



INFORME  
DE FERIA

---

2024



# Expovina Primavera

Zúrich

4 a 11 de abril de 2024

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Berna

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



INFORME  
DE FERIA

08 de mayo de 2024  
Berna

Este estudio ha sido realizado por  
David Rosales Huergo

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Berna

<http://suiza.oficinascomerciales.es>

© Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 224240140



# Índice

<b>1. Perfil de la Feria</b>	<b>4</b>
1.1. Ficha técnica	4
1.2. Sectores y productos representados. Tipología de feria	5
1.3. Datos de la edición 2024	5
<b>2. Descripción y evolución de la Feria</b>	<b>6</b>
2.1. Ubicación	6
2.2. Servicios ofrecidos	7
2.3. Datos estadísticos de participación	7
2.4. Actividades paralelas de la feria	11
<b>3. Tendencias y novedades presentadas</b>	<b>12</b>
3.1. Tendencias globales	12
<b>4. Anexos</b>	<b>16</b>
4.1. Transporte a la feria	16
4.2. Servicios dentro del recinto ferial	16
4.3. Recomendaciones	17
4.4. Direcciones de interés	17
4.5. Listado de expositores	17





# 1. Perfil de la Feria

## 1.1. Ficha técnica

<b>EXPOVINA PRIMAVERA 2024</b>	<b><u>Primavera I Expovina</u></b>
<b>Fecha de celebración del evento</b>	04 a 11 de abril de 2024
<b>Fechas de la próxima edición</b>	03 a 10 de abril de 2025
<b>Frecuencia, periodicidad, N.º de ediciones</b>	Anual, abril 18.ª edición
<b>Lugar de celebración</b>	Puls 5 – Giessereihalle - Giessereistrasse 18, 8005 - Zürich - West 04 de abril (jornada de apertura): de 16:00 – 21:00 h
<b>Horario de la feria</b>	De lunes a sábado: de 14:00 – 21:00 h Domingo: de 12:00 – 18:00 h 11 de abril (última jornada): de 14:00 a 20:00 h
<b>Precio de entrada y del espacio</b>	30.- CHF para visitantes. Precio para expositores: Primavera medio (6 m <sup>2</sup> ): A partir de 4.400 CHF Primavera grande (8 m <sup>2</sup> ): A partir de 5.300 CHF Doppio (12 m <sup>2</sup> ): dependiendo disponibilidad. Expovina organiza dos eventos adicionales en la ciudad de Zürich:
<b>Otros datos de interés</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Expovina Wine Trophy 2024 (del 5 al 12 de julio de 2024) – se celebra desde 1983</li><li>• Expovina Weinschiffe 2024 (del 31 de octubre al 11 de noviembre de 2024) – 68.ª edición</li></ul> <p>La feria cuenta con aplicación móvil propia, desarrollada en colaboración con DeguVino. De esta manera, la organización ofrece también su catálogo de manera electrónica demostrando su concienciación con la sostenibilidad.</p> <p>A su vez Expovina, cuenta con perfiles en las siguientes redes sociales:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• LinkedIn: <a href="#">EXPOVINA</a></li><li>• Instagram: <a href="#">@expovina</a></li><li>• Facebook: <a href="#">@Expovina</a></li><li>• YouTube: <a href="#">@expovina_oficial</a></li></ul>

## 1.2. Sectores y productos representados. Tipología de feria

Expovina Primavera es una feria monográfica del sector del vino, que actúa como importante punto de venta bianual para los expositores. Está dirigida fundamentalmente al consumidor final, aunque también es visitada por los representantes del canal HORECA, en cuanto que es el evento, junto con su edición de otoño, Expovina Weinschiffe, más destacado del sector. Para participar, en ambas ediciones, como expositor es necesario ser empresa suiza y tener venta directa al consumidor. Desde 1983, los promotores de Expovina, organizan el concurso internacional de vinos, el EWTZ Expovina Wine Trophy.<sup>1</sup>

En Suiza son habituales las ferias que funcionan como puntos de venta directa al consumidor final. Además de la ya mencionada Expovina, también cabe destacar a su vez las ferias [Berner Weinmesse](#) o [Weinfestival Basel](#).

