vinetur

Winemad prepara una segunda edición centrada en contactos útiles para las bodegas

La feria prevé celebrarse en Ifema Madrid con apoyo institucional y compradores ajustados a cada expositor

jueves 13 de agosto de 2026



La organización de Winemad ha iniciado los preparativos para su edición de 2027, prevista del 15 al 17 de marzo en Ifema Madrid. El planteamiento para esta segunda edición pasa por reforzar la utilidad comercial de la participación de cada expositor, con el propósito de traducir su presencia en contactos útiles, reuniones de calidad, visibilidad y nuevas oportunidades comerciales.

Este miércoles, 12 de agosto, Winemad trasladó a las bodegas las líneas de trabajo con las que prepara la próxima convocatoria. La organización sostiene que el plan parte de la revisión de la primera edición y de las aportaciones recogidas entre bodegas, compradores y otros profesionales vinculados a la feria.

Uno de los ejes del proyecto es el apoyo institucional. Winemad explica que mantiene conversaciones con comunidades autónomas, consejerías, denominaciones de origen y otras instituciones para cerrar ayudas y fórmulas de participación más accesibles. La intención, añaden sus responsables, es facilitar la presencia del mayor número posible de bodegas.

La otra pieza central de la propuesta es la captación de compradores. La feria plantea un sistema de hosted buyers orientado a los intereses concretos de cada bodega, con la posibilidad de que las empresas propongan mercados, canales y compañías determinadas. Con esa información previa, la organización busca que las reuniones se ajusten mejor al perfil comercial de cada expositor.

Ese trabajo previo estará apoyado por una aplicación para consultar perfiles, solicitar reuniones y ordenar la agenda durante la feria. Winemad informa además de que la herramienta servirá para mantener la continuidad de los contactos una vez termine el encuentro en Madrid.

Cada bodega contará, según la organización, con apoyo directo durante todo el proceso. La feria prevé asignar una persona de referencia para acompañar a los expositores en cuestiones de logística, montaje del stand, uso de la aplicación y coordinación de reuniones.

Winemad también quiere reforzar la presencia de visitantes profesionales. El foco estará en HORECA, restauración, hoteles, distribución y tiendas especializadas. La organización señala que busca atraer perfiles con capacidad real de compra y de decisión, con el fin de elevar la calidad de los encuentros comerciales dentro del recinto.

La programación incluirá además catas, presentaciones y acciones gastronómicas. Con estas actividades, Winemad pretende dar a las bodegas más opciones para presentar sus productos ante compradores y profesionales, y ampliar su visibilidad durante los tres días de feria.

La organización subraya que quiere conocer de antemano los intereses de cada empresa para estudiar la fórmula de participación que mejor se adapte a sus necesidades. Ese planteamiento sitúa la preparación previa como uno de los aspectos sobre los que quiere apoyarse la edición de 2027.

Ifema Madrid volverá así a acoger una feria que, en palabras de sus promotores, quiere llegar a marzo de 2027 con un modelo más orientado a reuniones útiles, seguimiento posterior y acompañamiento directo a las bodegas desde el inicio de su participación.