vinetur

Rioja refuerza su presencia en Estados Unidos y Canadá con misiones comerciales de 50 bodegas

La denominación busca afianzar dos mercados clave con compradores, importadores, sumilleres y periodistas especializados

viernes 9 de octubre de 2026


RIOJA
ES EL ORIGEN

El Consejo Regulador de la Denominación de Origen Calificada Rioja ha intensificado esta semana su actividad comercial en Estados Unidos y Canadá con varias misiones dirigidas a compradores, importadores, sumilleres y periodistas especializados de ambos países. Este viernes, 9 de octubre, la entidad informó de que en estas acciones han participado cerca de 50 bodegas de la denominación.

Una de las visitas se ha centrado en representantes del Pennsylvania Liquor Control Board, el organismo estatal que gestiona la venta y la distribución de bebidas alcohólicas en Pensilvania. Rioja subraya que se trata de uno de los mayores compradores de vino del país y recuerda que esa red cuenta con cerca de 600 establecimientos, además de un catálogo amplio de referencias de la denominación.

El programa también ha incluido misiones comerciales con importadores y sumilleres llegados de varias zonas de Estados Unidos y Canadá. Entre los lugares de procedencia figuran Chicago, Texas, Ontario y Quebec. A ello se ha sumado un viaje de prensa con periodistas especializados de medios estadounidenses.

Más allá de las visitas a bodegas y viñedos, el Consejo Regulador ha organizado dos sesiones de cata rápida en sus instalaciones. El objetivo, según la propia entidad, ha sido facilitar el contacto directo entre los operadores de Rioja y los profesionales de esos mercados para que las bodegas pudieran presentar sus proyectos y sus vinos.

Este tipo de encuentros tiene un valor especial en dos países donde la comercialización depende de importadores, distribuidores, cadenas y, en algunos casos, organismos públicos con poder de compra. En Estados Unidos, además, el sistema de venta de alcohol cambia de un estado a otro, de modo que la relación con responsables de compra y prescriptores puede influir en la presencia de una región vinícola en tiendas, restaurantes y cartas.

Las acciones forman parte de la estrategia de promoción internacional de Rioja para afianzar su posición en Estados Unidos y Canadá, que la denominación considera mercados prioritarios. Los datos de 2025 sitúan a ambos países entre sus principales clientes exteriores: Rioja vendió en ellos cerca de 20 millones de botellas y Estados Unidos ocupó el tercer puesto entre sus mercados de exportación por volumen, mientras que Canadá fue el quinto.

La importancia de esos dos destinos no se limita al volumen. Estados Unidos mantiene un peso notable en la importación de vinos de alta gama y en la prescripción de tendencias de consumo, mientras que Canadá combina la compra a través de monopolios provinciales con un mercado estable para marcas ya implantadas. Para una denominación con amplia presencia exterior, mantener la relación con esos operadores resulta clave para conservar espacio comercial y abrir nuevas vías de venta.

Rioja agrupa, según los datos del Consejo Regulador, cerca de 66.000 hectáreas de viñedo, unas 600 bodegas y más de 13.000 viticultores repartidos en 144 municipios de Rioja Alta, Rioja Alavesa y Rioja Oriental. La entidad añade que sus vinos están presentes en 139 países y que la denominación representa más del 40% del valor de los vinos con denominación de origen en España.

Con estas misiones, Rioja busca reforzar una línea de trabajo basada en el contacto directo con compradores y prescriptores en mercados internacionales de gran peso para sus exportaciones. La fórmula combina visitas sobre el terreno, catas profesionales y reuniones entre bodegas y operadores con capacidad de compra, una vía que el sector del vino utiliza para abrir negocio y consolidar relaciones comerciales a medio plazo.