Al contrario que en sus países vecinos, en Suiza no existe ninguna feria monográfica del vino profesional y dirigida a búsqueda de distribución. Los profesionales suizos del sector suelen acudir a otras ferias europeas como [ProWein](#) (Alemania), [Vinexpo](#) (Francia), [VinItaly](#) (Italia), [Fenavin](#) (España), [Barcelona Wine Week](#) (España) o [Millésime Bio](#) (Francia). La única feria de carácter profesional en Suiza donde el vino está presente es la feria bienal [IGEHO](#), dirigida a gastronomía. La representación del vino es exigua y básicamente a través de distribuidor o productor suizo.

## 1.3. Datos de la edición 2024

Según los datos publicados por la organización, la feria contó con más de 12.000 visitantes, 680 expertos y más de 2.000 vinos de todo el mundo. Este año, para añadir aún más valor a la experiencia de los asistentes, la organización introdujo la iniciativa: «Pop-Up Corners». Estos espacios especiales, sumando un total de ocho, ofrecieron a los productores una plataforma única para la presentación y la innovación de sus productos. Los «Pop-Up Corners» permitieron descubrir nuevos vinos durante el evento, incluyendo aquellos de categorías como vinos naturales y especialidades de regiones menos conocidas. Más que simplemente un lugar de exhibición, estos espacios actuaron como puntos de encuentro que conectaron a los proveedores con una variedad de servicios relacionados con el vino, tales como organizaciones de viajes enológicos y oportunidades educativas.

Paralelamente, de manera gratuita (previa inscripción), se celebraron 22 catas de vino (*Masterclasses*) con expertos enólogos en las que participaron más de 400 personas.

---

<sup>1</sup> En el pasado, ha habido acuerdos, de carácter excepcional, con instituciones o empresas españolas que han participado de la mano de los distribuidores suizos.

## 2. Descripción y evolución de la Feria

Esta icónica feria, fundada en 1953 por J.F. Sauter en Zúrich a bordo del barco Linth, ha consolidado su reputación como una de las plataformas más destacadas para la promoción y comercialización del vino en Suiza. Cada año, atrae a más de 60.000 visitantes a través de sus tres marcas distintivas.

Tras 68 años bajo la dirección de la familia Sauter, esta exposición fue adquirida en 2022 por la agencia de marketing Aroma. Su adquisición no solo marca un hito en la historia de Expovina, sino que también promete una nueva era de desarrollo estratégico mientras se conserva su tradicional herencia. Esta agencia se ha comprometido a impulsar el crecimiento y la innovación de las tres marcas, manteniendo al mismo tiempo el espíritu y la autenticidad que han caracterizado a Expovina a lo largo de los años. Cabe mencionar que debido a los efectos de la pandemia no se celebró durante dos ediciones.

### 2.1. Ubicación

Como en las ediciones anteriores, la feria tuvo lugar en el Puls 5 (Giessereihalle) - Giessereistrasse 18, 8005 - Zúrich – West (véase la imagen 1).

Por las características del evento no existen pabellones nacionales, sino que cada stand se organiza individualmente.

Con el objetivo de facilitar la identificación por parte de los visitantes de la procedencia de la cartera de vinos de cada empresa, estas cuentan con la posibilidad de posicionar el nombre del país de procedencia (o región en caso de los vinos suizos) al lado del de su empresa.

