

**RECOPILATORIO
NOVIEMBRE 2025
JUNIO 2026**

CambaComunicación



INFORME DE GABINETE DE PRENSA

Balance de comunicación (noviembre 2025 – junio 2026)

Entre noviembre de 2025 y la celebración de la primera edición de WINEMAD (27 y 29 de mayo de 2026), Camba Comunicación, en su labor de gabinete de prensa ha desarrollado una estrategia de comunicación orientada a **posicionar el evento como la gran cita profesional del sector vitivinícola en Madrid, generar notoriedad de marca** y reforzar su propuesta de valor basada en el negocio, la internacionalización y la conexión con el canal HORECA.

La estrategia ha combinado la **generación constante de contenidos informativos, la relación directa con periodistas y medios especializados, la gestión de entrevistas, la coordinación de la comunicación** institucional y la producción de **materiales audiovisuales durante la feria**.

Notas de prensa y generación de contenidos

A lo largo de la campaña se han elaborado y distribuido **15 notas de prensa**, construyendo un **relato progresivo** alrededor de la evolución del proyecto.

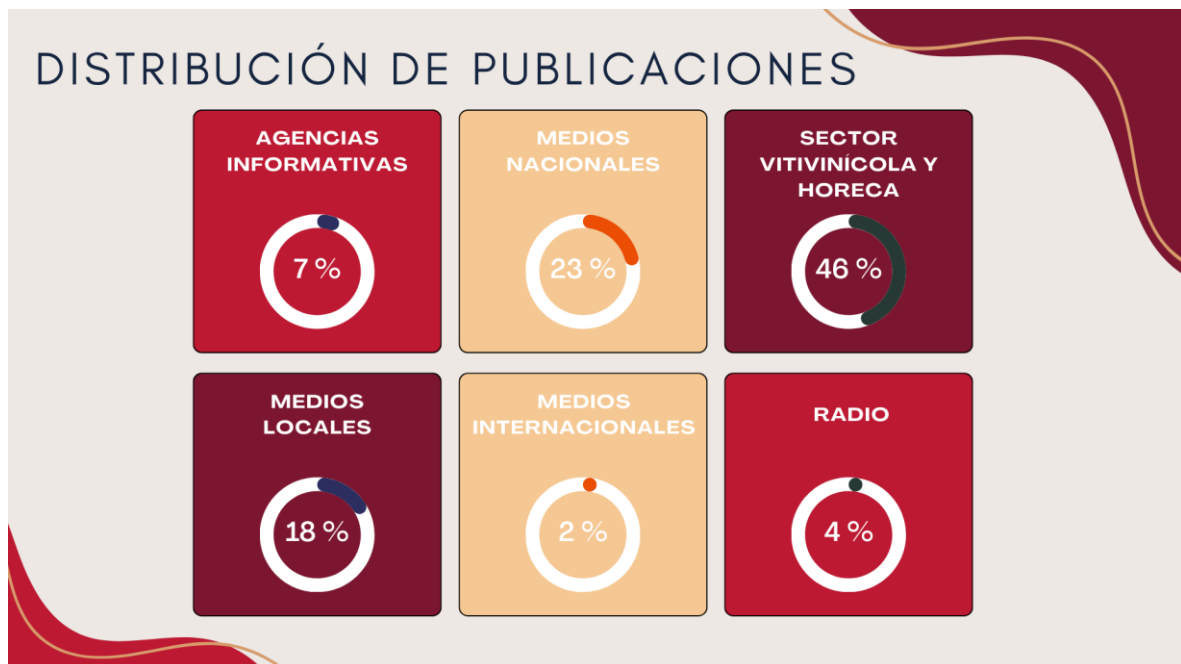
Los principales ejes de comunicación han sido:

- Presentación y posicionamiento de WINEMAD.
- Internacionalización y presencia de compradores extranjeros.
- Papel estratégico del canal HORECA.
- Madrid Wine Summit y contenidos profesionales.
- Innovación, sostenibilidad y retos del sector.
- Convocatoria institucional e inauguración.
- Desarrollo diario de la feria.
- Clausura y balance de resultados.

Esta estrategia ha permitido mantener una presencia continuada en medios durante más de siete meses, **generando expectativa antes del evento** y reforzando posteriormente la percepción de éxito de la primera edición.

Resultados de presencia en medios

La actividad del gabinete de prensa ha generado **más de 250 impactos informativos**, alcanzando medios generalistas, económicos, especializados y sectoriales.



En conjunto, esta cobertura ha permitido posicionar WINEMAD tanto en el ámbito profesional del sector vitivinícola como entre los principales medios de información económica y generalista.

Presentación oficial a los medios: almuerzo con la prensa especializada y generalista

Como parte de la estrategia de comunicación, en el mes de marzo se organizó una comida de trabajo con periodistas de los principales medios generalistas, económicos y especializados, con el objetivo de presentar oficialmente el proyecto WINEMAD y explicar de primera mano el modelo de feria.

Este encuentro permitió trasladar a los medios los principales valores diferenciales del evento: su orientación al negocio, la internacionalización, el protagonismo del canal HORECA y la voluntad de convertir a Madrid en un nuevo punto de encuentro para el sector vitivinícola.

La convocatoria favoreció un contacto directo y cercano entre la organización y los periodistas, facilitando la generación de contenidos previos a la feria y estableciendo una relación fluida que se mantuvo durante toda la campaña de comunicación.

Esta acción se convirtió en uno de los hitos iniciales del plan de prensa y contribuyó a despertar el interés de los medios por una iniciativa que nacía con un planteamiento diferente al de otras ferias tradicionales del sector.



Gestión de entrevistas y relaciones con los medios

Además del envío de contenidos, el gabinete de prensa ha desarrollado una intensa labor de relaciones informativas, coordinando entrevistas y facilitando el contacto entre la organización y los principales medios de comunicación.

Durante la campaña se han gestionado **17 entrevistas**, muchas de ellas realizadas durante los días de celebración de la feria, como es el caso de:

- ABC
- Cadena SER (programa “Hoy por Hoy”)
- Radio Nacional de España (Servicios Informativos)
- COPE (La Linterna)
- Onda Madrid

A estas acciones se sumaron **entrevistas y encuentros con periodistas** de medios especializados y publicaciones sectoriales, contribuyendo a reforzar el posicionamiento de WINEMAD como una iniciativa relevante para el conjunto del sector.

Cobertura informativa durante la feria

Durante la celebración de WINEMAD, el gabinete de prensa asumió la coordinación integral de la comunicación del evento.

Además de la atención permanente a los medios acreditados y la elaboración de las notas diarias de inauguración, desarrollo y clausura, se realizaron diversas **acciones de producción audiovisual** destinadas a **amplificar la difusión de la feria**.

Entre ellas destacan:

- **Grabación y edición de múltiples entrevistas con expositores, ponentes y representantes institucionales.**
- **Producción de vídeos resumen y piezas informativas para difusión en redes sociales y medios digitales.**
- **Cobertura fotográfica de las principales actividades, encuentros profesionales y actos institucionales.**
- **Apoyo a medios de comunicación.**

Esta labor permitió generar contenido propio de forma inmediata y proporcionar recursos audiovisuales tanto a la organización como a los diferentes medios de comunicación.



GRABACIÓN Y EDICIÓN DE VÍDEOS

Infographic showing video production activities at the fair. It includes four video thumbnails: 1. Jesús Carlos Galvo Martínez, Socio propietario de Vinos Fair. 2. Joris García, Sumiller de las Américas. 3. A panel discussion with three people on a stage. 4. A group of people sitting at a table in a meeting or presentation setting.

4 vídeos durante WINEMAD
Grabación y edición DE 3 VÍDEOS (1 por jornada) + RESUMEN con múltiples entrevistas a expositores, ponentes y representantes institucionales.

Valoración global

La campaña de comunicación desarrollada entre noviembre de 2025 y junio de 2026 ha contribuido a consolidar el posicionamiento de WINEMAD como una nueva referencia profesional dentro del sector vitivinícola.

La combinación de una estrategia continuada de generación de contenidos, una labor cercana del gabinete de prensa con los medios y una cobertura integral durante la feria ha permitido alcanzar una amplia presencia mediática y reforzar los mensajes estratégicos del proyecto contribuyendo a trasladar al conjunto del sector la imagen de una feria útil, profesional, internacional y orientada al negocio.

