

Ribeira Sacra es el vino favorito del 9% de los consumidores gallegos

21/06/2007 | Lemos

Presentado en Monforte el estudio de mercado encargado por la Consellería de Medio Rural

El presidente del consejo cree que los resultados son los lógicos de cualquier denominación nueva

Carlos Cortés | monforte

El 9% de los consumidores gallegos de vino cita a la Ribeira Sacra como su denominación de origen preferida. Es uno de los datos que figuran en el informe de mercado encargado por la Consellería de Medio Rural a una empresa especializada, que recoge las conclusiones de una encuesta sobre consumo de vino con preguntas específicas sobre todas las denominaciones de origen gallegas y un informe de mercado que ayer fueron presentados oficialmente en el parador de turismo de Monforte.

En nombre de la consultora Nielsen, Ignacio Lauroba, explicó ayer en Monforte que el trabajo desarrollado por esta empresa demuestra que los vinos con denominación de origen son los mejor situados para hacer frente a las dificultades por las que atraviesa este mercado. «Las denominaciones de origen suponen ya el 48% de todas las ventas de vino, cuando hace quince años eran sólo el 27%», explica.

En cuanto a la Ribeira Sacra, Ignacio Lauroba, destacó entre los datos del informe que conocen esta denominación de origen el 74% de los consumidores gallegos de vino. Este porcentaje baja al 13% entre los encuestados de fuera de Galicia, básicamente de las comunidades autónomas del norte, Madrid incluida, y Valencia.

Además del dato que sitúa a Ribeira Sacra como la marca preferida por el 9% de los consumidores gallegos, el estudio de la consultora Nielsen también destaca la buena consideración tienen en general los encuestados sobre los vinos con este sello. «Cuando se les sugiere que asocien expresiones y sensaciones a los vinos de cada denominación -dice Lauroba-, los consumidores atribuyen a los de Ribeira Sacra como naturales, fáciles de beber, de calidad media alta y presentes en los buenos restaurantes».

El presidente del consejo regulador, José Manuel Rodríguez, sostiene que los datos de este estudio son los que corresponden a «unha denominación de orixe nova que apenas está empezando a entrar no negocio da alimentación». En estos momentos, por ejemplo, sólo una de las bodegas de la Ribeira Sacra tiene un acuerdo de distribución con una cadena de alimentación de cobertura estatal. El presidente destacó que el mercado al que se dirigen la mayoría de los vinos de esta denominación -el de más de 3 euros en supermercados y el de 6-7 euros en restaurantes- es el que más crece.