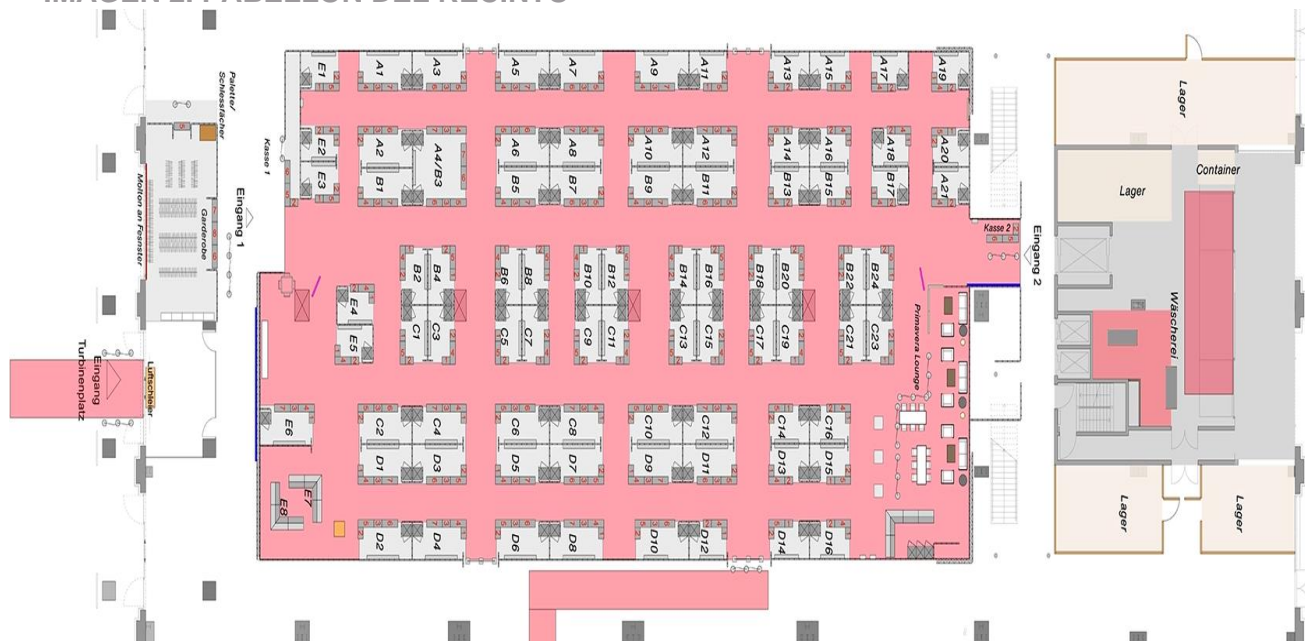
A continuación, en la Imagen 2 se muestra la distribución del pabellón. Para más información sobre los expositores, véase el [Anexo 4.5](#) de este mismo informe de feria.

IMAGEN 1. PABELLÓN PULS, 5 ZÚRICH-WEST



Fuente: Elaboración propia.

IMAGEN 2. PABELLÓN DEL RECINTO



Fuente: Página web de Expovina.

## 2.2. Servicios ofrecidos

Expovina ofrece una oportunidad de fácil acceso para particulares y miembros del canal HORECA suizo de conocer y degustar nuevos vinos e identificar nuevas tendencias del mercado, además de otorgar la posibilidad de conectar con más de 600 expertos que asisten a esta feria.

## 2.3. Datos estadísticos de participación

TABLA 1. EL EVENTO EN CIFRAS. 2024

Expositores	Estands	Pop-up Corners	Vinos	Países representados	Asistencia
90	83	8	2.092	30	12.000

Fuente: Página web y LinkedIn de Expovina.

Como ya se ha comentado anteriormente, la naturaleza de la feria excluye a participación de bodegas españolas como expositor. No obstante, muchas bodegas han estado representadas a través de detallistas suizos, incluso varios de ellos españoles o de origen español. Destacando que, de los 2092 vinos presentes en el catálogo oficial de la feria, más de 250 han sido españoles, situándose alrededor del 12 % del total. A continuación, en la Tabla 2 se muestran todos aquellos expositores que presentaron vinos españoles. Se especifica en la tabla, las denominaciones de

origen de los vinos españoles, así como el porcentaje de vinos españoles presentados en la feria por el correspondiente expositor.