ANEXO

FOTOS REALIZADAS











NOTAS DE PRENSA ENVIADAS

Noviembre de 2025 - Mayo 2026

- ✓ Madrid acogerá WINEMAD, la nueva Feria Internacional del Vino que unirá negocio, cultura y proyección global (13 de noviembre de 2025).
- ✓ WINEMAD, la nueva Feria Internacional del Vino, impulsará la distribución, la apertura a mercados exteriores y la digitalización del sector (9 de diciembre de 2025).
- ✓ Entrevista | Gerardo Correas. “WINEMAD nace con una idea clara: poner compradores reales frente a las bodegas” (17 de diciembre de 2025)
- ✓ WINEMAD confirma la participación de los primeros 180 compradores internacionales de vino en su primera edición (22 de enero de 2026)
- ✓ Convocatoria de almuerzo Informativo: PRESENTACIÓN DE LA FERIA WINEMAD (26 de febrero de 2026).
- ✓ Madrid acogerá en 2026 su primera feria internacional del vino: WINEMAD (11 de marzo de 2026)
- ✓ WINEMAD refuerza su proyección global con la participación de 14 países en su próxima edición en Madrid (10 de abril de 2026)
- ✓ La Feria Internacional del Vino de Madrid, WINEMAD, reunirá a más de 200 bodegas nacionales e internacionales (28 de abril de 2026)
- ✓ WINEMAD y Amorim Cork impulsan la sostenibilidad del vino con un modelo circular visible y con impacto real (5 de mayo de 2026)
- ✓ WINEMAD refuerza el papel del canal HORECA con más de 40 actividades profesionales centradas en el futuro del vino (18 de mayo de 2026)
- ✓ CONVOCATORIA DE PRENSA. Inauguración de WINEMAD, la I Feria Internacional del Vino de Madrid (22 de mayo de 2026)
- ✓ WINEMAD, la primera feria internacional del vino, llega a Madrid de la mano de BBVA (25 de mayo de 2026)
- ✓ WINEMAD inaugura su primera edición con más de 3.300 profesionales registrados y más de 900 reuniones de negocio confirmadas (27 de mayo de 2026).
- ✓ Joris García, Best Sommelier of the Americas, destaca en WINEMAD la calidad y diversidad del vino español (28 de mayo de 2026).

- ✓ WINEMAD, Feria Internacional del Vino de Madrid, se consolida como el encuentro de referencia profesional orientado al negocio y la internacionalización del vino (29 de mayo de 2026)





NOTA DE PRENSA

Del 27 al 29 de mayo de 2026 en IFEMA Madrid

Madrid acogerá WINEMAD, la nueva Feria Internacional del Vino que unirá negocio, cultura y proyección global

Madrid, 13 de noviembre de 2025

La capital de España se convertirá del 27 al 29 de mayo de 2026 en el epicentro mundial del sector vitivinícola con la celebración de **WINEMAD – Madrid International Wine Fair**, la nueva feria estrictamente profesional que reunirá a productores, distribuidores, importadores, compradores y expertos de todo el mundo, orientada a facilitar la apertura a mercados internacionales y el acceso a nuevos canales de distribución.

WINEMAD nace con una clara vocación: potenciar el sector vitivinícola acercando la cultura del vino a la sociedad, impulsar su internacionalización y fomentar nuevas oportunidades comerciales donde la oferta y la demanda se conecten de forma directa y eficaz, generando oportunidades comerciales reales para las bodegas y los agentes del sector. En definitiva, WINEMAD nace para convertirse en la gran cita de referencia del sector, donde la oferta y la demanda se conectan de forma directa, eficaz y rentable.

Networking con propósito

Uno de los pilares centrales de WINEMAD será su programa de networking profesional, diseñado para fomentar el desarrollo del negocio y la expansión comercial de las bodegas participantes.

Durante tres intensas jornadas, **IFEMA Madrid** será el escenario de un encuentro único que combinará **negocio, innovación, formación y experiencia**, ofreciendo:

- Rondas de reuniones personalizadas
- Catas privadas y presentaciones de producto.
- Encuentros informales y espacios de conversación.

Todo orientado a crear vínculos comerciales duraderos entre bodegas y compradores nacionales e internacionales cuidadosamente seleccionados a través de un muy ambicioso programa de Hosted Buyer.



El objetivo es claro: potenciar la expansión comercial de las bodegas, dentro y fuera de España, generando conexiones valiosas y duraderas en un entorno profesional, cercano y orientado a resultados.

Convocatoria de Expositores

WINEMAD invita a **bodegas, productores y empresas** del sector a formar parte de esta primera edición, que les permitirá:

- **Mostrar sus vinos** ante un público profesional y altamente especializado.
- **Establecer contacto directo** con importadores, distribuidores y compradores estratégicos.
- **Posicionar su marca** en un entorno que celebra la calidad, la innovación y la sostenibilidad.
- **Acceder a actividades exclusivas** como catas guiadas, presentaciones de producto y mesas de debate.

Cada participante recibirá el **Manual del Expositor**, una guía completa con toda la información operativa y de servicios -fechas, horarios, tipos de stand, acreditaciones, servicios incluidos, acceso digital y participación en las actividades de la feria-, para garantizar una participación ágil, profesional y rentable.

Madrid, la capital mundial del vino

WINEMAD no es solo una feria, es una apuesta estratégica por la **proyección internacional de España como potencia vitivinícola**. Una cita llamada a convertirse en un referente mundial, donde se celebrará la tradición del vino, la innovación de las bodegas y el valor cultural que une a las personas en torno a una copa.

Además, el programa **TASTE MADRID** extenderá la feria más allá del recinto ferial **durante los diez días previos**, acercando la cultura del vino **a las calles de la ciudad** para que el público general pueda disfrutar de experiencias gastronómicas, actividades urbanas y encuentros en restaurantes, hoteles y espacios culturales, donde el vino será el hilo conductor entre productores, hosteleros y consumidores unido a la gastronomía.

Más información en www.winemad.es

Descarga aquí el dossier informativo:

https://winemad.es/materiales/DOSSIER_WINEMAD_ES.pdf



NOTA DE PRENSA

Del 27 al 29 de mayo de 2026 en IFEMA Madrid

WINEMAD, la nueva Feria Internacional del Vino, impulsará la distribución, la apertura a mercados exteriores y la digitalización del sector

Madrid, 9 de diciembre de 2025

Madrid se convertirá del 27 al 29 de mayo de 2026 en el gran punto de encuentro profesional del sector vitivinícola con la celebración de WINEMAD – Madrid International Wine Fair, una nueva feria diseñada para ofrecer **soluciones reales a los principales desafíos del vino: mejorar la distribución, acelerar la internacionalización y acompañar en la transformación digital del sector.**

A falta de seis meses para su celebración, se tiene ya confirmada la **presencia de prácticamente todas las denominaciones de origen del país** amparando a sus bodegas inscritas.

Por otro lado, tras una selección exhaustiva, con el objetivo de que acudan no menos de los 350 distribuidores nacionales e internacionales más importantes del sector de los 22 países más interesados en el vino español, WINEMAD cuenta ya con la **confirmación de 98 distribuidores, procedentes de 41 países**, un indicador claro del interés del mercado por un evento creado para conectar oferta y demanda de forma directa, eficiente y orientada al negocio.

Impulso a la distribución y al acceso a nuevos canales comerciales

El gran reto del sector no está en producir, sino en vender y distribuir. Aunque España produce vinos altamente competitivos y de excelente calidad, muchas bodegas, especialmente pequeñas y medianas, encuentran obstáculos para acceder a distribuidores y mercados donde su producto puede funcionar mejor.

Las bodegas necesitan un **acceso más directo a los distribuidores, sin intermediarios que encarecen y frenan el proceso.**



WINEMAD abordará este problema a través de:

- **Un programa muy ambicioso de Hosted Buyer** con distribuidores internacionales seleccionados, garantizando **reuniones de negocio reales** y orientadas a resultados.
- **Un equipo dedicado exclusivamente a ayudar en la gestión de la Agenda profesionalizada de encuentros**, que permitirá a las bodegas acceder a compradores estratégicos sin intermediarios y sin visitas fallidas.
- **Una asistencia de mas de 4.000 visitantes profesionales** de canal horeca, grandes superficies, restauradores, sumilleres, etc. como consumidores finales, público objetivo de las bodegas
- **Un entorno ferial centrado exclusivamente en el negocio**, con actividades diseñadas para facilitar ventas y acuerdos comerciales.

Internacionalización con valor, no solo con volumen

La demanda del mercado interior no es capaz de absorber toda la oferta, así que internacionalizar ya no es una opción: es una necesidad clara. Aunque España exporta mucho vino en volumen, no lo hace en el mismo nivel en valor. **El sector necesita presencia estable en mercados estratégicos** de alto valor añadido y herramientas para posicionarse mejor.

En este sentido, WINEMAD ofrecerá:

- **Contacto directo con importadores y distribuidores** de mercados estratégicos, seleccionados por tipología de vino y demanda real.
- **Espacios de análisis y formación** sobre tendencias internacionales, preferencias de consumo y oportunidades por país.
- **Un escenario en el que las bodegas presenten sus vinos a profesionales** que deciden compras a escala global.

Tecnología e IA aplicadas a la estrategia comercial del vino

La tecnología está abriendo una oportunidad enorme en el aspecto comercial: permite ordenar mejor los procesos de venta, conocer qué mercados funcionan, elegir precios y canales con datos reales y prever tendencias gracias a la IA. Sin embargo, a muchos productores les está costando adaptarse a este cambio. En este sentido, WINEMAD se posiciona como un acelerador del cambio mediante **herramientas digitales y espacios formativos sobre inteligencia artificial** aplicada al marketing y a la distribución del vino.

