

Economía & Empresas

Emprendedores

RAFAEL SERVENT
TARRAGONA

En apenas dos años, Influencia Wines ha llevado sus vinos DO Terra Alta hasta Corea del Sur, EEUU, Argentina, Bélgica, Francia y Alemania, entre otros mercados internacionales. Y lo ha hecho con una propuesta que busca impactar visualmente y alejarse del relato de las tradiciones y los ancestros. Lo explica Ivaylo Krasimirov (Svishtov, Bulgaria, 30 años), cofundador, junto a Christian Martínez (Gandesa, Terra Alta, 32 años), de este proyecto con sede en Gandesa.

«La gente -relata Ivaylo Krasimirov- queda impactada con la imagen de nuestras botellas, donde quisimos dejar de lado el tema de los antepasados, la tierra, etcétera... y hacerlo con un vino joven, muy fácil de beber, para muchos perfiles y ocasiones».

Tras arrancar hace menos de dos años con una propuesta que lo fiaba todo al canal de venta online, y que se caracterizaba por «un diseño extravagante y diferente para vender solo en Internet», explica Krasimirov, la imposibilidad de embotellar vino en el modelo de botella que eligieron (y que tuvieron que sustituir por una botella mucho más estándar, como la que utilizan hoy) hizo que, «durante el primer año, por Internet solo vendiésemos una caja de vino».

Pero no se rindieron. «Nos falló el *packaging* -explica este emprendedor que llegó a Gandesa con ocho años, donde conoció a su futuro socio Christian Martínez-, así que decidimos acudir a la distribución, primero en España y después a escala internacional». Hoy, un 60% de sus ventas -que, si se cumplen sus previsiones, este año 2023 podrían oscilar entre los 300.000 y los 400.000 eu-

Influencia Wines

De la Terra Alta a Corea del Sur

Desde Gandesa, Ivaylo Krasimirov y Christian Martínez exportan a medio mundo su propuesta de vino que busca diferenciarse del relato de tierra y ancestros



Christian Martínez (izquierda) e Ivaylo Krasimirov, cofundadores de Influencia Wines.

FOTOS: CEDIDAS



LA PROPUESTA

«QUISIMOS DEJAR DE LADO EL TEMA DE LOS ANTEPASADOS, LA TIERRA... Y HACER UN VINO FÁCIL DE BEBER»

ros, con una producción estimada de entre 80.000 y 100.000 botellas- se concentran hoy en los mercados de exportación. Corea del Sur es, entre estos mercados, el más importante.

Restauración y tiendas especializadas, pero no supermercados, son hoy el principal destino de sus botellas en el mercado local, donde Catalunya concentra la parte más sustancial de sus ventas. Un vino blanco y otro tinto, ambos con DO Terra Alta, son hoy el catálogo de productos que manejan, en la gama media y con precios de venta al público de 8 euros para el blanco y de 8,50 euros para el tinto, aunque no descartan en un futuro la elaboración de vinos de alta gama. Mucho más cerca está, sin embargo, la incorporación de un vino rosado.

Hay relato

Sin apelaciones a los ancestros, sin etiquetas con tipografías recargadas... Y, sin embargo, hay relato. Una amistad de infancia forjada en Gandesa, un tiempo distanciados cuando Christian Martínez se trasladó a Francia, donde se encuentran sus orígenes maternos, para estudiar y empezar a ejercer de abogado, hasta su regreso hace unos seis años de nuevo a Gandesa, para encargarse de gestionar los negocios familiares de su padre (una gestoría y un despacho de abogados).

Y para reencontrarse con su amigo de infancia Ivaylo, convertido en empresario de ocio nocturno e inminente restaurador (cuenta con un *pub* en Gandesa y abrirá un restaurante en Reus en Semana Santa), asociarse con él, recuperar los viñedos familiares de su abuelo en El Pinell de Brai, comprar más uva, arrancar con la elaboración de vino (hoy, de manera externalizada) y empezar a soñar con su propia bodega de aquí a cinco o seis años.