TABLA 2. EMPRESAS PARTICIPANTES CON OFERTA DE VINOS ESPAÑOLES

Empresa	N.º Vinos expuestos	N.º de vinos españoles	% Vinos ES presentados en feria	Denominaciones de Origen
	44	12	27,3 %	Cava DO
				Costers del Segre
				Conca del Riu Anoia
				Madrid DO
				Rueda DO
Yecla DO				
	Valdeorras			
Priorat DOCa				
Terra Alta DO				
Ribera del Duero DO (2)				
VDLT Castilla y León				
	VDT Castilla			
	22	9	40,9 %	Rueda DO
				VDLT Castilla y León (2)
				Ribera del Duero DO
	25	3	12 %	Navarra DO
				Toro DO (3)
Ribera del Duero DO				
Ribera del Duero DO				
Rioja DOCa				
	38	38	100 %	Valdepeñas DO
				Méntrida DO (4)
				Rioja DOCa (4)
				Cariñena DO (2)
				Ribera del Duero DO (3)
				Terra Alta DO (3)
				Toro DO (2)
				Priorat DOCa (2)
Cangas del Narcea IGP (Asturias) (2)				
Montilla Moriles DO				
	20	6	30 %	Bierzo DO (4)
				Rías Baixas DO
				Utiel-Requena
				Ribeiro DO
	8	2	25 %	Navarra DO (4)
				Rueda DO
	21	21	100 %	Vinos de la Tierra de Extremadura IGP
				Cava DO
	21	21	100 %	Ribera del Duero DO
				Priorat DOCa (2)
	21	21	100 %	Toro DO (2)
				Ribera del Duero DO
	21	21	100 %	La Mancha DOP
				Jumilla DOP
	21	21	100 %	Cava DO (2)
				Priorat DOCa (3)



					Rueda DO	Rioja DOCa (7)
					Rías Baixas DO	Ribera del Duero DO (6)
					Navarra DO	
	43	16	37,2 %	Rueda DO	Jumilla DO (4)	
				Ribeiro DO	Rías Baixas DO	
				Campo de Borja (2)	Rioja DOCa (3)	
				Ribera del Duero DO (2)	Toro DO (2)	
	24	7	29,2 %	Ribera del Duero DO (2)	Rioja DOCa (2)	
				Montsant DO (3)		
	24	24	100 %	Cava DO (2)	Alicante DO	
				Rías Baixas DO	Bullas DO	
				Rioja DOCa (5)	Calatayud DO (2)	
				Rueda DO	Cariñena DO	
				Utiel-Requena DO (3)	Priorat DOCa (2)	
				Ribera del Duero DO (2)	Toro DO (2)	
				VDLT Castilla y León		
	23	9	39,1 %	Penedès DO	Utiel-Requena DO (3)	
				Rueda DO	Rioja DOCa	
				Jumilla DO	Ribera del Duero DO (2)	
	20	10	50 %	Navarra DO (4)	Manchuela DO	
				Ribera del Duero DO (3)	Rías Baixas DO	
				Priorat DOCa		
	21	21	100 %	Rías Baixas DO (2)	Ribera del Duero DO (6)	
				Rueda DO	Somontano DO	
				Rioja DOCa (5)	Toro DO (2)	
	24	2	8,3 %	Cava (2)	Campo de Borja DO (2)	
				Rueda DO	Ribera del Duero DO	



				Rías Baixas DO (2)	Rueda DO (2)
				VDT Cádiz (2)	Pago Campo de la Guardia DO
				Madrid DO (4)	Toro DO (2)
	40	40	100 %	Ribera del Guadiana (3)	Ribera del Duero DO (4)
				Priorat DOCa (3)	Rioja DOCa (6)
				VDLT Castilla y León (2)	Corpinnat A.V.E (3)
				Montilla-Moriles DO (4)	Jeréz-Xerés-Sherry DO (2)
				Penedès DO	Rioja DOCa (4)
	70	17	24,3 %	Rueda DO	Islas Canarias DO (2)
				Manchuela DO	Bierzo DO (2)
				Utiel-Requena DO	VDLT Castilla y León
				Toro DO	Ribera del Duero DO (3)
	21	16	76,2 %	Rioja DOCa (6)	Almansa DO (4)
				Ribera del Duero DO (3)	Toro DO
				Somontano DO (2)	

Fuente: Página web de Expovina.

