

# La exportación de vinos de la Ribeira Sacra alcanza el 10% de la producción

► Las miradas están puestas en el mercado asiático por su enorme potencial de consumo, pero también en Estados Unidos

► Galicia es el principal mercado, pero el 40% de los caldos que se elaboran en la denominación ya se venden en toda España

L.A.R.  
#ribeirasacra@elprogreso.es

**MONFORTE.** Los vinos que se producen bajo el amparo de la denominación de origen Ribeira Sacra son cada vez más internacionales. Los bodegueros han encontrado en el exterior un importante nicho de negocio que han ido poco a poco explorando y explotando hasta llegar a colocar en los mercados de todo el mundo el 10 por ciento de los cerca de cuatro millones de litros que producen.

En la actualidad, los caldos de la zona están presentes en buena parte de los países europeos, así como en Estados Unidos, Méjico, Brasil, Canada o Cuba; pero también en Japón y China.

Los productores consideran que tanto Japón como China y Estados Unidos tienen un enorme potencial debido a que está en auge la cultura del vino y a que son países que cuentan con millones de posibles clientes.

Además, la existencia de un cada vez mayor número de críticos internacionales que alaban las cualidades de los vinos de la Ribeira Sacra hacen pensar a productores y responsable de la denominación de origen que se puede crecer todavía más en el mercado exterior.

Buena parte de la culpa de la internacionalización de los caldos que se producen a orillas de los ríos Sil y Miño la ha tenido el crítico y gurú del vino Robert Parker, quien años atrás, en el 2008,

comenzó a incluir los Ribeira Sacra en su adamentada revista 'Wine Advocate'.

Uno de los productores más reconocidos de la denominación, Pedro Rodríguez, de la bodega Guímara, no ha dudado en señalar que la denominación tiene «mucho que agradecerle a Robert Parker por haberse fijado en nosotros pero, ojo, si lo hizo fue porque estamos haciendo las cosas bien».

Y es que Estados Unidos se está convirtiendo en un gran escaparate para los Ribeira Sacra, ya que a Parker se han unido otros críticos como Matt Kramer, de Wine Experience, la gran cita del vino en Nueva York.

Entre los días 24 y 26 del pasado mes de octubre, Kramer eligió dos caldos de la zona, de Adega Cui-maro y de Dominio do Bibei, para presentarlo ante 4.000 amantes del vino que se dieron cita en esta gran metrópoli estadounidense.

Kramer, que colabora en la revista 'Wine Spectator', publicó el pasado año un artículo en el que situaba a la denominación de origen entre la zonas emergentes a nivel internacional capaz de crear

emoción con sus vinos. De hecho, en el evento celebrado en Nueva York definió los caldos de Guímara y de Dominio de Bibei como algunas de las novedades más interesantes que se pueden encontrar en el panorama vinícola mundial.

Quizá por ello no es de extrañar que un tinto de la tierra, Peza do Rei, fuese elegido para la cena de gala del Mes de la Hispanidad que se celebró el pasado día 2 de octubre en Washington. Se trató de la primera vez que un caldo gallego llenó los vasos de uno de los acorrecimientos sociales más importantes de la capital de los Estados Unidos.

**JAPÓN.** En el otro lado del mundo, en Japón, comenzaron a interesarse por los Ribeira Sacra en 2008, después de que un grupo de importadores y distribuidores nipones visitaron la zona para conocer sus vinos.

De ellos destacaron que son frescos, afrutados, muy amables para los sentidos y que son fáciles de combinar con cualquier alimento.

Su presencia en el mercado aún es testimonial, pero los japoneses, según los expertos, prestan cada vez mayor atención a este tipo de vinos, que son fáciles de beber, que no resultan pesados.

Son conocidos entre los especialistas por sus características y no por que estén de moda después de las altas puntuaciones que reciben de Robert Parker.

Apuesta  
**La calidad como carta de presentación**

El presidente del consejo regulador de Ribeira Sacra, José Manuel Rodríguez, indicó que se registra un crecimiento anual en cantidad de un 5% y que esa va a ser la tónica, pues se prefiere «medir» poco a poco e ir como o mercado va acogiendo o no crecientemente, pois ó final é o mercado o que manda».

**Originalidad**

El secreto de la evolución en el mercado de los caldos de la denominación ha estado en el trabajo de los bodegueros por apostar por la calidad y no por la cantidad. Han hecho vinos muy personales en los que han introducido el concepto de territorio, de paisaje, y la viticultura heroica como fórmula original.

En Japón, dicen sus propios críticos vinícolas, al igual que en todas partes del mundo, hay gente que busca cosas distintas y especiales y los caldos de la Ribeira Sacra, añaden, son algo distinto y muy llamativo.

**ESPAÑA.** En cuanto al mercado nacional, el presidente de la denominación de origen indicó que se vende entre el 30 y el 40 por ciento de esa producción de cerca de cuatro millones de litros.

Los Ribeira Sacra están en todas partes del territorio nacional gracias a que grandes cadenas de supermercados tienen algunas marcas en sus estanterías.

En cuanto a Galicia, el mercado acapara la mitad de la producción, una cifra que satisface a los productores pero que les gustaría incrementar.

Entre unos y otros se logra que casi el 100 por ciento del vino elaborado se venda antes de que salga el de la siguiente añada.



Cata de vinos en Estados Unidos.

**Concello da Pobra do Brollón**

**Concellería de Cultura**

**Concurso de tapas do 28 de novembro ó 8 de decembro**

**7 de decembro a partir das 16:00 hs. III concurso Cantos de Taberna**