

VINO

Las burbujas hablan inglés

Freixenet cumple 25 años en California como abanderada española

Luis Tusell
San Francisco

Celebramos el 25 aniversario pero en realidad son 30 años porque con mi marido pasamos cinco recorriendo toda la zona en busca del mejor sitio. Así recuerda Gloria Noguera el inicio de la aventura americana de Freixenet a la que ella da nombre.

Finalmente fue en el valle de Sonoma, a menos de una hora de San Francisco, donde Josep Ferrer, ahora presidente de honor de Freixenet, decidió instalar su bodega en 1982. La bautizó como Gloria Ferrer, el nombre de casada de su esposa en Estados Unidos.

"Llevo esta bodega en el corazón", asegura Ferrer, que recuerda la carrera que tuvo que dar perseguido por una vaca la primera vez que entró en estos terrenos de California, a los que ha vuelto junto a su familia para estas bodas de plata.

Los Ferrer y Bonet (empresa es 100% familiar) acaban de estar en Sonoma celebrando con los empleados estas bodas de plata de un proyecto consolidado, y que es sólo una parte de la internacionalización de la compañía. Además de su implantación en California, Freixenet cuenta ya con bodegas propias en Argentina, México, Francia y Australia y oficinas comerciales en medio mundo. El próximo reto pasa por instalarse en Japón, China y Brasil.

LA INTERNACIONALIZACIÓN

Para José Luis Bonet, presidente y sobrino del presidente de honor, la "internacionalización" de la compañía es un ejemplo de algo de lo que "España está necesitada". Bonet ve como claves para el éxito de Freixenet, además de la acción exterior, la "cohesión familiar, innovación y calidad".

En EEUU Gloria Ferrer ha apostado por el *sparkling wine*, equiparable al cava o champagne. La competencia es feroz, principalmente en



Gloria Ferrer. Vista panorámica de la bodega que Freixenet levantó hace 25 años en el valle de Sonoma (California), de 180 hectáreas. Se comercializan 15 productos distintos. L. TUSELL

tre los productores de Napa y Sonoma, en California. Los españoles llevaron allí el vino y los americanos lo han desarrollado. Marcas como Mumm, Moët o Tattinger

están presentes con sus filiales. También otras españolas, como Torres o Codorniu, pero con menos extensión y sin producir espumosos. Gloria Ferrer tiene allí una cuota de mercado del 5%, lo que supone un 10% de la facturación anual de Freixenet, que en 2010 fue de unos 500 millones.

Unas 75.000 personas visitan cada año la

bodega, que ofrece catas, eventos y una tienda. Ahora, además del espumoso, que representa dos terceras partes de la producción (120.000 cajas de 12 botellas al año), se produce

también vino tinto y blanco (30.000 cajas) en las 180 hectáreas plantadas, que producen la variedad de uva Pinot Noir, en menor medida, Chardonnay. El 90% se vende en Estados Unidos, por entre 20 y 50 dólares, y es difícil encontrar estos productos en España.

"Quizá sí", responde Josep Ferrer cuan-

do se le pregunta si es la bodega de la que más orgulloso está. Es "la joya de la corona del grupo", ratifica Bonet.

Ferrer, que está a punto de cumplir 86 años, la visita una vez al año. Su esposa lamenta que sólo puedan estar unos días porque su marido "siempre tiene prisa". A Ferrer no se le pasa por la cabeza quedarse más días en Sonoma. "¡Si estamos en plena vendimia!", exclama dando por descontada su presencia en Sant Sadurní d'Anoia en breve.

En estabulación catalana del Penedés es donde Freixenet tiene su bodega original, y donde comenzó "un sueño" hace casi un siglo.

ltusell@adn.es

El apunte



Josep Ferrer y Gloria Noguera.

El mercado se estanca en España, crece fuera

El mercado internacional le está permitiendo a Freixenet capear la crisis. La mejora en 2010 fuera de España (un 10%) limitó el descenso global al 2%, provocado por el "estancamiento" del mercado nacional. Freixenet factura más en Alemania (su primer mercado) que en España. En 2011 las previsiones son mejores y la buena temporada turística le permite al grupo mejorar un 5% los resultados (un 18% en el extranjero).

