# WINE MAD

INTERNATIONAL WINE FAIR
**2027**

# DOSSIER INFORMATIVO

## 1.

## Qué es WINEMAD

**WINEMAD** – International Wine Fair es una feria profesional del vino que se celebra en Madrid y reúne a bodegas nacionales e internacionales, denominaciones de origen, instituciones, compradores, distribuidores, importadores, canal HORECA, prensa especializada y empresas vinculadas al sector vitivinícola.

**WINEMAD** nace con una idea clara: ser una feria útil, profesional y orientada al negocio. Es un espacio donde el vino, las regiones productoras, las bodegas y los profesionales del sector conectan con compradores, abren mercados, generan contactos comerciales y refuerzan su presencia en Madrid como capital institucional, empresarial, vinícola y gastronómica.

La próxima edición se celebra los días **15, 16 y 17 de marzo de 2027 en IFEMA Madrid.**

## 2.

## Objetivo de WINEMAD 2027

**WINEMAD 2027** se consolida como una gran plataforma profesional para el vino, con clara vocación internacional y un planteamiento orientado a negocio.

No se plantea únicamente como una feria de exposición, sino como una herramienta útil para bodegas nacionales e internacionales, denominaciones de origen, instituciones, comunidades autónomas y empresas vinculadas al sector.

Su objetivo es ayudar a vender, posicionar territorios, abrir mercados y reforzar la imagen del vino como parte esencial de la identidad agroalimentaria, turística, cultural y económica de cada región.

## 3.

# Madrid como plataforma internacional del vino

Madrid es uno de los grandes valores de **WINEMAD**. Es capital institucional, centro económico, punto de conexión internacional, destino gastronómico, ciudad de congresos y sede de empresas.

**WINEMAD** quiere aprovechar esta posición para convertirse en una plataforma de relación, promoción y negocio para el vino.

## 4.

# Perfil profesional de la feria

**WINEMAD** es una feria exclusivamente profesional. Está dirigida a:

- Bodegas nacionales e internacionales.
- Denominaciones de origen y consejos reguladores.
- Instituciones, comunidades autónomas y organismos de promoción.
- Compradores nacionales e internacionales.
- Distribuidores, importadores y responsables de compra.
- Canal HORECA, restauración, hoteles, sumilleres y tiendas especializadas.
- Prensa especializada y prescriptores.
- Empresas proveedoras y colaboradoras del sector.

El objetivo no es organizar una feria de público general, sino un espacio de trabajo orientado a contactos, reuniones, visibilidad, acuerdos comerciales y promoción sectorial.

## 5.

# Internacionalización personalizada

Uno de los grandes ejes de **WINEMAD 2027** será la internacionalización personalizada. No se trata solo de atraer compradores internacionales de forma general, sino de identificar qué mercados interesan a cada comunidad autónoma, denominación de origen o grupo de bodegas.

Para ello, **WINEMAD** trabajará previamente con instituciones, denominaciones y bodegas para conocer:

- Países prioritarios.
- Perfiles de comprador de interés.
- Canales que se quieren reforzar.
- Mercados con mayor potencial.
- Tipos de vino a posicionar.
- Necesidades concretas de cada territorio.

A partir de esa información, WINEMAD centrará sus esfuerzos en la captación de compradores, importadores, distribuidores, prescriptores y perfiles profesionales de interés.

## 6.

# Programa de compradores y hosted buyers

**WINEMAD 2027** contará con un programa de compradores y hosted buyers orientado a generar reuniones útiles y contactos de valor.

El programa trabajará sobre tres líneas:

**Compradores internacionales de interés general**
Perfiles vinculados a importación, distribución, compra especializada, canal HORECA, retail, grandes cuentas y prescripción.

**Compradores personalizados por región**
Perfiles profesionales especialmente interesantes para determinadas bodegas, denominaciones o territorios.

**Peticiones específicas de compradores**
Las instituciones, consejos reguladores y bodegas podrán proponer compradores, importadores o distribuidores estratégicos para intentar incorporarlos al programa de invitaciones de la feria.

El objetivo es que la participación en WINEMAD se mida no solo por número de visitantes, sino por la calidad de los contactos, la utilidad de las reuniones y la capacidad real de abrir oportunidades de negocio.

## 7.

## App profesional y matchmaking

**WINEMAD** contará con una app profesional para facilitar el networking, la gestión de contactos y la organización de reuniones.

A través de la app, los expositores podrán:

- Completar su perfil profesional.
- Consultar perfiles de compradores.
- Solicitar reuniones.
- Aceptar citas.
- Organizar su agenda.
- Hacer seguimiento de contactos.
- Preparar mejor su participación.

El uso activo de la app será clave para aprovechar la feria y convertir la participación en oportunidades comerciales reales.

## 8.

## Asistente dedicado para cada bodega

Con el objetivo de ofrecer una atención más cercana, WINEMAD asignará un asistente dedicado a las bodegas participantes.