Un nuevo modelo ferial que fortalece la cultura del vino y maximiza resultados

WINEMAD apuesta por un formato ferial moderno, eficaz y orientado al retorno real. Frente a los modelos tradicionales, propone:

- Reuniones programadas, no visitas aleatorias.
- Distribuidores verificados, no tráfico generalista.
- Resultados medibles, no impactos intangibles.
- Un enfoque 100% profesional, centrado en negocio, conexión y crecimiento internacional.



A ello se suma **TASTE MADRID**, el programa previo que acercará la cultura del vino a la ciudad a través de restaurantes, hoteles y espacios gastronómicos y culturales, reforzando la relación entre el vino, la gastronomía y la sociedad.

WINEMAD no es solo una feria: es una herramienta estratégica para aumentar la competitividad del vino español, ampliando mercados, acelerando la digitalización y reforzando su valor cultural y comercial. La cita tendrá lugar del 27 al 29 de mayo de 2026 en IFEMA Madrid.

Más información en www.winemad.es

Descarga aquí el dossier informativo:

https://winemad.es/materiales/DOSSIER_WINEMAD_ES.pdf



NOTA DE PRENSA

Del 27 al 29 de mayo de 2026 en IFEMA Madrid

Entrevista | Gerardo Correas, presidente de la nueva Feria Internacional del Vino, explica objetivos, modelo y ambición del proyecto.

“WINEMAD nace con una idea clara: poner compradores reales frente a las bodegas”

Madrid, 17 de diciembre de 2026

Del 27 al 29 de mayo de 2026, IFEMA Madrid acogerá la primera edición de **WINEMAD – Madrid International Wine Fair**, una de las citas profesionales más relevantes del sector vitivinícola en el nuevo año. Concebida para impulsar la distribución, la internacionalización y un modelo de negocio más eficaz, WINEMAD nace con la ambición de situar a España en el centro del mapa mundial del vino. **Gerardo Correas, impulsor del proyecto**, detalla en esta entrevista las claves de una feria que aspira a marcar un antes y un después en la forma de hacer negocio en el sector.

¿Qué distingue a WINEMAD de otras ferias del vino que ya existen en España y fuera?

WINEMAD no nace para competir con lo que ya existe, sino para sumar y dar un paso más porque **las bodegas no necesitan más ferias, necesitan compradores y resultados**. Queremos que España tenga una feria internacional con capacidad real de proyección global. La diferencia es que unimos tres ejes: una **internacionalización muy potente**, un modelo de negocio en feria pensado para **generar resultados reales** y un impulso claro a la **cultura del vino** y al propio sector.

¿Quién está detrás del proyecto?

WINEMAD está impulsada por un grupo de empresarios, algunos del sector del vino y otros de distintos ámbitos, que han puesto la estructura financiera y profesional necesaria para garantizar un proyecto estable y con recorrido. Contamos con un equipo sólido de expertos en organización ferial, comunicación especializada y producción de eventos.

¿Cómo han implicado al sector desde el principio?

Desde el inicio, WINEMAD se ha construido con el sector y para el sector. Hemos mantenido contacto directo con los 72 consejos reguladores, administraciones de promoción e



internacionalización de cada comunidad autónoma y embajadas de 27 países interesadas en el vino español.

Para garantizar compradores de calidad, se ha lanzado un programa ambicioso: de los más de 9.000 contactos internacionales se seleccionarán 500 hosted buyers que asistirán a la feria con agenda de reuniones cerradas con las bodegas, asegurando oportunidades comerciales concretas y reales.

Además, se ha trabajado con una base de más de 80.000 profesionales del canal horeca para atraer al menos 5.000 visitantes que puedan generar negocio en la feria: compradores e importadores con capacidad de cerrar acuerdos, distribuidores nacionales e internacionales, profesionales de horeca y comercio especializado, y prescriptores como sumilleres y formadores. La prioridad es calidad y utilidad, no cantidad.

¿En qué consiste el programa Hosted Buyer y por qué es clave?

Es el corazón de WINEMAD. Nos encargamos de traer a Madrid a **compradores a que realmente tienen capacidad de hacer pedidos importantes y organizamos reuniones personalizadas con expositores que encajan con su perfil**. Para ello, a los compradores se les pide información detallada de lo que buscan y a las bodegas expositoras también, para hacer ese “matching” lo mejor posible. **Controlamos todo el proceso**. No dejamos que los compradores elijan al azar; hacemos un “matching” muy cuidado entre lo que buscan y lo que ofrecen las bodegas, para evitar reuniones que no sirven para nada. Cada cita tiene sentido comercial, con seguimiento y apoyo de un equipo dedicado a gestionar agendas y resolver incidencias. Es un modelo pensado para generar resultados medibles y reales, algo que muchas ferias tradicionales no ofrecen.

¿Qué ofrece la feria al visitante profesional?

El visitante profesional va a encontrar una feria muy pensada para hacer negocio desde que entra. Por un lado, tiene acceso directo a bodegas y empresas de muchos países, con la posibilidad de cerrar acuerdos, descubrir nuevos productos y ampliar su catálogo. Además, hemos creado espacios claros, zonas de reuniones y apoyo constante para **que el profesional vea solo lo que le interesa y salga con contactos útiles, acuerdos iniciados y oportunidades reales**. El recorrido y la organización están pensados para aprovechar al máximo el tiempo dentro de la feria.

También habrá catas técnicas, presentaciones de producto y actividades formativas, pero siempre con un enfoque práctico y útil para el profesional. Las catas estarán orientadas a aspectos técnicos y comerciales, y las formaciones serán breves y centradas en temas de interés real para el sector.

¿Qué papel tiene la cultura del vino en WINEMAD?

Para el público general, hemos planteado actividades fuera de la feria, en la ciudad. Queremos así impulsar la cultura del vino con iniciativas como TASTE MADRID, que durante los días previos a la feria lleva el vino a restaurantes, hoteles, espacios gastronómicos y culturales de la ciudad. De este modo, tratamos de reforzar la relación entre el vino y la sociedad y mostrar que el vino es experiencia, historia y tradición.

¿Qué ambición tiene WINEMAD a medio y largo plazo?

Queremos liderar. España tiene vinos extraordinarios y un sector potente, pero necesita herramientas a la altura. WINEMAD nace como un espacio profesional, internacional y eficaz



para que las bodegas abran mercados, ganen visibilidad global y generen negocio real. Es una feria pensada para transformar la manera en que se hace negocio en el sector del vino.

La primera edición de WINEMAD – Madrid International Wine Fair se celebrará del 27 al 29 de mayo de 2026 en IFEMA Madrid. Con un formato profesional, internacional y orientado a resultados, la feria se perfila como una cita imprescindible para bodegas, distribuidores y profesionales del sector que buscan abrir mercados, generar negocio real y conectar con la cultura del vino.

Más información en www.winemad.es

Descarga aquí el dossier informativo:

https://winemad.es/materiales/DOSSIER_WINEMAD_ES.pdf

Pie de foto: Gerardo Correas, presidente de WINEMAD - Madrid International Wine Fair.





NOTA DE PRENSA

Del 27 al 29 de mayo de 2026 en IFEMA Madrid

WINEMAD confirma la participación de los primeros 180 compradores internacionales de vino en su primera edición

- El encuentro reforzará su vocación internacional a través de un programa de compradores cualificados para garantizar reuniones de negocio eficaces.
- Por el momento, la organización confirma la inscripción de los primeros 180 compradores internacionales y negociaciones avanzadas con otros 80.

Madrid, 22 de enero de 2026

WINEMAD – Madrid International Wine Fair- continúa avanzando en su objetivo de convertirse en una de las grandes citas profesionales del sector vitivinícola en 2026. A cuatro meses de su celebración, **la feria cuenta ya con la inscripción de 180 compradores internacionales de vino**, todos ellos con capacidad real de compra y perfil activo en la distribución en sus respectivos mercados, y mantiene conversaciones muy avanzadas con otros 80 compradores internacionales, lo que sitúa a la feria muy cerca de cumplir el objetivo marcado para su primera edición.

Esta primera edición de WINEMAD, que se celebrará del 27 al 29 de mayo de 2026 en IFEMA Madrid, nace con un planteamiento claramente orientado al negocio: **facilitar el contacto directo entre bodegas y compradores estratégicos, reducir intermediarios y generar oportunidades comerciales reales y medibles.**

Compradores internacionales seleccionados por su perfil profesional

A diferencia de otros eventos del sector, WINEMAD ha puesto el foco en atraer compradores que acudan a la feria con un objetivo claro: cerrar acuerdos y abrir nuevas relaciones comerciales. Los compradores inscritos hasta el momento proceden de distintos mercados internacionales y han sido seleccionados por su capacidad de compra, tipología de vino demandado y alcance de distribución.

El programa Hosted Buyer, eje central de la feria

Esta estrategia se articula a través del programa Hosted Buyer, uno de los pilares de WINEMAD, que **prevé reunir en Madrid hasta 250 compradores internacionales** con viaje y alojamiento incluidos, para garantizar una participación eficaz y orientada a resultados. **En la actualidad, 178 Hosted Buyers ya están confirmados. Todos ellos acudirán a WINEMAD con agendas de**



reuniones cerradas y personalizadas, diseñadas para conectar de forma directa con las bodegas expositoras.

El objetivo es maximizar el tiempo y el retorno de los expositores, evitando reuniones improductivas y favoreciendo contactos con alto potencial comercial.

Un modelo de feria orientado a resultados

WINEMAD propone un modelo de feria centrado en la eficacia y en el negocio real. Las reuniones entre bodegas y compradores estarán previamente organizadas en función de intereses, mercados objetivo y perfiles de producto, ofreciendo a las bodegas —especialmente a las pequeñas y medianas— una vía directa para acceder a mercados internacionales.

Taste Madrid: vino, gastronomía y proyección internacional

La feria no solo apuesta por el negocio. Gracias al programa Taste Madrid, WINEMAD amplía su alcance a toda la ciudad durante los días previos, ofreciendo experiencias gastronómicas, rutas de vino y actividades culturales que acercan la cultura del vino al público general. Esta iniciativa refuerza la proyección internacional de Madrid como capital del vino y la gastronomía, y complementa la presencia de compradores y profesionales en la feria.

Madrid, punto de encuentro del negocio internacional del vino

Con este enfoque, WINEMAD aspira a situar a Madrid como un hub internacional del negocio del vino, concentrando en un mismo espacio a productores, distribuidores, importadores y prescriptores de distintos países.

Con la inscripción de los primeros compradores internacionales, la feria confirma el interés del mercado por **un evento profesional que prioriza calidad de contactos frente a volumen de visitas.**

La primera edición de WINEMAD – Madrid International Wine Fair tendrá lugar del 27 al 29 de mayo de 2026 en IFEMA Madrid y se perfila como una de las citas clave del sector vitivinícola en el nuevo año.

Más información en: <https://winemad.es/>



Convocatoria de almuerzo Informativo

El presidente de WINEMAD —Madrid International Wine Fair— presentará los objetivos estratégicos de esta nueva Feria profesional del sector vitivinícola que se celebrará en IFEMA del 27 al 29 de mayo de 2026. Un encuentro profesional concebido fundamentalmente para impulsar la distribución, abrir nuevos mercados exteriores y conectar las bodegas con los compradores internacionales

PRESENTACIÓN DE LA FERIA WINEMAD

A cargo de:

- **Gerardo Correas, presidente de WINEMAD —Madrid International Wine Fair**

Día: **Miércoles, 11 de marzo de 2026**

Hora y duración: **de 14:00 a 16:00 horas**

Lugar: **Restaurante Casa Ciriaco. Calle Mayor, 84. Madrid**

***Se ruega confirmación: sgarcia@cambacomunicacion.com**

Madrid, 26 de febrero de 2026- La organización de la Feria WINEMAD – Madrid International Wine Fair convoca a los medios de comunicación a un almuerzo informativo con motivo de la presentación oficial de su primera edición, que **se celebrará del 27 al 29 de mayo de 2026 en IFEMA Madrid.**

Durante el encuentro se darán a conocer las principales claves del proyecto, el avance del programa internacional de compradores y el posicionamiento estratégico de Madrid como punto de encuentro del negocio internacional del vino:

- El programa Hosted Buyer y la invitación directa a 250 compradores internacionales.
- El perfil de los mercados estratégicos confirmados.
- El modelo de reuniones profesionales cerradas y personalizadas.
- El impacto económico y estratégico para Madrid como hub internacional del vino.
- La iniciativa Taste Madrid y su proyección en la ciudad.

El acto contará con la intervención de Gerardo Correas, presidente de WINEMAD, así como de otros representantes destacados del sector empresarial que serán confirmados próximamente.

Más información en: <https://winemad.es/>



NOTA DE PRENSA

Madrid acogerá en 2026 su primera feria internacional del vino: WINEMAD

La feria tendrá lugar del 27 al 29 de mayo de 2026 en IFEMA Madrid y reunirá a bodegas, compradores internacionales y profesionales del sector en un evento orientado al negocio y a la proyección global del vino

Madrid, 11 de marzo de 2026

Madrid contará por primera vez con una **gran feria internacional exclusivamente profesional dedicada al sector vitivinícola**. WINEMAD – Madrid International Wine Fair ha sido presentada hoy ante los medios de comunicación como la primera feria internacional del vino que se celebrará en la capital, un evento que aspira a convertir a Madrid en uno de los nuevos puntos de encuentro globales para el sector.

La feria celebrará su primera edición del **27 al 29 de mayo de 2026 en IFEMA Madrid**, donde reunirá a bodegas, distribuidores, importadores y profesionales del vino procedentes de distintos mercados internacionales.

Durante la presentación, **Gerardo Correas, impulsor del proyecto**, explicó que *“WINEMAD es una feria profesional del vino que nace con una vocación muy clara: convertirse en un gran punto de encuentro internacional para el sector. Está pensada para generar negocio real entre bodegas, distribuidores, compradores, hostelería y profesionales del vino”*.

En el acto también ha estado presente **Enrique Pascual, presidente del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Ribera del Duero**, quien ha querido respaldar con su presencia el lanzamiento de WINEMAD.

Correas destacó que, a pesar de nuestro país es una de las grandes potencias vitivinícolas del mundo, el sector necesita más espacios donde conectar directamente la oferta con la demanda. *“España es uno de los grandes productores de vino del mundo, pero muchas bodegas, sobre todo medianas y pequeñas, necesitan abrir nuevos mercados y encontrar nuevos canales de distribución. Para eso es fundamental crear plataformas profesionales bien organizadas que faciliten ese contacto directo”*.



Impulsar el posicionamiento internacional del vino

WINEMAD se ha planteado desde el principio sobre tres ejes estratégicos: la internacionalización, la generación de negocio y la potenciación del propio sector del vino.

“Queremos que la feria ayude a fortalecer la parte comercial del sector y a abrir nuevas oportunidades de negocio en un momento en el que la internacionalización y la apertura de nuevos mercados son más importantes que nunca”, explicó Correas.

Una feria pensada para generar negocio

Uno de los rasgos diferenciales de WINEMAD será su enfoque claramente orientado al negocio y **su carácter exclusivamente profesional.**

La feria está diseñada para **facilitar el contacto directo entre bodegas y compradores estratégicos, reduciendo intermediarios y favoreciendo acuerdos comerciales.**

El eje central de esta estrategia será el programa Hosted Buyer, que prevé reunir en Madrid hasta 250 compradores internacionales invitados por la organización. Estos profesionales han sido seleccionados por su capacidad de compra, el tipo de vino que demandan y su alcance de distribución en distintos mercados.

Por el momento, **178 Hosted Buyers ya han confirmado su participación y acudirán a la feria con agendas de reuniones previamente organizadas,** diseñadas para conectar de forma directa con las bodegas expositoras.

“Queremos que sea una feria donde realmente pasen cosas, donde las bodegas puedan sentarse con compradores que tengan capacidad real de compra y se generen nuevas oportunidades comerciales”, ha explicado Correas durante la presentación de WINEMAD.

Madrid, un punto estratégico para el sector

La elección de Madrid como sede responde al papel que la capital desempeña como uno de los grandes centros económicos, comerciales y logísticos del país.

“Madrid es uno de los grandes centros de consumo, de negocio y de conexión internacional de Europa. Aquí confluyen distribuidores, importadores, grandes grupos de restauración, hoteles y compradores de muchos países”, concluyó Correas.

Es por eso que el programa de WINEMAD se completa con **Taste Madrid,** que extenderá la experiencia del vino más allá del recinto ferial. Durante los **diez días previos a la feria,** restaurantes, bares, hoteles y espacios culturales de la ciudad acogerán actividades gastronómicas y culturales vinculadas al vino.

Esta iniciativa permitirá acercar la cultura del vino al público general y conectar el sector con la vida cultural y gastronómica de la ciudad.

Más información sobre WINEMAD 2026 en: <https://winemad.es/>



Medios de comunicación asistentes al almuerzo- presentación:

- Mercados del Vino | Mónica Muñoz, presidente de Mercados del Vino y la Distribución.
- La Razón | Emiliano Cascos. Redactor Jefe.
- ABC | Inés Romero
- 20 Minutos | Carmelo Encinas, adjunto al editor
- The Objective | Rocío Regidor
- El Debate | Ana Fariña
- Mi Vino | Diana Forcada
- Vivir el Vino | Alberto Matos
- Infohoreca.com y retailactual.com | Luis García Areán
- Eventos de Madrid | Roberto Domínguez Garcia
- www.madridlowcost.es | Jose Carlos Sanchez Medina
- Agronegocios | Miguel Ángel Mainar
- Mas Cultural | Miguel Barrio
- Libertad Digital | Guillermo Domínguez



FOTO 1: Gerardo Correas, presidente de WINEMAD durante la presentación de la feria ante los medios de comunicación.