## 2.4. Actividades paralelas de la feria

A diferencia de otras ferias del sector, su principal foco es el B2C, si bien es cierto que es posible entablar conversaciones directamente con importadores y distribuidores suizos.

Por ende, desde la organización —a parte de las Masterclasses (catas)— no potencian actividades como paneles, conferencias u otras ofertas formativas. Como soporte a los expositores, el pabellón se encuentra equipado con zonas habilitadas como almacenes, donde poder guardar las existencias de muestras comerciales que serán usadas a lo largo del evento.

Además de las ya citadas Masterclasses y los «Pop-Up Corners», la organización ofrece una zona preparada para conversaciones y *networking*, nombrada Primavera Lounge. Este área está equipada con cómodos sillones, sofás, sillas y mesas, proporcionando un ambiente relajado y apartado del bullicio del recinto principal. Aquí, los asistentes tienen la oportunidad de explorar una amplia variedad de vinos, así como otros productos emblemáticos de Suiza, como el queso y embutidos.

Por último, cabe mencionar que se ofrece servicio de ropero para asistentes a la feria, con un coste de 3 CHF.

IMAGEN 2.4 INTERIOR DE LA FERIA



Fuente: Elaboración propia.

## 3. Tendencias y novedades presentadas

### 3.1. Tendencias globales

En un sector tan maduro como el de la producción y comercialización de vino, la competencia resulta tan grande que las bodegas tienen que aprovechar cualquier resquicio para destacar su política de *marketing* por encima de las del resto de bodegas.

Así, una tendencia cada vez más presente es la apuesta por los factores ecológicos, sostenibles y respetuosos con el entorno de la bodega. Ante la ausencia de un organismo que homogeneice los requisitos mínimos para ser considerado un vino respetuoso con el medio ambiente, cada empresa establece su propia manera de fijar los mismos.

Relacionado con esto último está el sello de «vino vegano», cada vez más frecuente en los etiquetados de las botellas. Se trata de un certificado que acredita que en el proceso de elaboración del vino no se han utilizado productos de origen animal, tales como clarificantes (como la albúmina de huevo, la cola de pescado o la caseína), cera de abeja para el sellado de las botellas o los corchos aglomerados fabricados con pegamentos que incluyen leche.

Pese a ello, por el momento no existe una normativa ni en Europa ni en Estados Unidos que obligue a las bodegas a incluir información de esta índole en el etiquetado del producto, por lo que este tipo de sellos tienen una función orientativa.

Últimamente, el mercado del vino ha mostrado una tendencia hacia graduaciones alcohólicas más bajas o, directamente, sin alcohol. Especialmente entre los consumidores más jóvenes, hay una preferencia por vinos más ligeros y frescos, principalmente blancos o rosados. Además, se ha observado un aumento en la popularidad de productos sustitutivos como por ejemplo la sidra, que han encontrado su lugar en un mercado tan competitivo como el de las bebidas alcohólicas, especialmente en el sector vitivinícola.

Con más de 250 referencias, el vino español tuvo una presencia destacada en esta feria, que, por otra parte, apoya fuertemente la producción nacional.

La feria refleja así la importancia que el vino español de calidad o en envase de menos de 2 litros tiene en el mercado suizo<sup>2</sup>, como tercer proveedor tras Italia y Francia.

---

<sup>2</sup> [Estudio de mercado. El mercado del vino en Suiza 2023](#)



Distinguiendo entre espumosos, vino tinto y vino blanco en envases de menos de 2 litros, el posicionamiento de España en este mercado quedaría como sigue:

**Vino tinto en envase de menos de 2 litros:** como principal categoría de la exportación española de vino a Suiza (80 % del valor total) destaca el extraordinario incremento del 61 % de los precios españoles de esta categoría a lo largo de la última década, por encima de los aumentos del precio medio total ( $\Delta$  40 %), del precio de Francia ( $\Delta$  33 %) o del de Italia ( $\Delta$  42 %). Este comportamiento de nuestras exportaciones ha permitido acortar las diferencias con respecto a Italia y alcanzar precios medios históricos (2023: 9,1 €/L). Lamentablemente, la pérdida en volumen de las exportaciones españolas en este período ( $\Delta$  -23 %) ha estado muy por encima de la media del mercado ( $\Delta$  -8 %). por lo que España ha pasado de ser el segundo país proveedor en 2012, por delante de Francia a tercer proveedor en 2023 por detrás de Italia y Francia. Las importaciones españolas en 2023 de esta categoría se situaron en 107 M€.