Este asistente será la conexión directa entre el expositor y la organización, ayudando en cuestiones relacionadas con agenda, compradores, uso de la aplicación, logística, necesidades del stand, participación en actividades y coordinación con instituciones.

La idea es que las bodegas no se sientan solas dentro de la feria, sino acompañadas antes, durante y después del evento.

## 9.

## Canal HORECA, gastronomía y consumo

**WINEMAD 2027** dará especial importancia al canal HORECA. Uno de los grandes retos del sector vitivinícola es recuperar presencia real en restaurantes, hoteles, bares, cartas, barras, experiencias gastronómicas y espacios de consumo.

La feria permitirá acercar los vinos a restauradores, sumilleres, distribuidores nacionales, tiendas especializadas y profesionales de la hostelería. WINEMAD quiere ser un punto de encuentro entre bodegas, territorio y canal HORECA.

## 10.

## Acciones propias dentro de la feria

**WINEMAD 2027** permitirá desarrollar acciones específicas dentro de la feria para dar mayor visibilidad a bodegas, instituciones, territorios y productos.

Entre ellas:

- Catas maridadas.
- Presentaciones profesionales.
- Actividades vinculadas a variedades, denominaciones o productos singulares.
- Presentación de campañas de promoción.
- Acciones vinculadas a gastronomía y territorio.
- Rutas enoturísticas.
- Variedades autóctonas.
- Proyectos estratégicos.

Estas acciones deberán trabajarse con antelación para organizar horarios, necesidades técnicas, aforos, comunicación y selección del público objetivo.

## 11.

## Espacios profesionales y contenidos

**WINEMAD** puede contar con diferentes espacios profesionales orientados a la exposición, el networking, la degustación, la comunicación y el contenido sectorial. Entre los espacios previstos o en desarrollo se encuentran zonas de catas, espacios de reunión, áreas de networking, zona de prensa, propuestas vinculadas a vino y gastronomía y espacios de contenido profesional.

La denominación final de algunos espacios puede ajustarse en función del plano definitivo y de la programación oficial de la feria.

## 12.

## Comunicación y visibilidad

**WINEMAD** trabajará la comunicación con un enfoque profesional, poniendo en valor a los expositores, territorios, bodegas, actividades y oportunidades de negocio.

Las acciones de visibilidad podrán incluir:

- Presencia en web.
- Mención en comunicaciones profesionales.
- Difusión de actividades.
- Convocatoria a compradores.
- Convocatoria a prensa especializada.
- Programación de catas.
- Entrevistas.
- Contenidos audiovisuales.
- Presencia en materiales de feria.

La comunicación no buscará mensajes vacíos, sino reforzar el valor de cada territorio, sus bodegas y sus oportunidades de negocio.

# 13.

# Servicios incluidos para las bodega

La participación podrá incluir servicios básicos para facilitar el trabajo de las bodegas durante la feria, entre ellos:

- Alta del expositor en la plataforma de gestión de **WINEMAD**.
- Acceso a la App oficial de **WINEMAD** y al sistema de matchmaking profesional.
- Posibilidad de solicitar y recibir reuniones con compradores, distribuidores, importadores y hosted buyers.
- Inclusión de la bodega o empresa en el directorio oficial de expositores y en la web de **WINEMAD**.
- Acceso a la agenda profesional y a la información sobre perfiles participantes.
- Asistente dedicado para cada bodega, como punto de apoyo y acompañamiento antes y durante la feria.
- Teléfono de asistencia durante la feria para resolver incidencias y necesidades operativas.
- Zona común de reuniones y espacios de networking.
- Punto de atención al expositor y asistencia durante la feria.
- Guía práctica del expositor, plano actualizado y acceso a toda la información operativa.
- Plantilla digital de participación o sello de expositor **WINEMAD 2027** para facilitar la comunicación propia de cada bodega.
- Pack básico de bienvenida para el servicio de vino, compuesto por escupidera, cubitera y sacacorchos.
- Acceso a catas, encuentros profesionales y actividades comerciales según programación.

Estos servicios buscan que la bodega pueda centrarse en lo importante: presentar sus vinos, atender compradores y generar negocio.

## 14.

## Retorno para el expositor

La participación en **WINEMAD** debe medirse en varios niveles:

- Contactos comerciales.
- Reuniones profesionales.
- Compradores cualificados.
- Visibilidad ante la prensa.
- Posicionamiento internacional.
- Relación con canal HORECA.
- Nuevas oportunidades de distribución.
- Presencia dentro de una plataforma profesional de crecimiento.

**WINEMAD** trabajará antes de la feria en la preparación de agendas, actividades, comunicación y compradores de interés.

## 15.

## Contacto

**WINEMAD 2027**
Madrid International Wine Fair
info@winemad.es
+34 91 716 38 72
www.winemad.es