vinetur

La D.O. Navarra cierra su primera gira promocional con más de 1.900 asistentes

El Consejo Regulador asegura que varias bodegas cerraron acuerdos comerciales durante la promoción

miércoles 18 de noviembre de 2026



El Consejo Regulador de la D.O. Navarra cerró este miércoles, 18 de noviembre, la primera edición de Navarra On Tour, una gira de promoción que ha pasado durante los últimos meses por Barcelona, Valencia, Málaga, Bilbao, Madrid y Gijón. La entidad cifra

la participación en más de 1.900 personas entre profesionales del vino y aficionados, y sostiene que la iniciativa ha abierto nuevas oportunidades de negocio para varias bodegas de la denominación.

La gira se diseñó con un objetivo doble: reforzar la presencia de la D.O. Navarra en el mercado español y acercar sus vinos tanto a distribuidores, sumilleres y hosteleros como a consumidores finales. En total se han celebrado 40 actividades. El programa ha incluido seis showrooms de bodegas, con hasta once proyectos vitivinícolas en cada cita; 13 catas magistrales para profesionales; cinco Brunch en Rosa; diez catas para público final y seis Tardeos con Origen.

El balance no se limita a la asistencia. El Consejo Regulador asegura que varias de las bodegas participantes han cerrado acuerdos comerciales y han iniciado nuevas relaciones de negocio tras su paso por la gira. La organización interpreta ese resultado como una prueba del valor de este tipo de encuentros para ganar presencia en plazas consideradas prioritarias dentro del mercado nacional.

El presidente del Consejo Regulador, David Palacios, afirma que más del 70% de la comercialización de los vinos de la denominación se concentra en España y que, por ese motivo, la D.O. Navarra necesita ganar posición tanto en valor como en volumen dentro del panorama vitivinícola español. También sostiene que el sector pasa por un momento complicado y que la denominación debe mantener una presencia activa, acudir al encuentro de quienes aún no conocen sus vinos y reforzar la relación con quienes ya los consumen.

Palacios añade que otro de los fines de la gira era corregir ideas preconcebidas sobre Navarra. A su juicio, la denominación cuenta en la actualidad con numerosos proyectos, elaboraciones y estilos. El Consejo Regulador sostiene que esa diversidad ha sorprendido a parte de los asistentes, tanto entre los profesionales como entre el público general, que en las catas y encuentros han conocido vinos y bodegas que no tenían identificados.

En esta primera edición han participado 17 bodegas: Alconde, Amatria, Beramendi, Chivite, Cosecheros de Olite, Emilio Valerio, Finca La Cantera, Irache, Malón de Echaide, Marco Real, Máximo Abete, Pagos de Araiz, Pago de Cirsus, Sada, San Martín, UNSI y

Viña Aliaga. La gira les ha servido como escaparate para presentar marcas y proyectos propios de forma directa ante distribuidores, sumilleres, hosteleros y otros prescriptores.

El formato de Navarra On Tour ha combinado acciones para profesionales con propuestas orientadas al consumidor. Los showrooms se han planteado como espacios de encuentro para catar vinos y conversar con las bodegas. Las catas magistrales han girado en torno al territorio, las variedades y los distintos estilos de elaboración. Para el público final, la programación ha sumado citas de carácter más experiencial, con especial presencia de los rosados de Navarra, uno de los productos más asociados a la denominación.

Las catas abiertas al consumidor se han celebrado en vinotecas de distintas ciudades, mientras que los Tardeos con Origen han unido vino, gastronomía y música. Con esa mezcla de formatos, la organización buscaba adaptar el mensaje a públicos diferentes y ampliar el alcance de la promoción más allá del canal profesional.

La gira ha contado con la colaboración de Reyno Gourmet y del Gobierno de Navarra a través del Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural.