

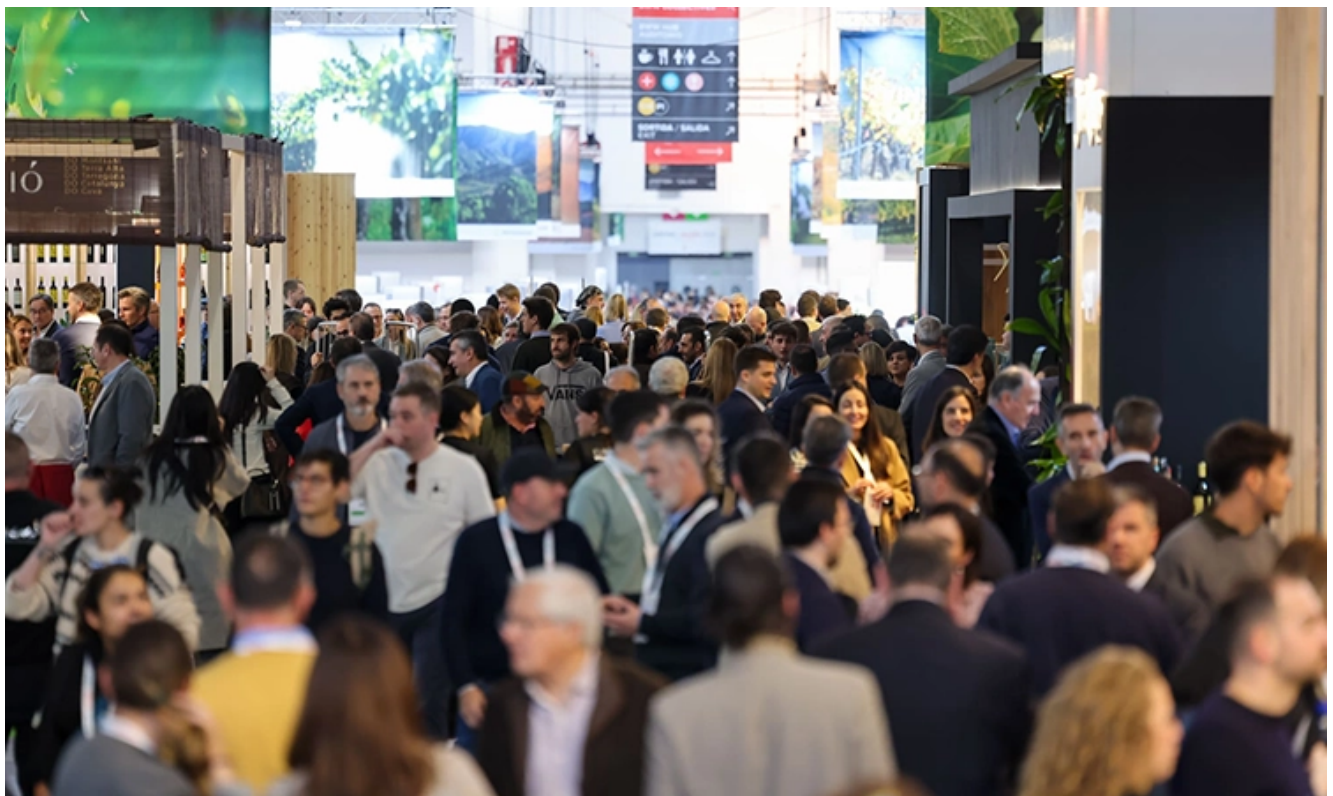
Canarias deja un excelente retrogusto en Barcelona Wine Week: 31 bodegas, nueve DOP y un escaparate clave para el negocio del vino isleño

El archipiélago firma su presencia más contundente en la gran feria profesional del vino español, con 31 bodegas de nueve DOP arropadas por el Gobierno de Canarias, ICCA y Proexca, en un contexto de más de 1.350 expositores y 26.000 visitantes profesionales

[@BCNWINEWEEK](#)

Barcelona Wine Week, un mercado en tres días

[Barcelona Wine Week](#) se ha consolidado como el gran “mercado concentrado” del vino español: tres días en Montjuïc donde se dan cita más de 1.350 bodegas, unos 26.000 visitantes profesionales y cerca de 900 compradores internacionales. Para el [vino canario](#), que juega en la liga de los volúmenes pequeños pero de altísimo valor añadido, este contexto multiplica la visibilidad y abre puertas que la distribución tradicional no puede ofrecer con la misma intensidad. □





El ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación , Luis Planas Puchades , el consejero de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación de la Generalitat de Catalunya, , el presidente de @firadebarcelona , @pau.relat y el presidente del Salón

Barcelona Wine Week 2026 y de la cava.do, Javier Pagés

No se trata solo de cartearse con importadores, sino de sentar en la misma mesa a distribuidores peninsulares, compradores de la UE, prescriptores y periodistas especializados, con la isla como relato diferencial. En la práctica, muchos acuerdos comerciales del año -desde cartas de restaurantes gastronómicos en **Madrid o Barcelona** hasta referencias puntuales en mercados como Estados Unidos o Asia- empiezan con una primera copa servida aquí.□

31 bodegas, nueve DOP: músculo y diversidad

La delegación canaria está formada por 31 bodegas de nueve **Denominaciones de Origen Protegida**, de las cuales 29 participan bajo el paraguas institucional del **Instituto Canario de Calidad Agroalimentaria (ICCA)** y **Proexca**. Esta cifra contrasta con la decena de bodegas presentes en la primera edición de 2020, reflejando un crecimiento sostenido de ambición exportadora y profesionalización del sector.



Entre las DOP representadas figuran **Islas Canarias, Lanzarote, La Palma, Valle de La Orotava, Tacoronte-Acentejo, La Gomera, Gran Canaria, Abona** y otras que completan el mapa del viñedo atlántico. La fotografía de conjunto es la de un archipiélago que se muestra como región unida pero con múltiples acentos: viticultura heroica, suelos volcánicos extremos, microclimas y una colección de variedades singulares que encajan a la perfección con las tendencias de mercado hacia vinos auténticos, de menor graduación, blancos, espumosos y elaboraciones ecológicas.

Estrategia pública: del stand al plan exportador

El **Gobierno de Canarias**, a través del **ICCA** y de **Proexca**, no se limita a “poner un stand”: financia y gestiona el espacio expositivo, la inscripción de las bodegas y el transporte de

los vinos, con una estrategia alineada con la promoción exterior del sector. En Barcelona se ha aprovechado para mantener reuniones formales entre el consejero Narvay Quintero, el director del ICCA, Luis Arráez, y representantes de las bodegas y DOP, con el objetivo de diseñar el calendario de acciones de promoción 2026–2027, desde ferias como **Fenavín** hasta misiones comerciales en mercados asiáticos.



Consejero Narvay Quintero, el director del ICCA, Luis Arráez, y representantes de las bodegas y DOP

El mensaje político-técnico es claro: coordinación con el sector y planificación a medio plazo para que cada euro invertido en promoción se traduzca en ventas, mejor posicionamiento y valor añadido en origen. En paralelo, se refuerza un eje que será cada vez más relevante para las bodegas insulares: el enoturismo, recién reconocido como actividad turística reglada en Canarias, clave para fijar población en el medio rural y generar rentas complementarias más allá de la botella.

El relato de los vinos canarios que el mercado quiere escuchar

En **Barcelona Wine Week 2026**, el discurso que mejor conecta con compradores y prescriptores coincide con la identidad del vino canario: agricultura ecológica, historias familiares, vinos de paisaje, blancos y espumosos con tensión y frescura, menor graduación alcohólica y variedades tradicionales poco vistas fuera del archipiélago. Las bodegas isleñas encajan en estas tendencias no por oportunismo, sino porque llevan décadas elaborando en condiciones extremas que hoy el mercado entiende como un plus de autenticidad.□



2-4.02.26
Recinto Montjuïc | Palacios 1 y 8

BWW
BARCELONA WINE WEEK
THE SPANISH WINE EVENT

BARCELONA WINE WEEK
del 02 a 04 febrero 2026

Inscripciones
hasta el 17 de octubre

Cofinanciado por la Unión Europea

GOBIERNO DE EXTREMADURA
MINISTERIO DE AGRICULTURA

Fondos Europeos

Extremadura
avante

JUNTA DE EXTREMADURA

La cata “Un vino, una historia”, organizada por el ICCA y dirigida por Manuel Capote (CERVIM), funciona como escaparate emocional de esa realidad: proyectos como Bodega Erupción en Lanzarote o la Comarcal Valle de Güímar en Tenerife ejemplifican desde la copa conceptos como adaptación al medio volcánico, trabajo cooperativo y continuidad generacional. Para importadores y sumilleres, ese tipo de relato convierte cada referencia en una pieza de conversación en la sala y añade un valor intangible que justifica el posicionamiento en

carta.□□

Reuniones, contactos y negocio: lo que no se ve desde el pasillo

Mientras el visitante general percibe un mar de copas y ruido de feria, para las bodegas canarias la agenda real se escribe a puerta casi cerrada: **reuniones programadas con distribuidores, importadores y grupos de restauración que han llegado con objetivos concretos.** En el caso de proyectos insulares que ya exportan, Barcelona Wine Week permite consolidar relaciones, renegociar condiciones, probar nuevas añadas y abrir líneas para referencias alternativas (espumosos, parcelarios, series limitadas).

□



Para las bodegas que están dando sus primeros pasos fuera del archipiélago, la feria ofrece algo todavía más valioso: feedback directo de profesionales de varios países, que ayudan

a afinar precios, segmentación y discurso comercial. Y en un plano más macro, las reuniones entre **Gobierno, ICCA, Proexca** y sector sirven para priorizar mercados, valorar misiones inversas y ajustar la promoción a la demanda real, desde la UE hasta Asia.

Canarias como marca-región: más allá de la suma de islas

Uno de los grandes aprendizajes de las últimas ediciones es que el vino canario funciona en Barcelona no solo por la singularidad de cada isla, sino por el concepto de “archipiélago volcánico atlántico” como marca-región. La presencia conjunta de nueve DOP y 31 bodegas refuerza la idea de un origen compacto, reconocible y con una personalidad gustativa coherente, pese a la diversidad interna.

Esa visión compartida facilita acciones de promoción conjunta, concursos como Agrocanarias, y genera un relato de continuidad entre lo que se sirve en un restaurante en Las Palmas, una vinoteca en Barcelona o un wine bar en Berlín. Al final, cada botella que sale de la feria cerrando un nuevo acuerdo comercial es una pieza más en la construcción de esa marca “Vinos de Canarias” que el sector lleva años reclamando.□

Cierre: un punto de inflexión para el vino canario

Barcelona Wine Week 2026 marca un punto de inflexión: nunca antes tantas **bodegas canarias** habían coincidido en un escaparate profesional de esta dimensión, con un respaldo institucional tan claro y una agenda comercial tan definida.

Si el sector aprovecha el impulso -con continuidad en ferias, misiones comerciales y desarrollo del enoturismo-, esta edición puede leerse dentro de unos años como el momento en que el vino canario dejó de ser una rareza de nicho para convertirse en una opción sólida en el mapa internacional del

vino.