FOTO 2: De izda. a dcha.: Enrique Pascual, presidente de la D.O. Ribera del Duero; Gerardo Correas, presidente de Winemad; Antonio Reguilón, ex presidente de la D.O. Vinos de Madrid.



FOTO 3: Acto de presentación de WINEMAD en la bodega centenaria de Casa Ciriaco (Madrid)



NOTA DE PRENSA

Del 27 al 29 de mayo de 2026 en IFEMA Madrid

WINEMAD refuerza su proyección global con la participación de 14 países en su próxima edición en Madrid

- La Feria reunirá a más de 200 bodegas nacionales e internacionales confirmadas
- Apuesta por la internacionalización, el negocio y la conexión directa con el canal Horeca

Madrid, 10 de abril de 2026

WINEMAD – Madrid International Wine Fair da un paso firme en su consolidación internacional con la **confirmación de la participación de 14 países en su próxima edición**, que se celebrará del 27 al 29 de mayo de 2026 en IFEMA Madrid. Esta presencia refuerza el posicionamiento de la feria como un espacio estratégico para la apertura de mercados, el intercambio comercial y la proyección global del sector vitivinícola.

En un momento marcado por la incertidumbre económica y la necesidad de diversificación, la internacionalización se ha convertido en una prioridad para las bodegas. WINEMAD responde a este contexto ofreciendo un entorno diseñado para **facilitar el contacto directo entre productores, compradores y operadores de distintos mercados, generando oportunidades reales** de negocio más allá de la exhibición de producto.

Una plataforma para abrir mercado y generar relaciones internacionales

La participación de 14 países convierte a WINEMAD en un punto de encuentro internacional donde confluyen diferentes culturas del vino, modelos de negocio y tendencias de consumo. Este carácter global no solo amplía la visibilidad de las bodegas, sino que también favorece el intercambio de conocimiento y la detección de nuevas oportunidades comerciales.

La feria reunirá a **más de 200 bodegas de todas las denominaciones de origen**, junto a otros **200 distribuidores y compradores seleccionados por la organización procedentes principalmente de Canadá, EEUU, México, Reino Unido, Alemania, Francia, Suiza, China, Japón**



y **Singapur**, configurando un ecosistema profesional orientado a generar relaciones duraderas y a facilitar la expansión hacia nuevos mercados.

Internacionalización con impacto real en el negocio

Uno de los elementos diferenciales de WINEMAD es su enfoque práctico. La feria no se limita a la exhibición de producto, sino que está diseñada como un entorno de trabajo donde tienen lugar reuniones, presentaciones y conversaciones orientadas a generar resultados.

Este planteamiento cobra aún más relevancia en el ámbito internacional. La presencia de profesionales de distintos países permite que las bodegas no solo muestren su oferta, sino que puedan adaptarla a distintos mercados, conocer tendencias globales y establecer alianzas estratégicas.

El canal Horeca como puente internacional del vino

Otro de los elementos clave del encuentro es la conexión directa con el canal Horeca, que actúa como puente natural entre el vino y el consumidor final. Restaurantes, hoteles y bares no solo son puntos de venta, sino también espacios de prescripción que influyen en la difusión y posicionamiento de los vinos en distintos mercados.

Con una **previsión de 3.000 visitantes profesionales**, principalmente del canal Horeca, la feria se configura como un espacio donde el vino se acerca a quienes tienen la capacidad de incorporarlo a su oferta, recomendarlo y posicionarlo en el mercado.

Una feria que va más allá del formato tradicional

WINEMAD propone una forma distinta de entender las ferias del vino, alejándose del modelo expositivo clásico para centrarse en la utilidad profesional y la generación de oportunidades. Su planteamiento combina negocio, internacionalización y contenido, integrando un completo programa de actividades.

Entre ellas destacan el **Madrid Wine Summit**, que celebrará su primera edición con **32 ponencias**, y los espacios “Foro La Ciencia en tu Negocio” y “Foro Experiencias”, que sumarán un total de **88 actividades**. Estos encuentros aportan reflexión, contexto y análisis sobre los retos y tendencias del sector.

Más información en: <https://winemad.es/>



NOTA DE PRENSA

Del 27 al 29 de mayo de 2026 en IFEMA Madrid

La Feria Internacional del Vino de Madrid, WINEMAD, reunirá a más de 200 bodegas nacionales e internacionales

- Acudirán más de ciento cincuenta compradores internacionales seleccionados de 41 países y se prevé la asistencia de tres mil profesionales del canal HORECA.

Madrid, 28 de abril de 2026

A pocas semanas de su celebración, WINEMAD – Madrid International Wine Fair confirma la solidez de su primera edición con una destacada participación de bodegas, compradores internacionales y profesionales del canal HORECA, posicionándose como un nuevo punto de encuentro clave para el sector del vino.

El evento, que tendrá lugar en el pabellón 5 de IFEMA de Madrid los días 27, 28 y 29 de mayo, nace con el objetivo de ofrecer una feria útil, orientada al negocio y adaptada a las necesidades actuales del mercado. Los datos de participación reflejan una respuesta muy positiva por parte del sector, tanto a nivel nacional como internacional.

Más de 200 bodegas y una representación diversa del territorio

La participación de 14 países convierte a WINEMAD en un punto de encuentro internacional donde confluyen diferentes culturas del vino, modelos de negocio y tendencias de consumo. Este carácter global no solo amplía la visibilidad de las bodegas, sino que también favorece el intercambio de conocimiento y la detección de nuevas oportunidades comerciales.

La feria reunirá a **más de 200 bodegas**, junto a otros **200 distribuidores y compradores seleccionados por la organización procedentes principalmente de EEUU, Canadá, México, Reino Unido, Alemania, Francia, Suiza, China, Japón y Singapur**, configurando un ecosistema profesional orientado a generar relaciones duraderas y a facilitar la expansión hacia nuevos mercados.



Apuesta internacional con compradores de 41 países

Uno de los aspectos más relevantes de esta primera edición es su dimensión internacional. WINEMAD contará con la participación de **ciento cincuenta compradores internacionales, seleccionados de 41 países**, lo que refuerza su papel como plataforma para la apertura de nuevos mercados.

La presencia de estos perfiles responde a un proceso de selección orientado a garantizar la **calidad de los contactos y la generación de oportunidades reales de negocio**. En un contexto en el que el sector busca ampliar su proyección exterior, este tipo de encuentros facilita la conexión directa entre bodegas y operadores internacionales.

Tres mil profesionales del canal HORECA

La feria prevé la asistencia de tres mil visitantes profesionales, principalmente vinculados al canal HORECA (hostelería, restauración y catering), uno de los principales motores del consumo de vino.

Este perfil profesional resulta clave para el sector, ya que actúa como prescriptor y canal de introducción del producto en el mercado. La interacción directa entre bodegas y profesionales de la hostelería permitirá generar nuevas oportunidades comerciales y reforzar la presencia del vino en la oferta gastronómica.

Una feria orientada al negocio y la conexión profesional

WINEMAD se presenta como una feria concebida para que ocurran cosas: reuniones, presentaciones, intercambios comerciales y contactos útiles. Su planteamiento busca ir más allá de la exposición tradicional, apostando por un modelo más dinámico y centrado en la generación de valor para los participantes.

Con estos datos, WINEMAD se consolida en su primera edición como una propuesta sólida, alineada con las necesidades actuales del sector y con vocación de continuidad.

Su enfoque, basado en la internacionalización, el negocio y la conexión profesional, responde a un momento en el que el sector del vino necesita generar oportunidades reales, fortalecer relaciones y adaptarse a un entorno cada vez más competitivo.

Más información en: <https://winemad.es/>

Puedes acreditarte ya en WINEMAD [aquí](#)



Recreación de la feria WINEMAD



NOTA DE PRENSA

Del 27 al 29 de mayo de 2026 en IFEMA Madrid

WINEMAD y Amorim Cork impulsan la sostenibilidad del vino con un modelo circular visible y con impacto real

- **La feria incorporará la recogida y reciclaje de tapones de corcho desde su primera edición, reforzando su compromiso con un modelo de evento más responsable.**

Madrid, 5 de mayo de 2026

WINEMAD – Madrid International Wine Fair anuncia la incorporación de Amorim Cork como Partner de Sostenibilidad en su primera edición. Con esta alianza, la feria refuerza su compromiso con un modelo de evento más responsable, circular y alineado con la evolución actual del sector vitivinícola.

En un contexto en el que la sostenibilidad ocupa un lugar cada vez más importante en el mundo del vino, WINEMAD apuesta por ir un paso más allá. Su objetivo no es solo incorporar soluciones responsables, sino también hacer visible su impacto y acercar al sector el valor real de este tipo de iniciativas.