MAÑANA VIERNES

Weekend!

El menú

Mesa y mantel



Lah!

MADRID

Acaba de abrir y busca revolucionar el concepto de la gastronomía del sudeste asiático con ingredientes y sabores poco explorados aún en occidente. Los clientes podrán conocer y seleccionar mejor sus platos (rollitos, 'dumplings', 'satays', curries, 'noodles'...) gracias a los iPads que se entregan.

PRECIO APROXIMADO: 25-30€.

DIRECCIÓN: María de Molina,50.

TELÉFONO: 91 275 80 31

EN LA RED: facebook.com/Lah

La Royale

BARCELONA

El último ejemplo de la moda por las hamburguesas 'gourmet'. Interiorismo cuidado y terraza, ofrece entrantes y hamburguesas exquisitas de todo tipo de carne: ternera, cerdo, angus, bisonce, avestruz... Todo con maridaje de gintonics y supervisado por el chef Paco Pérez (3 estrellas Michelin).

PRECIO APROXIMADO: 30€.

DIRECCIÓN: Pza. Camp 5.

TELÉFONO: 93 254 73 93

EN LA RED: www.laroyale.es

La receta del lector

TOMÁS LÓPEZ FABIO

Lomo con 'tumbet' mallorquín

PERSONAS 3 • DURACIÓN 30 MIN. • COMPLEJIDAD Fácil •

Ingredientes: 1 berenjena grande, 2 pimientos rojos, 5 ó 6 tomates maduros, 1/2 Kg de patatas, 600 gr de lomo o aguja de cerdo, aceite de oliva virgen, ajos, laurel y sal.

Preparación: Cortar la berenjena y los pimientos a tiras, las patatas en láminas y picar los tomates. Freír las patatas y reservar. Freír el lomo y usar ese aceite para freír las berenjenas y los pimientos. Cuando estén hechas hacer el tomate frito con el ajo, el laurel y un poco de sal. Montar el plato con una base de patatas, otra de lomo y finalmente las verduras con la salsa de tomate por encima.



Envía tus recetas a comerbeber@adn.es

El vino

Hermano pequeño de los míticos Termanthia y Numanthia. Tinta de toro, 16 meses de crianza. Maderaazonada, fruta negra, chocolate y té negro. En boca, volumen, entramado tánico, frutas negras y rojas.

TERMES 2008. D.O. TORO 18.95€ FUENTE: VILA VINITECA



El capricho

El cómic ha llegado a la repostería con los superhéroes de Marvel. La cadena Williams Sonoma distribuye en exclusiva cortadores para galletas, un kit para 'cupcakes' y moldes para hacer pastelitos de Spiderman, Thor, o Hulk.

MOLDES DE MARVEL. 26,73€ en williams-sonoma.com



El 'Insider'

El aceite de oliva podrá incluir en sus etiquetas que es beneficioso para la salud. La Agencia Europea de Salud Alimentaria ha dado el visto bueno tras dos años de estudios científicos.

San Sebastián y Barcelona están entre las 10 ciudades europeas con mejor gastronomía, según la primera edición de los premios Traveller Choice 'Gastronomía y Vino' organizado por el portal Tripadvi-

sor. Florencia, París y Roma han ocupado las tres primeras posiciones; San Sebastián, la octava y Barcelona, la novena.

Danone es la empresa de alimentación más reconocida y sus productos, los más valorados, según la primera oleada del estudio KAR 2011 de IP-

SOS. Le han seguido Leche Pascual y Nestlé.

Más exportación de vino. Según el Observatorio Español del Mercado del Vino, en los siete primeros meses del año España ha exportado 1.235 millones de litros, un 29% más. El precio cae un 7%.

Leído esta semana

En 2008 Howard Schultz, presidente de Starbucks, reasumió el cargo de director ejecutivo para restaurar la salud financiera de la empresa sin perder sus valores. Shultz cuenta su adaptación empresarial en tiempos convulsos. 'EL DESAFÍO STARBUCKS' (AGUILAR). 17€

