

## FENAVIN Match refuerza la presencia del vino español en los mercados nórdicos

- Los compradores nórdicos priorizan los vinos frescos, equilibrados y gastronómicos, con especial interés por blancos, rosados, espumosos de calidad y tintos más elegantes y menos pesados
- España se mantiene entre los principales países de origen en ventas de vino en los países nórdicos

**Ciudad Real, 22-05-2026.** 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), refuerza la presencia del vino español en los mercados nórdicos. La iniciativa consolida las oportunidades comerciales en Suecia, Noruega, Finlandia y Dinamarca, donde España se mantiene entre los principales países de origen en ventas de vino.

La delegada de FENAVIN Match en los mercados nórdicos, **Katarina Holmér**, destaca que “FENAVIN Match desempeña un papel estratégico en el mercado nórdico, donde el vino español mantiene una posición consolidada y relevante entre los principales países proveedores”.

En palabras de Holmér, “Suecia, Noruega y Finlandia operan bajo un sistema de monopolio estatal de venta minorista, con procesos de compra estructurados, transparentes y orientados a criterios muy específicos”. Mientras que Dinamarca “funciona como un mercado abierto, más orientado al retail tradicional, supermercados y tiendas especializadas”, afirma.

En cuanto a las tendencias de mercado, los compradores nórdicos buscan vinos adaptados a un consumidor cada vez más consciente, selectivo y orientado a la sostenibilidad. Valoran no solo la calidad del producto, sino también su origen, su forma de producción y el impacto medioambiental.

En este contexto, crece el interés por los vinos ecológicos, veganos, biodinámicos y de mínima intervención, así como proyectos con certificaciones medioambientales. Además, ganan relevancia las preferencias por los envases con menor huella climática, como botellas ligeras, bag-in-box premium, PET, latas o cartón, según el segmento.

Asimismo, aumenta la demanda de vinos con menor graduación alcohólica y de alternativas sin alcohol, siempre que mantengan una propuesta sólida en términos de calidad y experiencia sensorial.

En cuanto a estilos, los compradores nórdicos buscan vinos frescos, equilibrados y gastronómicos, con especial interés en blancos, rosados, espumosos de calidad y tintos más elegantes y ligeros. Al mismo tiempo, crece el interés por vinos premium accesibles, con origen claro, con autenticidad, variedades autóctonas y una historia creíble detrás de la bodega.



El consumidor nórdico, según Holmér, presenta un perfil “informado, curioso y abierto a descubrir nuevas regiones, variedades y estilos, aunque muestra menor fidelidad a una marca concreta”. Por ello, los vinos con identidad clara, calidad consistente y una propuesta comercial bien definida cuentan con mayores posibilidades de éxito.

Además, la delegada de FENAVIN Match destaca que “Dinamarca es un mercado más abierto que puede actuar como plataforma de visibilidad y construcción de marca”, mientras que Suecia, Noruega y Finlandia requieren “propuestas más precisas, estructuradas y adaptadas a sus sistemas de compra”, señala.

Las oportunidades para el vino español en los mercados nórdicos residen en proyectar una imagen de España más diversa, contemporánea y orientada al valor, y no solo al volumen o al precio, lo que refuerza su posicionamiento competitivo en la región.

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