Del gesto cotidiano al impacto global

Durante la celebración de la feria, los expositores podrán depositar sus tapones de corcho en puntos habilitados dentro del recinto. Estos tapones serán recogidos y gestionados por Amorim Cork para su reciclaje y posterior transformación en nuevos productos.

La iniciativa busca mostrar el recorrido completo del corcho reciclado. Un material que, después de su uso, puede tener una segunda vida y convertirse en nuevos objetos, como los posavasos que se entregarán durante el evento, o formar parte de aplicaciones técnicas de alto rendimiento, incluso en sectores tan exigentes como el aeroespacial.



De esta forma, WINEMAD y Amorim Cork convierten un gesto tan cotidiano como abrir una botella de vino en una historia de valor, innovación y sostenibilidad.

Hacer visible la sostenibilidad

El corcho natural es uno de los materiales más sostenibles vinculados al sector del vino. Es renovable, reciclable y tiene capacidad de capturar CO₂. Sin embargo, su impacto se multiplica cuando forma parte de sistemas circulares y cuando ese proceso se comunica de forma clara y cercana.

Con esta alianza, WINEMAD pone el foco en una idea clave: no solo hacer, sino también contar, medir y dar visibilidad al impacto real de la sostenibilidad en el sector del vino.

Carlos de Jesus, director de Comunicación de Amorim Cork, ha señalado: *“Quisiéramos felicitar a WINEMAD y reconocer su liderazgo en cuestiones de sostenibilidad, ya que es la única feria de vinos en el mundo que incorpora el reciclado de corcho natural desde su primera edición. Por supuesto que el corcho natural ya es el único tapón de vino verdaderamente ecológico, pero reciclar tapones de corcho con Amorim Cork permite su transformación en nuevos productos y aplicaciones, desde revestimiento de pisos, objetos de diseño y hasta materiales para la industria aeroespacial. En España, uno de los grandes productores mundiales de corcho y de vino, estas iniciativas adquieren una aún mayor relevancia.”*

Por su parte, Gerardo Correas, presidente de WINEMAD, ha detallado: “La sostenibilidad no solo es una tendencia, se ha convertido en una necesidad global y el sector del vino también lo está asumiendo con un papel protagonista”.

Una alianza que conecta origen, industria y futuro

España, como uno de los grandes productores mundiales de corcho y vino, es un escenario natural para impulsar iniciativas que conecten tradición e innovación.

La colaboración entre WINEMAD y Amorim Cork pone en valor todo el ciclo del corcho, desde el viñedo y la botella hasta su reutilización en nuevos contextos. Además, posiciona a WINEMAD como una plataforma que impulsa no solo el negocio, sino también la transformación del sector. Esta alianza convierte la sostenibilidad en una experiencia tangible, compartida y con proyección global.

Sobre WINEMAD

WINEMAD – Madrid International Wine Fair nace como una nueva feria internacional del vino en Madrid, con el objetivo de reunir a bodegas, profesionales, compradores y agentes clave del sector en torno al negocio, la innovación y las nuevas oportunidades del mercado.

Sobre Amorim Cork

Amorim Cork es una de las principales compañías internacionales vinculadas al corcho y a sus aplicaciones. Su actividad está centrada en el desarrollo de soluciones sostenibles, innovadoras y de alto valor añadido a partir de este material natural.

Más información en: <https://winemad.es/>



NOTA DE PRENSA

Del 27 al 29 de mayo de 2026 en IFEMA Madrid

WINEMAD refuerza el papel del canal HORECA con más de 40 actividades profesionales centradas en el futuro del vino

- El Foro HORECA, el Madrid Wine Summit y las experiencias gastronómicas convertirán la feria en un espacio de negocio, análisis y conexión entre bodegas y hostelería.
- WINEMAD refuerza el papel estratégico de restaurantes, hoteles y distribuidores como motor clave para la comercialización y posicionamiento del vino.

Madrid, 18 de mayo de 2026

Madrid International Wine Fair, WINEMAD, reforzará en su primera edición el **papel estratégico del canal HORECA dentro del sector vitivinícola con un amplio programa de actividades** orientadas al negocio, la formación, el análisis y la conexión profesional.

La feria, que **se celebrará en IFEMA Madrid los días 27, 28 y 29 de mayo**, pondrá el foco en uno de los principales motores del sector del vino: la hostelería. Restaurantes, hoteles, distribuidores y profesionales del sector tendrán un papel protagonista dentro de un modelo de feria concebido no solo como espacio expositivo, sino como una plataforma de trabajo y generación de oportunidades.

WINEMAD parte de una idea clara: el vino necesita fortalecer su conexión con el canal HORECA para ganar valor, posicionamiento y capacidad de crecimiento. Por ello, la feria desarrollará diferentes iniciativas, entre ellas el Foro HORECA, donde tendrá lugar más de 40 actividades profesionales, además del programa Safe Experience y el Madrid Wine Summit, uno de los grandes espacios de reflexión y análisis del evento.

Foro HORECA: más de 40 actividades para impulsar negocio y conocimiento



El Foro HORECA será uno de los grandes espacios de actividad dentro de WINEMAD. A lo largo de la feria se desarrollarán más de 40 propuestas orientadas a profesionales del sector, combinando análisis, tendencias, experiencias gastronómicas y herramientas prácticas para la mejora del negocio.

Estas actividades estarán enfocadas en cuestiones como la integración del vino en la experiencia gastronómica, nuevas tendencias de consumo, rentabilidad en hostelería, comercialización o conexión con el cliente.

El objetivo es ofrecer contenido útil y aplicable, alineado con las necesidades reales de bares, restaurantes, hoteles y distribuidores.

Share Experience: vino, gastronomía y experiencia profesional

Dentro de esta programación, Share Experience aportará un enfoque experiencial que conectará vino, gastronomía y hospitalidad, poniendo en valor la cultura del vino desde la calidad, el territorio y la experiencia del consumidor.

A través de diferentes propuestas, los asistentes podrán descubrir nuevas formas de integrar el vino en la oferta gastronómica y turística, reforzando una visión más vinculada al conocimiento y al valor añadido.

WINEMAD plantea así una visión del vino alejada del consumo rápido y centrada en la experiencia, el conocimiento y el valor añadido.

Madrid Wine Summit: el gran espacio de análisis estratégico del sector

Uno de los pilares de esta primera edición será el Madrid Wine Summit, concebido como el gran foro de análisis, debate y trabajo estratégico del sector vitivinícola dentro de WINEMAD.

Bajo el lema *“Retos compartidos, soluciones comunes. Analizar, debatir y avanzar”*, el Summit reunirá a bodegas, asociaciones, distribuidores, compradores, instituciones y profesionales del canal HORECA para abordar conjuntamente los principales desafíos que afectan al sector.

WINEMAD: negocio, conocimiento y conexión profesional

Con esta programación, WINEMAD refuerza su apuesta por un modelo de feria más útil, conectado con las necesidades reales del mercado y orientado a generar negocio y relaciones profesionales duraderas

La feria prevé reunir a más de 200 bodegas, 3.000 visitantes del sector HORECA y 232 compradores internacionales de 41 países que ya están inscritos, entre otros profesionales, consolidándose como un nuevo punto de encuentro para el sector del vino a nivel nacional e internacional.

Más información en: <https://winemad.es/>



CONVOCATORIA DE PRENSA

Inauguración de WINEMAD, la I Feria Internacional del Vino de Madrid

- La feria reunirá a más de 200 bodegas, 232 compradores internacionales inscritos de 41 países y más de 3.000 profesionales del canal HORECA.

Fecha: **miércoles, 27 de mayo de 2026**

13:00 -Llegada de autoridades, foto de familia y recorrido por la feria

13:30 –Bienvenida y acto inaugural. Intervienen:

- **Gerardo Correas**, presidente de WINEMAD.
- **Ángel Asensio**, presidente de la Cámara de Comercio de Madrid.
- **Asisten:** presidentes de consejos reguladores, directores generales de promoción agrícola, bodegueros y otros representantes del sector vitivinícola

13:45 – Vino de bienvenida y brindis institucional.

Lugar: Pabellón 5 de IFEMA Madrid.

*Imprescindible acreditarse en: sgarcia@cambacomunicacion.com

Madrid, 22 de mayo de 2026

WINEMAD – Madrid International Wine Fair celebrará **del 27 al 29 de mayo** su primera edición en el **pabellón 5 de IFEMA** Madrid, convirtiendo la capital en un gran punto de encuentro para el sector vitivinícola nacional e internacional. Durante tres días, la feria reunirá a bodegas, distribuidores, compradores, hostelería y profesionales del sector en un espacio orientado al negocio, la internacionalización y la conexión profesional.

Además de la zona expositiva, WINEMAD contará con un amplio programa de actividades, entre ellas el Madrid Wine Summit, un congreso centrado en el análisis y futuro del sector, así como una agenda de reuniones con compradores internacionales seleccionados procedentes de 41 países.



