

EDUARDO PÉREZ PAZ. DIRECTOR NACIONAL COMERCIAL DE VINIGALICIA

“El mercado del vino en 2025 se guía por la sostenibilidad, la digitalización y la innovación, triunfarán aquellas bodegas que ofrezcan productos y experiencias únicas”

ViniGalicia se ha consolidado como un exponente de las cinco Denominaciones de Origen gallegas, marcando una referencia indiscutible en el panorama vinícola. En los últimos años, ha sido uno de los referentes en la evolución de la calidad y reconocimiento de los vinos gallegos.

RA. Vinigalicia es exponente de las 5 DO gallegas y referencia en todas ellas. ¿Cómo ven la evolución de los vinos gallegos en estos últimos años?

EDUARDO PÉREZ. La mayor tecnificación en los procesos de elaboración, junto con la concentración y asociación de bodegas, ha llevado a una reducción en el número de viticultores y bodegas. Sin embargo, ha permitido que Galicia multiplique el valor de sus exportaciones de vino, a pesar de contar con una superficie de viñedo más reducida.

Este año, aunque se ha registrado una cosecha un 4% menor que en 2023, hemos alcanzado la mayor producción del último decenio, con un total de 74 millones de kilos entre las cinco DO gallegas. Es notable que el 88% de la uva cosechada corresponde a variedades blancas, mientras que el 12% restante es de tinta. Las DO de Monterrei y Valdeorras han experimentado el mayor aumento en la recogida de uva.

Siguiendo la estrategia de otorgar un mayor valor a sus productos, los vinos con DO de Galicia se han posicionado entre los más caros del mercado, tanto en el canal de retail como en el de hostelería, superando los 6,60 € por botella. Además, es importante destacar que el precio de exportación del vino gallego se ha revalorizado un 34% en los últimos dos años. En el año 2000, el vino gallego se vendía a la mitad del

precio de la media española; hoy, se comercializa a más del doble.

RA. Sin duda en los blancos, los vinos gallegos ya son top. ¿Qué me dice de los tintos?

El vino tinto sigue siendo el más popular (representa el 70% del consumo total) pero es importante señalar que continúa siendo el preferido por las personas mayores, mientras que los jóvenes tienden a inclinarse más hacia el blanco o el rosado.

En cuanto a los tintos gallegos, creamos que son un gran desconocido fuera de nuestra región. Galicia cuenta con vinos de firme personalidad, y estamos en proceso de recuperar variedades autóctonas casi perdidas, como el Sousón, Caiño y Brancellao, logrando así vinos de altísima calidad. Hoy en día, nuestras bodegas utilizan tecnología de primer nivel, lo que les permite proyectar vinos cada vez más conocidos y apreciados, que no desmerecen en nada a los de otras zonas reconocidas.

Un ejemplo destacado de la calidad de nuestros tintos es lo que elaboramos en la Ribeira Sacra, especialmente los de la variedad Mencía, que es mayoritaria en la zona. Sus viñedos, formados por viejas cepas afe rradas a terrazas, ofrecen una producción limitada pero de uvas excepcionales. Esta calidad se ve potenciada por un clima singular y por sus suelos de pizarra y granito, que



aportan un carácter brumal y refulgente a los vinos de la zona.

RA. Como expertos en la materia, ¿cómo creen que va a evolucionar el mercado del vino en 2025?

Creo que el mercado del vino en 2025 evolucionará de manera significativa, impulsado por varias tendencias clave. La sostenibilidad se convertirá en un factor crucial para los consumidores, lo que llevará a las bodegas a adoptar prácticas ecológicas en todas las etapas de producción, desde la viticultura hasta el embotellado.

Además, la preocupación por la salud y el bienestar provoca un mayor interés en vinos con menos alcohol y opciones orgánicas. La digitalización también jugará un papel fundamental en la evolución del mercado. La venta online seguirá creciendo, facilitando el acceso a una amplia variedad de vinos. Asimismo, el marketing digital, especialmente a través de redes sociales e influencers, es clave para la promoción de marcas y la educación del consumidor. En cuanto a la geografía del mercado, se espera una expansión hacia mercados emergentes, especialmente en Asia y América Latina. Las bodegas deberán adaptarse a las preferencias locales para capturar esta creciente demanda. RA