vinetur

ProWein 2027 se reinventa para afianzarse en Europa

La feria alemana del vino priorizará compradores, congelará precios y limitará expositores a 4.000 empresas

miércoles 1 de julio de 2026



ProWein celebrará su edición de 2027 en Düsseldorf del próximo 7 al 9 de marzo con una nueva estrategia centrada en tres ejes: negocio, cercanía sectorial y formación. La feria alemana del vino y las bebidas espirituosas, dirigida solo a profesionales, ha presentado este miércoles, 1 de julio, un plan con el que busca reforzar su papel en el mercado europeo en un momento de cambios en el consumo, en la distribución y en el calendario ferial internacional.

La organización ha explicado que la próxima edición quiere ofrecer señales de confianza a un sector que atraviesa dificultades comerciales y de demanda. Frank Schindler, director de ProWein Düsseldorf desde octubre de 2025, ha resumido esa orientación con el lema “Focus. Proximity. Industry”. Según ha indicado, la feria debe servir no solo como punto de encuentro entre empresas ya conocidas, sino también como herramienta para generar nuevos pedidos y nuevas vías de ingresos para los expositores.

ProWein nació en Düsseldorf en 1994 como una muestra centrada sobre todo en vinos alemanes. Con el paso de los años se convirtió en una cita internacional para vinos, espumosos, bebidas espirituosas y, más recientemente, vinos sin alcohol y otras bebidas alternativas. La edición de 2027 pretende afinar ese perfil y reforzar su posición como feria europea del vino y las bebidas espirituosas en el mayor mercado importador de vino del mundo, según los datos que maneja la propia organización.

Uno de los cambios principales estará en la captación de compradores. Ante la presencia cada vez mayor de otras ferias internacionales en primavera, ProWein ha optado por concentrar parte de su esfuerzo en atraer visitantes con capacidad real de compra. Para ello recurrirá a su programa Hosted Buyer, con invitaciones dirigidas a compradores de Alemania, Austria y Suiza, Benelux, Europa del Este, Escandinavia y Reino Unido, además de perfiles seleccionados de Asia, África y América.

La intención es que los expositores encuentren en Düsseldorf un entorno más orientado al negocio inmediato. Schindler sostiene que la ubicación juega a favor del certamen por dos motivos: Alemania es el mayor mercado importador de vino del mundo y Renania del Norte-Westfalia concentra un alto número de comerciantes e importadores. A eso se suma un mercado interno amplio, con 83 millones de habitantes y un consumo

per cápita elevado, factores que la feria considera útiles para atraer operadores profesionales.

La organización también pondrá en marcha una nueva Discovery Zone. Será un espacio compartido pensado para empresas jóvenes, pequeñas e innovadoras que quieran presentarse por primera vez en la feria con un formato más asequible. El objetivo es facilitar el contacto personal entre productores, distribuidores y compradores, además de abrir la puerta a propuestas nuevas dentro del sector.

En paralelo, ProWein mantendrá el nuevo diseño de pabellones estrenado en 2026. La feria asegura que esta distribución reduce los recorridos a pie y mejora la orientación del visitante dentro del recinto. Schindler ha señalado que uno de sus propósitos era dar estabilidad a expositores y visitantes durante varios años y evitar cambios continuos en la estructura del evento.

Dentro de esa misma línea, ProWein limitará el número de expositores a unas 4.000 empresas no solo en 2027, sino también en futuras ediciones. La medida busca evitar una presión excesiva sobre la infraestructura ferial y mantener una experiencia más ordenada para quienes acuden a trabajar durante los tres días del salón.

La política comercial también incluye una decisión sobre precios. La organización ha comunicado que no aplicará una subida ligada a la inflación en la próxima edición. Por tanto, el precio por metro cuadrado se mantendrá sin cambios. La medida está pensada sobre todo para facilitar la presencia de empresas jóvenes y pymes, que suelen tener menos margen presupuestario para acudir a grandes ferias internacionales.

Otro bloque del proyecto se centra en los contenidos profesionales durante todo el año. Bajo la marca ProWein Academy seguirán varios formatos ya conocidos por el sector. Entre ellos figura Agora, un programa de tres días con representantes internacionales del vino y expertos de otros ámbitos para tratar tendencias, análisis de mercado e información económica. Las sesiones volverán a grabarse y estarán disponibles sin cargo adicional para los participantes.

También continuará la serie Visionary Talks dentro de esa misma plataforma formativa. A ello se suma el Masterclass Forum, un programa profesional basado en catas guiadas. Con estas actividades, ProWein quiere reforzar su papel como espacio de información sectorial más allá del calendario estricto de la feria.

La organización ampliará además The Blend, una cita de contactos profesionales que se probó por primera vez este año. En 2027 no estará dirigida solo a expositores y sus acompañantes. También incluirá a compradores invitados y periodistas especializados. La idea es ampliar las oportunidades de relación entre empresas y prescriptores fuera del horario expositivo.

En materia logística, ProWein ha cerrado un acuerdo con Visit Düsseldorf/Düsseldorf Tourismus GmbH para ofrecer un cupo de 400 habitaciones de hotel a 120 euros por noche. La feria considera que esta reserva ayudará a dar más previsibilidad al gasto asociado al viaje y a contener el coste total de participación para empresas y visitantes profesionales.

A esa oferta se añadirá una mejora en el transporte público local. Desde septiembre de 2026 entrará en servicio la nueva línea de metro U81, que conectará directamente el aeropuerto de Düsseldorf con la entrada norte del recinto ferial. La organización entiende que esta conexión facilitará los desplazamientos y reducirá tiempos para quienes lleguen desde otros países o desde otras ciudades alemanas.

Schindler ha explicado que estas decisiones responden a las conversaciones mantenidas con empresas del sector durante los últimos meses. Según su planteamiento, muchas bodegas, distribuidores e importadores piden ahora herramientas útiles para vender más, controlar mejor sus gastos feriales y acceder a información práctica sobre mercados y consumo.

Con esta hoja de ruta, ProWein busca consolidar su posición dentro del calendario europeo del vino en un momento marcado por cambios generacionales entre los consumidores y por nuevas exigencias comerciales para productores y distribuidores. La edición del próximo marzo será la primera gran prueba completa del modelo impulsado por Schindler desde su llegada a la dirección del certamen alemán.