vinetur

Winemad fija su segunda edición del 15 al 17 de marzo en Ifema Madrid

La organización anuncia un plan de mejora tras reunir a más de 4.000 inscritos en su estreno

jueves 9 de julio de 2026



Winemad celebrará su segunda edición del 15 al 17 de marzo de 2027 en Ifema Madrid, según ha anunciado la organización del encuentro profesional del vino. La cita volverá a situar a la capital como punto de reunión para bodegas, compradores, distribuidores,

importadores, canal Horeca, instituciones, patrocinadores y otros profesionales del sector vitivinícola.

La convocatoria llega después de la primera edición de Winemad, que, de acuerdo con los datos facilitados por la organización, reunió a más de 4.000 inscritos, cerró 922 reuniones aceptadas y contó con 260 hosted buyers. Con esas cifras como referencia, la feria prepara una nueva edición con cambios orientados a ampliar las oportunidades comerciales y reforzar la utilidad del evento para expositores y visitantes profesionales.

Entre las líneas de trabajo anunciadas figura una estrategia de internacionalización adaptada a cada región. La organización señala que este planteamiento incluirá compradores internacionales de interés general, compradores seleccionados de forma personalizada según las necesidades de cada territorio y peticiones específicas de compradores.

Winemad también prevé reforzar el sistema de reuniones profesionales con atención personalizada. Según explica la organización, cada bodega contará con un asistente dedicado para resolver cuestiones relacionadas con la agenda de reuniones, los compradores, el uso de la aplicación, la logística, las necesidades del stand, la participación en actividades y la coordinación con la institución regional correspondiente.

La programación de la feria incorporará además acciones propias dentro del recinto. Entre ellas, la organización cita catas maridadas, catas diversificadas y presentaciones de productos, marcas y territorios, con el objetivo de ofrecer más espacios de visibilidad y contacto directo entre oferta y demanda.

En cuanto al perfil de visitante, Winemad quiere reforzar la presencia de profesionales vinculados al canal Horeca, la gastronomía y el consumo. La relación avanzada por la organización incluye distribuidores nacionales, importadores internacionales, responsables de compras Horeca, sumilleres, jefes de sala, vinotecas, tiendas gourmet, cadenas hoteleras, grupos de restauración, grandes superficies, operadores de alimentación selecta, prensa especializada, agencias de eventos, empresas ligadas al enoturismo gastronómico y al segmento MICE, además de instituciones, organismos sectoriales, escuelas de hostelería y sumillería y público profesional de alta influencia.

Con este anuncio, Winemad abre la preparación de su edición de 2027 con el foco puesto en la conexión comercial entre bodegas y compradores y en una estructura de acompañamiento más directa para los participantes. La organización ha pedido al sector que reserve ya en su agenda las fechas de marzo para una cita que aspira a consolidarse en el calendario profesional del vino en Madrid.