

FENAVIN Match reúne a compradores de todo el mundo en una intensa primera jornada de negocio

- **Importadores y distribuidores de Reino Unido, Turquía, Brasil, Costa Rica y España destacan la eficacia del sistema de reuniones y el potencial del vino español en los mercados internacionales**

Ciudad Real, 02-06-2026.- FENAVIN Match 2026 ha celebrado hoy su primera jornada de trabajo en el IFEDI de Ciudad Real con una intensa actividad comercial que ha reunido a compradores nacionales e internacionales procedentes de mercados estratégicos para el vino español. Importadores, distribuidores y responsables de compra han destacado la eficacia del sistema de reuniones programadas y la oportunidad que supone este nuevo formato para generar contactos, descubrir nuevas referencias y abrir oportunidades de negocio.

Desde Turquía, Süha Balin, representante de Vinotto Wine en Estambul, ha puesto en valor la dimensión internacional del encuentro. Habitual de las citas organizadas por FENAVIN desde hace más de una década, considera que se trata de una feria “muy grande e importante a nivel mundial”, donde ha podido descubrir nuevos vinos y desarrollar relaciones comerciales con bodegas españolas.

En esta edición, su objetivo pasa por encontrar vinos de calidad para incorporar a la oferta que distribuye en hoteles y restaurantes turcos, con especial interés en variedades como Albariño y Tempranillo. Balin destaca que FENAVIN Match permite conocer nuevas bodegas, catar vinos y ampliar la cartera de productos, al tiempo que defiende la importancia de este tipo de encuentros por su valor estratégico para compradores y productores.

La representante de compradores del Reino Unido, Rebecca Lawson-Tancred, ha participado por primera vez en FENAVIN Match y ha valorado muy positivamente la evolución del formato. Según ha señalado, el sistema de reuniones permite mantener un elevado número de contactos en una sola jornada, convirtiéndose en una herramienta “muy útil y eficiente” para el desarrollo de la actividad comercial.

Lawson-Tancred explica que el mercado británico muestra actualmente un creciente interés por los vinos de baja graduación alcohólica, los vinos sin alcohol, ecológicos, veganos y biodinámicos, así como por aquellos productos capaces de transmitir una historia y una conexión directa con la bodega. “Los consumidores quieren conocer cada vez más el origen del vino y el relato que hay detrás de cada botella”, afirma. Asimismo, destaca que FENAVIN Match ofrece una excelente oportunidad para fortalecer las relaciones entre productores y compradores internacionales gracias a un formato ágil y orientado a resultados.

La dimensión internacional de la jornada se ha completado con la participación de representantes de mercados latinoamericanos como Costa Rica y Brasil. Fabián Ortega, de Inversiones MPM, ha acudido a FENAVIN Match para identificar nuevas oportunidades de negocio y conocer las tendencias que están transformando el sector. En su opinión, el formato favorece encuentros directos y personalizados que permiten avanzar en negociaciones más eficientes

Ortega señala que el consumidor costarricense muestra una importante demanda de vinos blancos, semidulces y dulces, impulsada por las condiciones climáticas y por la incorporación de nuevos consumidores jóvenes. Al mismo tiempo, continúan gozando de gran aceptación los vinos españoles tradicionales procedentes de regiones como Rioja y Castilla-La Mancha, así como referencias de mayor valor añadido como los albariños.

Por su parte, Carlos Calderón, propietario de la importadora brasileña Urban Wines, participa en FENAVIN Match con el objetivo de descubrir nuevos productos y fortalecer relaciones con bodegas con las que ya trabaja. Considera que este formato concentrado facilita el networking y permite detectar oportunidades de negocio de manera más eficiente que en grandes certámenes feriales. Respecto al mercado brasileño, destaca una evolución de las preferencias de los consumidores hacia vinos más frescos y jóvenes, aunque el factor precio continúa siendo determinante.

El vino español refuerza su proyección internacional

La capacidad del encuentro para conectar mercados también ha sido destacada por José María Fraile, socio fundador de la bodega navarra Tándem. Su proyecto apuesta por vinos naturales, de mínima intervención y con una marcada vocación gastronómica. En su primera valoración de FENAVIN Match, subraya que el encuentro le ha permitido iniciar contactos con potenciales compradores de mercados tan diversos como Noruega y Perú.

Fraile destaca especialmente la utilidad de la herramienta de citas, que considera intuitiva y eficaz para organizar reuniones en función del perfil comercial de cada bodega. A su juicio, el sistema facilita el acceso a contactos cualificados y contribuye a dinamizar el sector en un momento en el que resulta fundamental abrir nuevas vías de comercialización y acercar el vino a nuevos públicos.

También desde el ámbito nacional, Óscar Expósito López, responsable del departamento de Líquidos del Hipermercado E.Leclerc, ha valorado FENAVIN Match como una oportunidad para ampliar surtidos, reforzar la relación con proveedores habituales e incorporar nuevas referencias a su catálogo. Según explica, la plataforma ha permitido organizar de forma eficiente una agenda con más de una quincena de reuniones durante la primera jornada.

Expósito destaca además el buen posicionamiento de los vinos de Castilla-La Mancha en el mercado gracias a su excelente relación calidad-precio y considera que encuentros como este favorecen la visibilidad de nuevas referencias y el contacto directo entre bodegas y compradores.

La primera jornada de FENAVIN Match ha confirmado así el interés que despierta el vino español en mercados de todo el mundo y el valor de un formato diseñado para maximizar las oportunidades comerciales mediante reuniones directas entre oferta y demanda. Durante dos días, Ciudad Real se convierte en un punto de encuentro estratégico para el negocio internacional del vino, donde compradores y bodegas comparten un objetivo común: generar contactos, crear oportunidades y cerrar acuerdos.