

Lujo • Un vino elegante, refinado y complejo, capaz de medirse con los mejores tintos a nivel mundial

## Tesalia 2015, la joya del sur

08/05/2018 | 17:29 CEST



*Bodega Tesalia, el proyecto en la sierra de Cádiz de la familia Golding, lanza al mercado la primera añada de su buque insignia: Tesalia 2015*

*Diseñado para convertirse en una joya enológica y con vocación internacional, el vino ha sido elaborado por el prestigioso enólogo Ignacio de Miguel, el experto en viticultura José Ramón Lissarrague y el Master of Wine holandés Cees Van Casteren*



Toda gran marca tiene una gran historia detrás. La de Bodega Tesalia es la de una familia de ingleses apasionados, Richard Golding y su hija Natalia (Master de Enología y Viticultura), que se enamoraron de una tierra virgen del sur de España y decidieron realizar allí su sueño, cautivados por su belleza y su potencial.

El proyecto, ubicado en la falda de la Sierra de Grazalema (Cádiz) y muy próximo a la localidad de Arcos de la Frontera, nació en 2008 con el estudio y la adquisición del viñedo.

Tras años de arduo trabajo y paciente espera, por fin ve la luz aquel tesoro tan anhelado: un vino elegante, refinado y complejo, capaz de medirse con los mejores tintos a nivel mundial.

### El 'dream team' de Tesalia

Tesalia 2015 es el resultado de la constancia, la paciencia y la profesionalidad. Un vino con alma andaluza, profundamente enraizado, pero también con el inevitable toque de excelencia británica y cosmopolita de sus ideólogos.

Para su elaboración, la familia Golding se ha rodeado de un equipo de profesionales del más alto nivel en el mundo de la enología y la viticultura. Un dream team formado por Ignacio de Miguel (uno de los enólogos más reputados de nuestro país), por el experto en viticultura José Ramón Lissarrague (profesor en la Escuela Técnica Superior de Ingenieros Agrónomos de Madrid) y por el Master of Wine holandés Cees Van Casteren.

Juntos han perfeccionado un viñedo con influencias mediterráneas y atlánticas y suelos arcillosos sobre un subsuelo de tiza, lo que los convierte en el terroir ideal para la maduración de los varietales que cultiva la bodega: la variedad autóctona Tintilla de Rota y las internacionales Petit Verdot, Syrah y Cabernet Sauvignon, que aportan al vino elegancia, singularidad y sofisticación.

### El 'grand cru' de Andalucía

En Tesalia todo (desde la plantación de los viñedos, la selección de las variedades y el perfeccionismo en los procesos) responde al objetivo de crear un "grand cru" andaluz. Un viñedo que, al estilo de los bordeleses, sea capaz de dar lo mejor de sí mismo e imprimir al vino la máxima singularidad. Por eso la cosecha se realiza a mano por la noche, en cajas pequeñas de 16 kilos y vinificando cada una de las 10 parcelas del viñedo por separado para luego mezclarse, consiguiendo así una mayor complejidad en el vino.

En Tesalia no hay mezclas establecidas ya que dependen de la cosecha. En esta primera añada de Tesalia 2015 se ha utilizado un 65% de Petit Verdot, un 25% de Syrah, un 5% de Cabernet Sauvignon y un 5% de Tintilla de Rota procedentes de los viñedos más frescos de la bodega.

Tras una crianza de 12 meses en barricas de roble francés, Tesalia 2015 presenta un atractivo color rojo rubí con destellos violáceos y un profundo aroma que sorprende desde el primer momento y continúa desarrollándose en la copa.

Desvela recuerdos a especias, fruta roja y negra madura, cedro y notas delicadas de violeta, lavanda y tabaco de pipa. En boca ofrece una sensación rica y concentrada y capas de sabor a ciruela, cítricos, moras y toques de hierbas y especias. Sus taninos están bien integrados, con una frescura equilibrada y una ligera mineralidad que proporciona una longitud excepcional al final.

En definitiva, se trata de un tinto de gran elegancia, concentración, complejidad y equilibrio, listo para su consumo pero con excelente capacidad de envejecimiento durante los próximos diez años.



### Una joya de edición limitada

Concebido como una auténtica joya de edición limitada (la joya del sur, con una producción de solo 6.000 botellas), el vino se presenta en una cuidada botella borgoñesa de estilo regio y atemporal, que supone la materialización visible del concepto que da vida a la marca (una pequeña joya lista para su disfrute) y de cuyo diseño se ha ocupado el experto en marketing del mundo del vino Valentín Iglesias.