vinetur

Navarra refuerza su presencia en Japón con una gira profesional por tres ciudades

Tokio abrió la semana con cerca de 70 asistentes y reuniones entre bodegas navarras y compradores japoneses

martes 23 de junio de 2026



La Denominación de Origen Navarra ha iniciado en Japón una semana de promoción con una primera cita en Tokio que reunió a cerca de 70 profesionales del sector vinícola japonés. La acción se celebró este lunes, 22 de junio, en el Hotel New Otani y

continuará durante la semana en Osaka y Yamaguchi con seminarios, catas y encuentros profesionales orientados a afianzar la presencia de los vinos navarros en uno de sus mercados estratégicos en Asia.

Entre los asistentes en Tokio había importadores, distribuidores, responsables de tiendas especializadas, profesionales del canal HORECA y sumilleres. La jornada comenzó con una masterclass impartida por Koichi Tanabe, embajador de los Vinos D.O. Navarra en Japón y una de las figuras con mayor influencia en el sector vinícola del país. Durante la sesión, los participantes profundizaron en el conocimiento de la denominación, sus subzonas, la diversidad del territorio y los rasgos que definen el estilo de sus vinos.

Después de la sesión formativa, Tanabe dirigió una cata comentada de doce vinos representativos de la denominación. La D.O. Navarra plantea este tipo de encuentros como una herramienta de formación y prescripción entre profesionales japoneses, con la idea de reforzar el conocimiento sobre el origen, la calidad y la singularidad de sus elaboraciones antes de avanzar en relaciones comerciales más estables.

Tras el seminario y la cata, los asistentes mantuvieron reuniones directas con las bodegas presentes en el salón profesional. Participaron Bodegas Piedemonte, Bodega Inurrieta, Bodegas San Martín, Nekeas y Señorío de Sarría. Cada una presentó distintas referencias ya presentes en el mercado japonés o en búsqueda de importador, además de exponer su proyecto empresarial y su filosofía de trabajo.

La denominación señala que este espacio permitió intercambiar impresiones y abrir nuevas oportunidades comerciales entre productores navarros y compradores japoneses. La cita también sirvió para reencontrarse con profesionales del país que habían participado en anteriores misiones inversas organizadas por la D.O. Navarra en los últimos años y que, con el tiempo, se han convertido en clientes y colaboradores habituales en la promoción y comercialización de estos vinos en regiones como Tokio, Osaka y Yamaguchi.

La gerente del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Navarra, Puy Trigueros, afirma que Japón es uno de los mercados donde resulta más importante cultivar las relaciones personales. Trigueros sostiene que los profesionales que han

conocido Navarra a través de esas misiones valoran que la denominación también viaje a Japón para apoyar la promoción de sus vinos y conocer de cerca el mercado local, una cercanía que considera clave para construir relaciones sólidas y duraderas.

La agenda de esta semana forma parte de un roadshow de seminarios y catas profesionales en Tokio y Osaka. El programa culminará en Yamaguchi, ciudad hermana, con un encuentro institucional y social junto a autoridades locales y la Asociación de Amigos Pamplona-Yamaguchi.

Desde la D.O. Navarra enmarcan esta iniciativa en su estrategia de continuidad en el mercado japonés. La denominación sostiene que estas acciones permiten consolidar la red de profesionales construida en los últimos años alrededor de sus vinos y reforzar su posicionamiento en un destino que considera prioritario dentro de Asia.

Las acciones de promoción internacional de la Denominación de Origen Navarra cuentan con la colaboración del Gobierno de Navarra y la cofinanciación de fondos europeos, un apoyo que la entidad considera fundamental para impulsar la presencia de sus vinos en mercados estratégicos internacionales.