Más información en: <https://winemad.es/>

Puedes acreditarte ya en WINEMAD [aquí](#)



NOTA DE PRENSA

WINEMAD, la primera feria internacional del vino, llega a Madrid de la mano de BBVA

Madrid, 25 de mayo de 2026

La primera edición de WINEMAD, la I Feria Internacional del Vino de Madrid, reunirá a bodegas, distribuidores, inversores, startups y expertos de la industria vitivinícola en un espacio orientado a impulsar el negocio, la innovación y la proyección internacional del sector.

A la feria acudirán 200 bodegas y otros 200 distribuidores y compradores internacionales procedentes, principalmente, de Estados Unidos, Canadá, México, Reino Unido, Alemania, Francia, Suiza, China, Japón y Singapur.

BBVA es uno de los principales impulsores de este espacio que tiene como objetivo contribuir al desarrollo de nuevas oportunidades de crecimiento para las empresas del ecosistema vitivinícola, así como de fomentar la conexión entre profesionales, compañías y mercados internacionales.

Jaime Clavo, responsable del negocio agrario de BBVA en España, ha señalado que “el sector vitivinícola tiene un papel estratégico en la economía y en la proyección internacional de España. En BBVA queremos acompañar a bodegas y empresas del sector en su crecimiento, transformación e internacionalización, impulsando además modelos de negocio más sostenibles e innovadores. Iniciativas como WINEMAD contribuyen a reforzar la conexión del sector con mercados internacionales”.

Por su parte, el presidente de WINEMAD, Gerardo Correas, ha destacado que “contar con el apoyo de BBVA representa un respaldo fundamental para el crecimiento de la Feria y para su visión de construir un punto de encuentro internacional donde confluyen negocio, cultura y vino”.

Más información en: <https://winemad.es/>

Puedes acreditarte ya en WINEMAD [aquí](#)



NOTA DE PRENSA

Del 27 al 29 de mayo de 2026 en IFEMA Madrid

WINEMAD inaugura su primera edición con más de 3.300 profesionales registrados y más de 900 reuniones de negocio confirmadas

- La feria reúne a más de 200 bodegas, 232 compradores internacionales inscritos de 41 países y más de 3.300 profesionales.
- El Madrid Wine Summit analizará los grandes retos del sector vitivinícola con expertos, bodegas, distribuidores y profesionales del canal HORECA.

Madrid, 27 de mayo de 2026

IFEMA Madrid ha acogido hoy la inauguración oficial de la primera edición de WINEMAD – Madrid International Wine Fair, un nuevo encuentro profesional que, durante tres días, convertirá a Madrid en uno de los principales puntos de conexión entre bodegas, compradores internacionales, distribuidores y profesionales del canal HORECA.

El acto inaugural ha contado con la participación de **Gerardo Correas, presidente de WINEMAD**; **Narvay Quintero, consejero de Agricultura del Gobierno de Canarias**; **Carlos Martín Tobalina, viceconsejero de Economía de la Junta de Castilla y León**; **Martín Alemparte, director de la Axencia Galega de Calidade Alimentaria**; **Lucía Frías, responsable de Negocios Especializados en BBVA**, además de la presencia de otros representantes institucionales, presidentes de Denominaciones de Origen y profesionales del sector vitivinícola y gastronómico.

Durante su intervención en la inauguración, **Gerardo Correas, director de WINEMAD**, explicó que la feria “no nace para ser una feria más del vino, sino un espacio donde se creen alianzas y relaciones útiles para el sector”. Además, destacó la necesidad de consolidar Madrid como “un punto de referencia internacional para el vino, la gastronomía y el negocio”.

Por su parte, **Lucía Frías, responsable de Negocios Especializados en BBVA**, señaló que WINEMAD “es más necesario que nunca” en un contexto marcado por grandes retos para el



sector, como la evolución del consumo, las dificultades en el relevo generacional y un entorno cada vez más global, competitivo y exigente.

Carlos Martín Tobalina, viceconsejero de Economía de la Junta de Castilla y León, defendió la necesidad de seguir apoyando a las pymes y a la industria vinculada al sector primario, destacando además que “Madrid necesita y España merece una gran feria del vino”.

Martín Alemparte, director de la Axencia Galega de Calidade Alimentaria, puso en valor a Galicia como “tierra de diversidad productiva y variedades autóctonas”, destacando vinos caracterizados por su autenticidad, frescura y alineación con los nuevos hábitos de consumo.

Pedro Cerezuela, subdirector general de Industrias Agroalimentarias de la Junta de Andalucía, destacó la tradición vitivinícola andaluza y la relevancia de sus ocho denominaciones de origen dentro del panorama nacional.

Desde Canarias, **Luis Arráez, director general del Instituto Canario de Calidad Agroalimentaria**, subrayó el valor de las variedades únicas existentes en las islas y el creciente reconocimiento nacional e internacional de los vinos canarios.

Finalmente, **Daniel Martínez, vicepresidente de IFEMA Madrid**, destacó las fortalezas de WINEMAD como nuevo salón profesional y la importancia de celebrarlo en Madrid, “una ciudad de referencia para la gastronomía, la hostelería y los grandes encuentros internacionales”.

Más de 3.300 profesionales registrados y 900 reuniones de negocio

WINEMAD reúne en esta primera edición a más de 200 bodegas, 150 compradores internacionales seleccionados procedentes de 41 países y **más de 3.300 visitantes profesionales registrados**.

Además, la feria mantiene una **intensa actividad empresarial a través de su plataforma de networking. Antes incluso de la apertura oficial, ya se habían confirmado más de 900 reuniones de negocio** entre bodegas, compradores, distribuidores e importadores, que se desarrollarán durante las tres jornadas.

Este volumen de encuentros refleja el interés del sector por generar nuevas oportunidades comerciales y reforzar relaciones estratégicas en **una feria diseñada para facilitar conexiones reales y útiles para el negocio**.

Congreso, networking y actividades profesionales

Además de la actividad expositiva, WINEMAD desarrolla un amplio programa de contenidos y encuentros profesionales. Entre ellos destaca el **Madrid Wine Summit**, un congreso centrado en el análisis de los grandes retos del sector, así como el **Foro HORECA**, con más de 40 actividades relacionadas con gastronomía, comercialización, tendencias y experiencia de cliente.

La feria incluye también una agenda de reuniones internacionales y diferentes propuestas orientadas a reforzar la relación entre vino, hostelería y gastronomía.



Con la participación de bodegas nacionales e internacionales; compradores seleccionados de 41 países; y profesionales de toda la cadena de valor del vino, WINEMAD encara sus primeras jornadas consolidándose como un nuevo espacio de negocio, networking y proyección internacional para el sector vitivinícola.

Sobre WINEMAD

WINEMAD – Madrid International Wine Fair es una feria profesional del sector vitivinícola que celebra su primera edición del 27 al 29 de mayo de 2026 en el pabellón 5 de IFEMA Madrid. El encuentro reúne a bodegas, compradores internacionales seleccionados, distribuidores, profesionales del canal HORECA, instituciones y prensa especializada en un espacio orientado al negocio, la internacionalización y la conexión entre vino, gastronomía y hostelería.

Además de la zona expositiva, WINEMAD cuenta con congresos, actividades profesionales y una agenda de reuniones internacionales diseñada para generar oportunidades comerciales y fortalecer el posicionamiento del sector.

Más información en: <https://winemad.es/>



Foto 1- Organizadores y representantes institucionales durante la inauguración de WINEMAD



FOTO 2- La comitiva de la inauguración delante del stand de México





NOTA DE PRENSA

Del 27 al 29 de mayo de 2026 en IFEMA Madrid

Joris García, Best Sommelier of the Americas, destaca en WINEMAD la calidad y diversidad del vino español

- La zona de catas Share Experience aumenta un 30% su aforo ante la alta demanda de asistentes durante la feria.
- Expertos del sector alertan en WINEMAD sobre el impacto creciente del pedrisco, las heladas y la sequía en la producción vitivinícola

Madrid, 28 de mayo de 2026

WINEMAD – Madrid International Wine Fair ha vivido este jueves en IFEMA una intensa segunda jornada marcada por la alta participación profesional, el crecimiento de las actividades y el protagonismo internacional dentro de una feria que sigue consolidándose como nuevo punto de encuentro para el sector vitivinícola.

Uno de los nombres destacados del día ha sido el del canadiense **Joris García**, reconocido como Best Sommelier of the Americas 2025, que ha participado en varias ponencias y encuentros profesionales dentro del programa de actividades de la feria.

Durante sus intervenciones, Joris García puso en valor “la enorme riqueza de variedades autóctonas que tiene España”, así como la calidad y competitividad de los vinos españoles. Además, destacó que España ofrece “vinos extraordinarios con una relación calidad-precio muy difícil de encontrar en otros mercados internacionales”.

