vinetur

Rioja lanza en Madrid una campaña para impulsar el consumo de vino en hostelería

La iniciativa ofrece más de 200 planes en 130 locales de varios barrios de la capital

viernes 18 de septiembre de 2026



La Denominación de Origen Calificada Rioja ha puesto en marcha en Madrid la campaña “Rioja es muy de Madrid”, una acción con la que quiere impulsar el consumo de vino en la hostelería de la capital durante el otoño. La iniciativa reúne más de 200

planes en más de 130 establecimientos y se prolongará hasta finales de noviembre, con presencia en barras, terrazas, mercados gastronómicos, wine bars y restaurantes de barrios como Centro, Retiro, Chamberí, Salamanca y Chamartín.

El arranque de la campaña se celebró este jueves, 17 de septiembre, en la Plaza de Santa Ana. Allí se instaló una lona de 1.000 metros cuadrados en la fachada del hotel Reina Victoria, frente al Teatro Español, con el mensaje “Hay blancos que gustan hasta a los rojiblancos”, una alusión al derbi madrileño del próximo 20 de septiembre. La acción incluyó una actividad en la calle con aficionados del Real Madrid y del Atlético de Madrid y una propuesta en las terrazas de la plaza, donde se sirvieron gildas y una selección de vinos blancos de Rioja.

La agenda preparada por la denominación incluye una ruta de gildas en bares de La Latina, propuestas vinculadas al cocido madrileño, catas en wine bars y una experiencia gastronómica en el Mercado de Vallehermoso. Rioja informa de que todas las actividades son de libre acceso y que la programación se irá actualizando en una plataforma digital creada para la campaña.

El Consejo Regulador sitúa esta ofensiva promocional en una relación de largo recorrido con Madrid. Iñigo Tapiador, director de Marketing y Comunicación de la DOCa Rioja, afirma que la capital ha sido durante décadas uno de los grandes mercados de la denominación y que la campaña busca mantener esa presencia en los nuevos hábitos de consumo, ligados a la restauración, el ocio y los encuentros sociales.

Los datos de ventas explican el peso de Madrid para Rioja. La denominación comercializó más de 15 millones de botellas en el área metropolitana de la capital en 2025, entre tintos, blancos, rosados y espumosos. Con ese volumen, Rioja reunió cerca de una cuarta parte de las ventas de vino con denominación de origen en la zona, de acuerdo con cifras de Nielsen. La denominación sostiene así su primera posición en ese mercado.

Una parte central de la campaña gira en torno al vino blanco. Rioja vincula el mensaje elegido para la lona de Santa Ana a la evolución de esta categoría en España. Nielsen IQ cifra en el 37% la cuota de los blancos sobre el total de vinos con denominación de origen en 2025, dos puntos más que el 35% registrado un año antes. En ese mismo

movimiento del mercado, la denominación asegura que mejoró su peso en la categoría al cierre de 2025.

En el primer semestre de 2026, la cuota nacional de consumo de vino blanco de Rioja ronda ya el 9%, también con datos de Nielsen IQ sobre ventas al consumidor final en alimentación y hostelería. El Consejo Regulador recuerda además que Rioja ocupa la segunda posición entre las denominaciones de origen de vino blanco en España por volumen de elaboración y comercialización, una línea que la entidad quiere reforzar con propuestas ligadas a terrazas, barras y espacios de consumo informal.

La campaña también busca asociar el vino a momentos concretos de la vida urbana de Madrid. Por eso, la programación se reparte por zonas con perfiles distintos de la ciudad y combina restauración tradicional, tapeo, mercados y locales especializados. La intención, en palabras de Tapiador, es que Rioja esté presente en lugares donde madrileños y visitantes comen, brindan y se reúnen.

La DOCa Rioja es la denominación calificada más antigua de España. Fue creada en 1925 y obtuvo la certificación de calificada en 1991. Según el Consejo Regulador, representa más del 40% del valor de los vinos con denominación de origen en España y está presente en 139 países. Su superficie supera las 65.000 hectáreas y se reparte entre Rioja Alta, Rioja Alavesa y Rioja Oriental, con 144 municipios, cerca de 600 bodegas y más de 13.000 viticultores.