vinetur

Barcelona Wine Week roza el lleno para 2027 con más de 1.300 expositores previstos

El salón pondrá el foco en los vinos de guarda y prevé más de 13.500 reuniones de negocio

martes 28 de julio de 2026



Barcelona Wine Week celebrará su próxima edición del 8 al 10 de febrero de 2027 en los pabellones 1 y 2 del recinto de Montjuïc de Fira de Barcelona con más del 90% de su superficie expositiva ya reservada cuando faltan más de seis meses para su apertura. La organización sitúa de nuevo el salón como uno de los principales

escaparates del vino español de calidad ante operadores nacionales e internacionales.

La cita mantendrá su modelo de organización por territorios, denominaciones de origen y otros sellos de calidad. El objetivo, según explican desde el salón, es ofrecer una visión ordenada de la diversidad vitivinícola española y facilitar a los visitantes profesionales un recorrido por zonas productoras, variedades y estilos.

La edición de 2027 prevé reunir a más de 90 denominaciones de origen y otros sellos de calidad, con representación de 16 comunidades autónomas. Entre las regiones con mayor presencia figuran Cataluña, Castilla y León, La Rioja, Euskadi, Galicia y Castilla-La Mancha.

También está prevista la participación de denominaciones como DOC Priorat y DOCa Rioja, junto a DOP Valencia, DOP Somontano, DOP Jumilla y DOP Alicante. A ellas se añaden DO Utiel-Requena, DO Toro, DO Terra Alta, DO Rueda, DO Ribera del Duero, DO Rías Baixas, DO Penedès, DO Montsant, DO Montilla-Moriles, DO La Mancha, DO Costers del Segre, DO Condado de Huelva y DO Cava.

En el apartado empresarial, la organización espera la presencia de 1.300 empresas expositoras. Entre las firmas ya citadas por el salón están Grupo Freixenet, Marqués del Atrio, Raventós Codorníu, Bodegas Marqués de Cáceres, La Rioja Alta, Perelada & Chivite, Juvé & Camps, Grupo Jorge Ordóñez, Bodegas Familiares Rioja, Asociación Grandes Pagos de España, Bodegas José Pariente, Bodegas Zárate, Bodegas Luis Pérez y Bodegas Cepa 21.

La nueva presidenta de Barcelona Wine Week, Raquel Pérez, sostiene que el certamen responde a la necesidad del sector de proyectar el vino español de calidad desde sus territorios, sus bodegas y su capacidad de diferenciación. Pérez, que también preside la DOCa Rioja, afirma que en 2027 se reforzará ese modelo para que el salón siga siendo una plataforma de negocio, posicionamiento e internacionalización.

La dimensión exterior tendrá un peso central en la próxima edición. Barcelona Wine Week reforzará su estrategia de captación de compradores de mercados considerados prioritarios para el sector, entre ellos Estados Unidos, Alemania, Reino Unido, Francia, Países Bajos y Canadá. Además, quiere ampliar la presencia de profesionales

procedentes de Corea del Sur, Japón, Irlanda, Brasil, India y Australia para abrir nuevas vías comerciales a las bodegas participantes.

La organización calcula que durante el salón se celebrarán más de 13.500 reuniones de negocio. Ese impulso llega en un momento en el que las exportaciones españolas de vino cerraron 2025 con un valor de 2.982,3 millones de euros, un 2,8% menos que el año anterior, según datos de ICEX citados por el certamen.

El eje temático de las actividades de 2027 serán los vinos de guarda. Barcelona Wine Week dedicará su programa de catas, conferencias y sesiones formativas a este segmento, con referencias que tendrán un mínimo de diez años de evolución y que procederán de distintas regiones y métodos de elaboración.

La organización considera que, aunque los vinos de guarda representan una parte reducida del volumen total producido en España, concentran un alto valor añadido y una posición de prestigio dentro del sector. Con esa elección, el salón quiere reconocer la longevidad como un signo de excelencia.

Junto a la proyección exterior, el certamen también quiere reforzar su relación con el canal Horeca nacional. Para ello prepara iniciativas dirigidas a elevar la participación de profesionales de restauración, hostelería y distribución especializada, con la intención de ampliar las oportunidades comerciales y afianzar el vínculo entre producción y mercado.

Ese movimiento se apoya en datos de consumo en hostelería. Según el estudio Observatorio del vino en España hábitos de consumo, percepción, tendencias y futuro del sector, realizado por Alimarket para Barcelona Wine Week, el 94% de los consumidores de vino en España asegura consumirlo en bares y restaurantes. Ese dato sitúa a la hostelería como la principal vía de consumo y como un prescriptor de primer orden para las bodegas.

Barcelona Wine Week cuenta además con el respaldo de distintas entidades del sector a través de su comité organizador. Junto a Raquel Pérez participan la Federación Española del Vino, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, ICEX España Exportación e Inversiones, la Conferencia Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas, la Asociación Vinícola Catalana, la Interprofesional del Vino de España y

Cajamar.