



el mercado gallego al que puede llegar la producción de la mayoría de las bodegas. Muchas están centradas en el mercado comarcal e incluso local y habrá que abrirse al menos a un mercado autonómico. Además, el problema de los ho-

Barrica

Los vinos de crianza son una gran opción para las bodegas pequeñas que quieran un producto prácticamente exclusivo

bodegas pequeñas es externalizar su producción, internacionalizarla, y creemos que con estrategias en conjunto eso se podría mejorar. Hasta que punto las bodegas de Ribeira Sacra están condicionadas por su tamaño?

En corto

«Habrá que estudiar más las variedades autóctonas»

Antonio Lombardía lleva desde el 2005 la bodega Pena das Doñas. ¿Cómo evolucionó el sector desde entonces?

Ahora se nos conoce. En cualquier mercado se sabe que es la Ribeira Sacra y eso es un paso muy significativo. Tenemos que seguir trabajando por esa identificación con una calidad y con un producto casi exclusivo. **El futuro está en los vinos de crianza**

Los vinos jóvenes son también muy importantes pero desde ma-

punto de vista la crianza es vital para aquellas bodegas pequeñas que quieren sacar un producto de gran calidad y único. Nosotros no podemos competir en base a precios, tenemos que luchar por la diferenciación y ahí la barrica puede ayudarnos mucho.

¿Hay que apostar por la minoría en exclusividad o incluir otras variedades?

Se están haciendo mezclas entre variedades y variedades autóctonas muy interesantes y quizás no sean opciones excluyentes. Habrá que apostar también por estudiar las variedades en colaboración con la Xunta y con los institutos especializados para ver cómo trabajar con ellas y qué ventajas nos pueden reportar. Todavía queda mucho por descubrir en ese ámbito.

■ Tienen confianza en ese proyecto

En la Ribeira Sacra se vende un vino de características únicas que tiene en el territorio su mejor marco. Lo ideal es que la mayoría del vino se venda en las propias bodegas y en ese sentido las rutas del vino con carácter oficial son únicas. Hablamos de una ruta en la que todo está muy pensado, que respecta unos estandares de calidad y que ya tienen su público incluso antes de nacer. Es un tipo de turismo al alza.

No hay vino sin turismo ni turismo sin vino.

En esta zona no se puede entender uno sin lo otro. Primero porque la producción del vino condiciona el territorio y viceversa y, segundo, porque el precio de nuestro vino es elevado a causa de la dificultad de trabajo. Si alguien viene aquí entenderá de primera mano el motivo de nuestros precios y estará dispuesto a comprar nuestros vinos. Tenemos que vender desde las propias bodegas y a las firmas que van por delante en ese tema les va muy bien. Imaginate si además tenemos dentro una ruta del vino con todas las garantías,