El sumiller también alabó el nacimiento de WINEMAD, señalando que “España necesitaba una feria internacional de estas características” y destacando la importancia de contar con un espacio capaz de reunir en un mismo lugar la diversidad y riqueza vitivinícola del país para competir con otros grandes encuentros internacionales del sector.



Aumenta el aforo de Share Experience por la alta demanda

La buena acogida de la feria y el elevado número de asistentes han llevado a la organización a **ampliar en un 30% el aforo de Share Experience**, el espacio de WINEMAD dedicado a catas, experiencias y actividades en torno al vino.

Esta zona se ha convertido en uno de los puntos con mayor actividad de la feria, reuniendo a profesionales del canal HORECA, distribuidores, compradores y expertos interesados en descubrir nuevas referencias, tendencias y formas de conectar vino y gastronomía.

El cambio climático preocupa al sector vitivinícola

Otro de los temas relevantes de la jornada ha sido el impacto del cambio climático sobre la viticultura, abordado en una de las ponencias desarrolladas por MAPFRE dentro del Madrid Wine Summit.

Durante la sesión se analizó cómo los eventos climáticos extremos están afectando cada vez más a la producción vitivinícola. Según los expertos participantes, **el pedrisco y las heladas son responsables de cerca del 80% de las pérdidas de cosecha en el sector.**

Aunque las heladas son menos frecuentes que hace años, el incremento de las temperaturas está adelantando los ciclos de muchos cultivos, exponiéndolos a episodios de frío en momentos especialmente sensibles para la viña.

También se abordó el aumento de fenómenos extremos relacionados con la sequía, recordando episodios especialmente duros como el registrado en 2023. Además, los expertos señalaron cómo el cambio climático está favoreciendo la aparición de nuevos competidores internacionales, con países como Reino Unido, que están comenzando a desarrollar producciones vitivinícolas en altitudes donde anteriormente no era viable cultivarlas.

Sobre WINEMAD

WINEMAD – Madrid International Wine Fair es una feria profesional del sector vitivinícola que celebra su primera edición del 27 al 29 de mayo de 2026 en el pabellón 5 de IFEMA Madrid. El encuentro reúne a bodegas, compradores internacionales seleccionados, distribuidores, profesionales del canal HORECA, instituciones y prensa especializada en un espacio orientado al negocio, la internacionalización y la conexión entre vino, gastronomía y hostelería.

Además de la zona expositiva, WINEMAD cuenta con congresos, actividades profesionales y una agenda de reuniones internacionales diseñada para generar oportunidades comerciales y fortalecer el posicionamiento del sector.



FOTO 1 Joris García durante su intervención en uno de los debates de WineMad







NOTA DE PRENSA

Del 27 al 29 de mayo de 2026 en IFEMA Madrid

WINEMAD, Feria Internacional del Vino de Madrid, se consolida como el encuentro de referencia profesional orientado al negocio y la internacionalización del vino

- La feria ha reunido a más de 200 bodegas, un centenar de compradores internacionales y más de 3.300 profesionales.
- WINEMAD ha superado las 900 reuniones de negocio entre bodegas y compradores, consolidando un modelo de feria centrado en generar oportunidades reales para el sector.

Madrid, 29 de mayo de 2026

WINEMAD – Madrid International Wine Fair ha clausurado hoy en IFEMA su primera edición dejando un balance muy positivo y consolidándose como un nuevo punto de encuentro profesional para el sector vitivinícola nacional e internacional.

Durante tres jornadas, la feria ha reunido a más de 200 bodegas; un centenar de compradores internacionales; y más de 3.300 profesionales registrados vinculados al canal HORECA, distribución, exportación, gastronomía e industria del vino.

La organización destaca especialmente el éxito del enfoque profesional de la feria, impulsada desde la iniciativa privada y concebida desde el primer momento como un espacio útil para el negocio, la internacionalización y la creación de relaciones comerciales reales dentro del sector.

Más de 900 reuniones de negocio y una intensa actividad profesional



Uno de los grandes objetivos de WINEMAD era convertirse en una feria verdaderamente orientada al trabajo comercial y los resultados empresariales. Y los datos de esta primera edición refuerzan precisamente ese planteamiento.

A través de su plataforma de networking y matchmaking, WINEMAD ha alcanzado las 910 reuniones de negocio entre bodegas, compradores internacionales, importadores, distribuidores y profesionales del canal HORECA.

La feria ha permitido que compradores internacionales pudieran conocer en un mismo espacio no solo grandes grupos y marcas consolidadas, sino también pequeñas y medianas bodegas con propuestas diferenciadas, variedades autóctonas y proyectos muy vinculados al territorio.

Durante la clausura de la feria, Gerardo Correas, presidente de WINEMAD, realizó una valoración muy positiva de esta primera edición y destacó especialmente “la respuesta del sector y el enorme nivel de actividad profesional que se ha vivido desde el primer día”.

Correas señaló que “WINEMAD nació con la idea de no ser una feria más del vino, sino un espacio donde realmente se generaran alianzas, relaciones comerciales y oportunidades para bodegas y compradores”.

Madrid Wine Summit y Share Experience: contenido, debate y experiencias

Otro de los grandes pilares de WINEMAD ha sido su programación de actividades profesionales y experienciales, que ha reforzado el carácter especializado de la feria.

El Madrid Wine Summit ha reunido durante tres días a cerca de **un centenar de ponentes nacionales e internacionales** en torno a una treintena de ponencias, mesas redondas y encuentros profesionales centrados en algunos de los grandes desafíos que afronta actualmente el sector vitivinícola.

Paralelamente, Share Experience se ha consolidado como uno de los espacios con mayor participación dentro de la feria, acogiendo decenas de catas y experiencias gastronómicas.

WINEMAD ya trabaja en su edición de 2027

Tras la buena acogida de esta primera edición, la organización de WINEMAD ha confirmado que ya se encuentra trabajando en la próxima convocatoria de la feria para 2027

El objetivo será seguir reforzando el posicionamiento internacional del evento, ampliar la presencia de compradores y bodegas y consolidar a Madrid como uno de los grandes puntos de encuentro profesionales del sector vitivinícola.

Sobre WINEMAD

WINEMAD – Madrid International Wine Fair es una feria profesional del sector vitivinícola que ha celebrado su primera edición del 27 al 29 de mayo de 2026 en el pabellón 5 de IFEMA Madrid. El encuentro ha reunido a bodegas, compradores internacionales seleccionados, distribuidores, profesionales del canal HORECA, instituciones y prensa especializada en un espacio orientado al negocio, la internacionalización y la conexión entre vino, gastronomía y hostelería.

Más información en: <https://winemad.es/>



Foto 1 El presidente de Winemad, Gerardo Correias, en la clausura de la primera edición de la Feria Internacional del Vino de Madrid



Foto 2: Bodegón de WINEMAD



WINEMAD ha aparecido en:



europa **press**

epEpagro | europa **press**

europa**press** | fotos

el**E**conomista.es

LA VANGUARDIA

LARAZÓN

ABC

20minutos

EL DEBATE

THEOBJECTIVE

▶ esdiario

SE2

 **OndaMadrid**

 **COPE**



Navarra
televisión 

rtvc  **RADIO TELEVISIÓN CANARIA**

Forbes

mercado **financiero**

notimérica

SIGLO XXI



PRESSDIGITAL  msn  Demócrata

Bolsamanía

Interempresas

Alimarket
Cuestión de confianza

ALIMENTOS
GASTRO, MARES & TENDENCIAS

MAGAZINE
ALIMENTOS

FINANCIAL
food

EXCELENCIAS
Gourmet

R VINOS Y RESTAURANTES

INFO**HORECA**

RETAIL**ACTUAL**

Gastronomia.com

ARAL 59 años
REVISTA DEL GRAN CONSUMO

Tapas

LAS GASTROCRÓNICAS
DE PACO HERNÁNDEZ

HORECA
Entertainment

vinetur

 AGRONEWS COMUNITAT VALENCIANA

 **tecnovino**

EL CORREO  DEL VINO

VINO
TENDENCIAS

La Semana Vitivinícola
REVISTA TÉCNICA DEL SECTOR VITIVINICOLA DESDE 1945

 *SaborVino*

ENÓLOGOS
LÍDER DE INFORMACIÓN ENOLÓGICA EN ESPAÑOL

LA PRENSA DEL **RIOJA**
VINO, GASTRONOMÍA Y TURISMO

Vinos **GLM**

MERCADOS
DEL VINO Y LA DISTRIBUCIÓN

VIVIR EL VINO



WineFluencer





EmpresasdeMurcia.com **EmpresasdeCartagena.com** **Diario de León**
Ciudad, Huerta y Región Ciudad, Campo y Mar Menor

El Día de Valladolid **El Día** de Soria **La Nueva Crónica** DIARIO LEONÉS DE INFORMACIÓN GENERAL **La Tribuna** GUADALAJARA



La Región **LA RIOJA**



EL BLOG FEROS



CORPORATE*
*2020.2025.



Medios internacionales:





XINHUANET



Página 24
El Mejor Periodismo Diario

WinesOf

