vinetur

HIP 2026 cierra sus puertas con 61.917 profesionales y anuncia su expansión anual a Italia

La feria de innovación hostelera celebrará su primera edición en Bolonia del 19 al 21 de octubre

miércoles 18 de febrero de 2026



Este miércoles, 18 de febrero, HIP – Horeca Professional Expo ha cerrado las puertas de una edición que marca su décimo aniversario y un nuevo rumbo para la mayor feria europea de soluciones para la hostelería. El evento, celebrado en IFEMA Madrid desde el lunes, ha reunido a 61.917 empresarios, directivos y profesionales del sector, que

han podido conocer las últimas innovaciones de la mano de 1.024 firmas expositoras. El impacto económico generado supera los 102 millones de euros, consolidando a Madrid como centro internacional de la innovación HORECA.

La edición de este año ha supuesto un punto de inflexión por el anuncio de la expansión internacional de HIP. Tras consolidarse en España, la feria celebrará su primera edición en Bolonia, Italia, del próximo 19 al 21 de octubre, y tendrá carácter anual. Este paso permitirá conectar los mercados español e italiano y fomentar la innovación en el sector hostelero italiano, considerado uno de los motores económicos del país y referente a nivel internacional. Manuel Bueno, director de HIP, ha explicado que el objetivo es "acelerar la competitividad de la hostelería italiana" mediante un modelo que combina conocimiento, soluciones pioneras y networking. Bueno ha subrayado la intención de apoyar a los hosteleros italianos, que han influido en la definición actual del sector y la gastronomía.

Durante las tres jornadas de HIP 2026, 712 líderes del sector han analizado los principales desafíos para mantener la rentabilidad, eficiencia y sostenibilidad en un mercado cada vez más exigente. Los expertos han puesto el foco en el bienestar de los equipos como elemento clave para la fidelización y el compromiso, lo que consideran fundamental para la competitividad y la mejora de la experiencia del cliente. También han resaltado la importancia de crear marcas diferenciales, con estrategias de expansión coherentes y la digitalización de procesos como motor de desarrollo y garantía de experiencias memorables.

El alcance de las marcas y la creación de comunidades han sido temas centrales en la última jornada. Aleix Puig, Co CEO de Vicio, ha señalado que la coherencia entre la imagen en redes sociales y la experiencia en el punto de venta es esencial, ya que la competencia por la atención del cliente es cada vez mayor. Beatriz Martínez, Brand y PR Lead de KFC, ha defendido la necesidad de mantener una identidad uniforme en todos los canales y ha afirmado que la innovación es más valorada por los clientes que las ofertas basadas en precio. Martínez ha aconsejado a las empresas encontrar una identidad clara, mantener la coherencia y simplificar los mensajes para captar la atención de los consumidores.

Dani García, chef y empresario de Grupo Dani García, ha compartido su visión sobre la democratización de la alta gastronomía y la importancia de inspirarse en otras industrias como la moda y el marketing. García ha destacado que la clave está en forjar marcas que lleguen a un público amplio y en la armonización de la marca. Según él, la visión clara y el liderazgo son fundamentales para mantener la cohesión y el rumbo de cualquier proyecto empresarial.

Alejandro Fernández, CEO de La Fresería, ha explicado que el éxito de su empresa se basa en una firma sólida, locales atractivos y un producto que genera repetición de clientes. Fernández ha afirmado que estos elementos convierten una marca en un fenómeno. Por su parte, Manuel Zamudio, CEO de Krispy Kreme en España, ha destacado la importancia de crear experiencias compartidas que conecten emocionalmente con los consumidores. La estrategia de lanzamiento de la marca en España, con la distribución de más de 27.000 medias docenas de rosquillas, generó un fenómeno viral en redes sociales y consolidó a la empresa como una "love brand".

HIP – Horeca Professional Expo se ha consolidado como el mayor evento de innovación para profesionales de la hostelería y la restauración en Europa. Además de la feria, el Hospitality 4.0 Congress ha reunido a más de 700 ponentes en 10 auditorios y 30 summits, con una agenda específica para cada segmento de la industria, desde hoteles y restaurantes hasta servicios al viajero. La próxima edición en Bolonia refuerza la proyección internacional de HIP y su papel como punto de encuentro para la innovación en el sector.