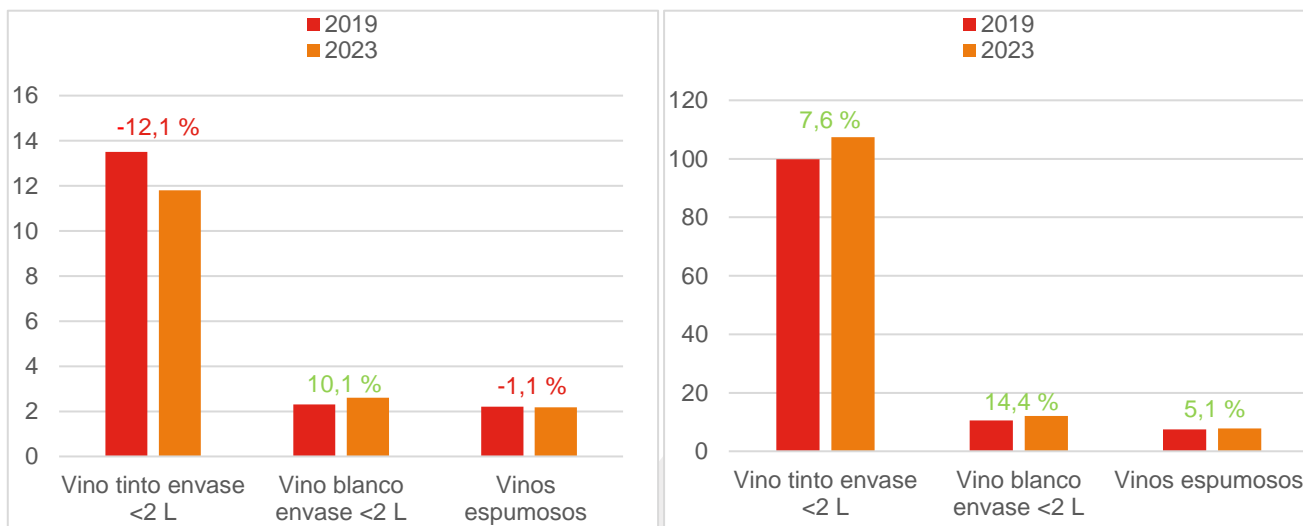
**Vino blanco en envase de menos de 2 litros:** las exportaciones españolas a Suiza han crecido ininterrumpidamente en términos de volumen, por encima de la media del mercado y de nuestros competidores en la última década (España: +68 %; Total: +31 %), pero los precios medios, algo inferiores a los italianos, siguen siendo bajos (2023: 4,7 €/L), y su incremento durante la última década ( $\Delta$  12 %) ha sido mucho menor que el del mercado ( $\Delta$  35 %), Francia ( $\Delta$  42 %) o Italia ( $\Delta$  28 %). Las importaciones españolas en 2023 de esta categoría alcanzaron un valor de 12 M€. En 2023, España, se situó con 2,6 millones de litros y un 12 % de cuota de mercado, como tercer proveedor en volumen, tras Francia (20 %) e Italia (42 %) y por delante de Alemania (9 %) y Portugal (5 %).

**Vino espumoso:** España es, a larga distancia de Italia y Francia, tercer proveedor. En volumen, España no ha sido beneficiaria del importante incremento de la demanda de los últimos años y el precio medio español, que partía bajo, ha seguido descendiendo hasta los 3,6 €/L en 2023 frente a los 30,3 €/L del espumoso francés. En 2023, España exportó espumoso a Suiza por valor de 8 M€. En los últimos 5 años, mientras que el mercado creció en volumen un 16 %, España disminuyó sus exportaciones en un 1 %; en valor, las importaciones totales crecieron en un 44 % en el caso del espumoso español el incremento fue de tan solo un 5 %.

