

FENAVIN Match consolida oportunidades internacionales para el vino español en mercados estratégicos como Reino Unido

- Los compradores británicos muestran interés por vinos sostenibles, con baja graduación alcohólica y propuestas innovadoras adaptadas a las nuevas tendencias de consumo
- Las regiones emergentes, la narración de historias, la oferta de experiencias personalizadas y la sostenibilidad impulsarán nuevas oportunidades para los productores españoles en el mercado británico

Ciudad Real, 12-05-2026. FENAVIN Match, el nuevo instrumento de negocio del sector vitivinícola que se celebrará los días 2 y 3 de junio en el IFEDI (Ciudad Real), consolida oportunidades internacionales para el vino español en mercados estratégicos como Reino Unido.

En este sentido, **Gerald Lawson-Tancred**, delegado de FENAVIN Match en Reino Unido, destaca que “FENAVIN es una feria muy reconocida en el sector vitivinícola británico” y subraya la valoración positiva de algunos de los importadores más importantes que han estado presentes en ediciones anteriores como Berkmann, Hallgarten, Indigo Wines, C&C Group, Alliance, Thorman Hunt y Berry Brothers & Rudd.

Lawson-Tancred señala que uno de los principales atractivos de FENAVIN “reside en la importante representación del vino español y en la presencia tanto de pequeñas bodegas como de grandes grupos vitivinícolas”. Una diversidad que permite ofrecer una visión completa, competitiva y especializada del sector vitivinícola español.

En relación a las preferencias actuales del mercado británico, la sostenibilidad se ha convertido en un concepto clave dentro de la industria del sector. El creciente interés por los vinos ecológicos, naturales/orange y biodinámicos muestra las tendencias y preferencias del comprador, así como el rechazo hacia las botellas pesadas.

Cabe destacar que España mantiene una excelente reputación en Reino Unido gracias a su buena relación calidad-precio, especialmente en categorías accesibles y adaptadas a las nuevas demandas del consumidor.

Por otro lado, Lawson-Tancred apunta que algunos compradores británicos han mostrado una evolución en sus preferencias “hacia vinos con menor presencia de roble americano y francés”, apostando por expresiones más refinadas y elegantes, donde “la Garnacha española lidera esta tendencia con vinos de mínima influencia de roble y estilos más frescos”, afirma.

Respecto a la evolución del mercado en los próximos años, se prevé un crecimiento de la venta online y de los modelos de venta directa al consumidor (DTC), donde la inteligencia artificial tendrá un papel cada vez más relevante en el desarrollo de modelos de suscripción que ofrecerán la personalización de experiencias y servicios exclusivos para los clientes.

Asimismo, las bebidas listas para consumir (RTD) a base de vino y las categorías con baja o nula graduación alcohólica ganan protagonismo en Reino Unido, consolidándose como uno de los segmentos con mayor potencial de crecimiento e innovación dentro del sector.

En cuanto a las claves para consolidarse en Reino Unido, Gerald Lawson-Tancred recomienda a las bodegas españolas “buscar importadores que se adapten al perfil y necesidades de sus vinos”. En el caso de las bodegas más pequeñas, aconseja “identificar distribuidores especializados en el canal horeca” y ampliar la búsqueda más allá de Londres, con el foco también en ciudades como Manchester, Belfast, Edimburgo o Cardiff.

Además, es fundamental que los productores españoles de vinos de alta gama refuercen el posicionamiento de sus marcas en un mercado británico. En este sentido, las regiones emergentes, la narración de historias y la sostenibilidad son elementos clave para impulsar nuevas oportunidades comerciales en un mercado en constante evolución.

FENAVIN Match continúa trabajando en la captación de compradores internacionales y nacionales con el objetivo de consolidar un espacio de negocio altamente especializado, eficiente y orientado a resultados. Oportunidades comerciales que se impulsarán mediante reuniones con un objetivo común: solo contactos, solo oportunidades, solo negocio.