vinetur

Winemad rediseña su feria para priorizar contactos comerciales útiles entre bodegas y compradores

La próxima edición tendrá más presencia del canal HORECA y un sistema de reuniones revisado

viernes 11 de septiembre de 2026



Winemad prepara cambios para su edición de 2027 tras revisar la experiencia de su primera cita en Madrid. La feria volverá a IFEMA Madrid del próximo 15 al 17 de marzo de 2027 con una propuesta más centrada en el negocio entre bodegas y compradores profesionales, más presencia del canal HORECA y un sistema de reuniones revisado.

La organización presenta Winemad 2026 como el punto de partida del proyecto. Durante tres días reunió en Madrid a bodegas, compradores, importadores, distribuidores, profesionales del canal HORECA, instituciones y prensa especializada. A partir de esa base, los responsables del salón sostienen que la principal lección de la primera edición es clara: las bodegas priorizan contactos útiles, reuniones bien enfocadas y oportunidades comerciales reales por encima de la mera ocupación de un espacio expositivo.

Ese aprendizaje marcará el diseño de la próxima convocatoria. Winemad plantea una selección más afinada de compradores, con perfiles más segmentados y más conectados con las necesidades de cada bodega. La intención, en palabras de la organización, es que las reuniones tengan una utilidad comercial más directa y que la relación entre oferta y demanda esté mejor ajustada.

La feria también quiere introducir un enfoque más personalizado en la internacionalización. Los organizadores parten de la idea de que cada región, cada denominación de origen y cada tipo de vino necesita mercados distintos y compradores con perfiles diferentes. Por eso prevén adaptar mejor la búsqueda y la conexión con importadores y distribuidores en función de cada expositor, en lugar de aplicar un esquema único para todos.

Otra de las líneas de trabajo para 2027 será el refuerzo del canal HORECA. Restaurantes, hoteles, sumilleres, distribuidores y tiendas especializadas tendrán más protagonismo, según la organización. En encuentros profesionales de este tipo, ese canal tiene una influencia directa en la entrada de vinos en cartas, catálogos y redes de distribución, de ahí que su presencia sea uno de los factores que más valoran muchas bodegas cuando deciden participar.

La parte operativa también cambiará. Winemad anuncia una aplicación más ágil y un sistema de reuniones más claro, con el propósito de ordenar mejor la agenda entre expositores y compradores. A eso se suman mejoras en la señalética, en las zonas de reunión y cata, en la comunicación previa a la feria y en la atención durante los días de celebración. La organización busca reducir incidencias y facilitar que los profesionales aprovechen mejor el tiempo dentro del recinto.

Entre las novedades previstas figura un asistente dedicado para cada expositor. Esa persona de referencia acompañará a la bodega antes, durante y después de la feria y prestará apoyo en cuestiones como la logística, el montaje del stand, el uso de la aplicación y la agenda de reuniones. Winemad considera que ese seguimiento puede ayudar a ordenar la preparación comercial y a resolver con más rapidez los problemas que surjan en la participación.

La feria mantendrá además sus dos fórmulas de participación, la de expositor y la de hosted buyer. Este último formato suele basarse en la invitación de compradores profesionales con agenda cerrada, un modelo orientado a elevar la calidad de los contactos y a favorecer reuniones ya filtradas por perfil e interés comercial. Esa lógica encaja con el rumbo que ahora quiere reforzar la organización.

Con este replanteamiento, Winemad aspira a consolidar una cita profesional en Madrid con mayor utilidad para las bodegas y más capacidad para conectar oferta y demanda en el negocio del vino. La próxima edición se celebrará en IFEMA Madrid del próximo 15 al 17 de marzo de 2027.