacó que, para aprender de vino, hace falta, sobre todo, pasión e interés.

El contenido de la etiqueta de un vino fue el tema central que trataron Rodolfo Bastida, Juan Park y Carles Anadón. Bastida se remontó a los primeros vinos embotellados por petición de Thomas Jefferson para su residencia en París, y cómo ha ido evolucionando esta imagen visual desde entonces. Anadón añadió que este contenido tiene que ver también con los distintos actores que han ido apareciendo en el sector, y que han ido dando importancia a la forma en que se cuentan las particularidades de un vino. Habló del lenguaje no verbal de una botella, desde su forma a su color, la cápsula, el peso o la textura, que ya predispone al consumidor a leer o no la historia que recoge en la enseña. Park aportó la perspectiva de los estudios de mercado en los que es especialista, comentando que el consumidor no solo se deja guiar por una etiqueta al



elegir un vino, también lo hace por la marca, que sea más o menos conocida para él. Todos destacaron la mala acción que supone prometer algo en la etiqueta que el interior no cumple, porque causa decepción. Al final del debate, se presentó la nueva imagen de las botellas de Ramón Bilbao, de las que Anadón, autor del “restyling”, destacó la importancia de la imagen en esta nueva etapa.

La doctora Janice Wang mostró la percepción del sabor, qué es y cómo funciona, y expuso que el cerebro predice antes de que suceda algo, es capaz, ante un estímulo, como un aroma, de disparar expectativas, es un instinto de supervivencia (que protege ante un veneno, por ejemplo, porque el olor pone a la defensiva al individuo de que ese aroma es peligroso). Catar implica, comentó, todos los sentidos, incluido su favorito, el sonido: una música adecuada en el restaurante, destaca, puede afectar a cuánto gasta un cliente y a sus expectativas de consumo y disfrute. Uno de sus experimentos demostró que, con distintos tipos de música, la percepción de los sabores era diferente, y que hay sonidos que acentúan el sabor amargo, mientras otros lo hacen con el dulce.

Alejandro Sánchez Gómez comentó las posibilidades de blockchain como espacio de comercialización e información para vinos premium, que con esta tecnología se vuelven completamente trazables y es posible conocer dónde han estado almacenados, cuál es su precio, quiénes son o han sido sus propietarios... NFT se puede desarrollar para vinos de alto valor con los que se realizan transacciones y esto va a generar comunidades cuya puerta de entrada sean estos elementos, y a cuyos miembros se les puedan ofrecer productos exclusivos y de alto valor añadido.

### **Descubriendo Lalomba y viajando al pasado**



Tras la serie de ponencias, WAW continuó con una visita a las instalaciones de Lalomba y la oportunidad de probar, además de los tres vinos de finca de la bodega (Finca Lalinde Rosado, Finca Valhonta y Finca Ladero), un nuevo tinto de garnacha, Finca Ilex, aún inédito en el mercado y cuya particularidad es que no ha pasado por madera, a diferencia de los otros vinos de la gama.

A esta visita siguió una cata histórica de la cosecha 2001, una de las mejores de la historia de Rioja, donde dos vinos de Ramón Bilbao, Gran Reserva y Mirto, se acompañaron de otras grandes etiquetas de bodegas de Haro y sus proximidades, presentadas por sus enólogos y directores técnicos: Viña Ardanza, de La Rioja Alta, S.A., Prado Enea, de Bodegas Muga, Viña Tondonia, de R. López de Heredia, Valenciso, de la bodega del mismo nombre, La Vicalanda, de Bodegas Bilbaínas-Viña Pomal y RODA II, de bodegas RODA. Todos los bodegueros presentes agradecieron la generosidad de Ramón Bilbao y Rodolfo Bastida por su presencia en esta cata, que puso de manifiesto la magnífica calidad de la cosecha y los distintos tipos de vino a los que dio lugar.