

Sonia González subraya la gran satisfacción de los profesionales de sector con el nuevo modelo “FENAVIN Match” y anuncia su continuidad en el futuro

- **La coordinadora institucional de la Feria Nacional del Vino y el director de la misma, Manuel Juliá, han recorrido los espacios de negocio y han destacado el éxito de las reuniones comerciales entre bodegas y compradores**

Ciudad Real, 03-06-2026.- La coordinadora institucional de FENAVIN Match, Sonia González, acompañada por el director de la Feria Nacional del Vino, Manuel Juliá, ha visitado durante la jornada de hoy los espacios de negocio donde se están desarrollando centenares de encuentros comerciales entre bodegas y compradores nacionales e internacionales.

Durante el recorrido por los despachos habilitados para las reuniones “cara a cara”, González ha realizado un balance muy positivo de la evolución de esta primera edición del nuevo formato de FENAVIN, centrado exclusivamente en la generación de oportunidades de negocio y la internacionalización del sector vitivinícola.

La vicepresidenta segunda de la Diputación y coordinadora de la feria ha destacado que las impresiones recogidas directamente entre las bodegas participantes reflejan un amplio respaldo a la nueva orientación de la feria, de hecho, “se están celebrando centenares de reuniones cara a cara entre compradores y bodegas y puedo adelantar que la satisfacción del sector es unánime”.

González ha explicado que, tras mantener conversaciones con numerosas empresas expositoras, especialmente de la provincia de Ciudad Real, el balance que trasladan es claramente favorable. “Nos han manifestado la satisfacción con este formato nuevo de FENAVIN Match. El balance está siendo muy positivo”, ha señalado.

Sonia González también ha puesto en valor la elevada actividad comercial registrada desde antes incluso de la apertura oficial de la feria. En este sentido, ha recordado que la organización ya contaba con una intensa agenda de contactos previamente cerrados, “antes de comenzar FENAVIN Match ya había concertadas más de 2.000 reuniones programadas”. Asimismo, ha destacado que esa cifra inicial se ha visto ampliamente reforzada con nuevos encuentros generados durante los dos días de desarrollo de la feria.

La coordinadora de FENAVIN ha avanzado que la buena acogida por parte del sector confirma la validez de un modelo que apuesta por la eficiencia comercial y la rentabilidad de la participación empresarial, por ello, “este formato viene para quedarse, porque ese es el sentir que nos está manifestando generalmente el sector y nuestras bodegas”, en los años en los que no se celebra la Feria Nacional del Vino que tiene carácter bienal.

La vicepresidenta ha subrayado que la nueva identidad de FENAVIN Match responde a la voluntad de reforzar el papel de la feria como herramienta de comercialización y apertura de mercados para las empresas vitivinícolas, “nos centramos únicamente en el negocio, en las oportunidades y en la comercialización, es también la esencia de lo que pretendía ser esta primera edición”. Por todo ello, ha manifestado una gran satisfacción de la organización ante la

respuesta obtenida por parte de los profesionales participantes. No obstante, González ha recordado que el verdadero éxito de la feria se medirá por la capacidad de transformar los contactos establecidos en operaciones comerciales concretas que contribuyan al crecimiento del sector. En este sentido ha manifestado que “si es importante que se lleguen a realizar esas reuniones, más importante aún es que cristalicen en acuerdos comerciales, porque eso será muy positivo para la provincia y también para el sector vitivinícola de todo el país”.

La visita de Sonia González y Manuel Juliá ha permitido comprobar sobre el terreno el intenso ritmo de trabajo que se desarrolla en los espacios profesionales de FENAVIN Match, consolidando a la feria como uno de los principales puntos de encuentro para la promoción, comercialización e internacionalización del vino español.