### GRÁFICO 3.2.1 EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES SUIZAS DE VINO ESPAÑOL

Volumen de las importaciones suizas de vino español (tinto envase <2 L, blanco envase <2 L y espumosos) En millones de litros.

Valor de las importaciones suizas de vino español (tinto envase <2 L, blanco envase <2 L y espumosos) En millones de euros.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Aduana suiza.

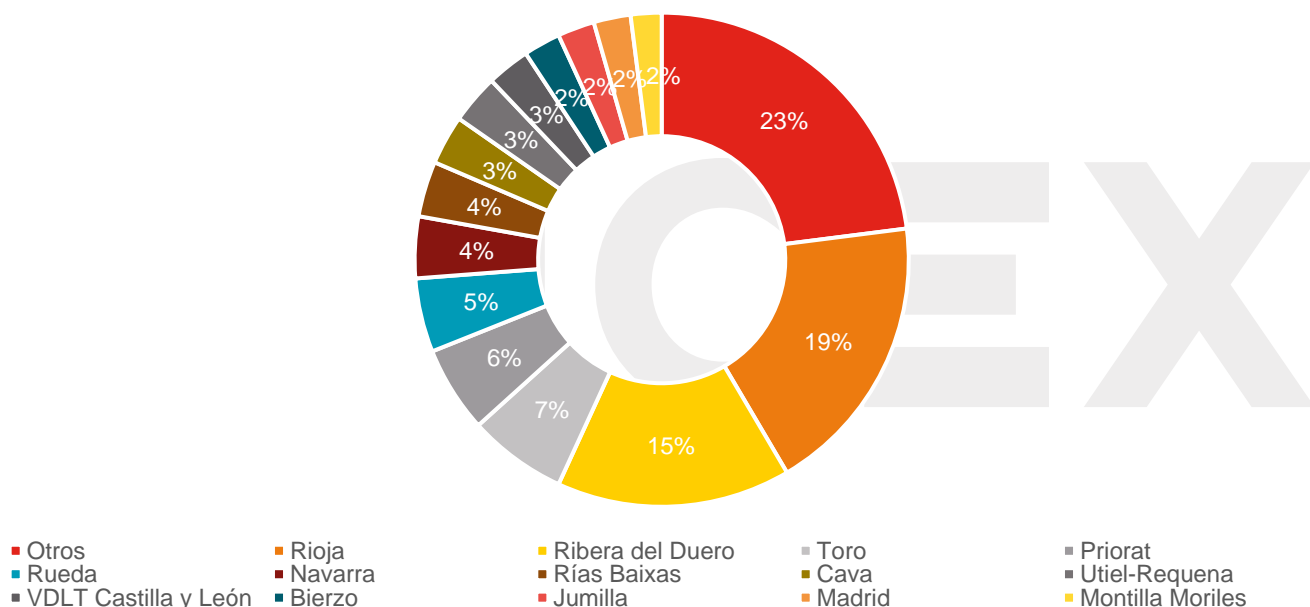
Es relevante señalar que el consumidor medio suizo valora la diversidad de vinos españoles, desde la frescura de los más nuevos hasta el cuerpo de los más tradicionales. Entre los expositores de Expovina Primavera se mantiene la opinión de años anteriores de que España tiene una ventaja competitiva en el mercado vitivinícola suizo: los jóvenes consumidores suelen optar por vinos españoles debido a su excelente relación calidad-precio.

Aunque esto podría sugerir una percepción de menor calidad, hay otra perspectiva a considerar. Un buen posicionamiento entre el público joven puede resultar en mayores ventas a medida que estos consumidores progresen económicamente en el futuro. Por lo tanto, existe una oportunidad para que la oferta de vinos españoles evolucione hacia un segmento de mayor valor añadido, basado en una sólida estrategia de marketing que destaque aspectos valorados por el consumidor suizo, como la variedad de uva y la calidad del producto.

Además, gran parte de los expositores trabajan en el día a día de sus vinotecas y destacan una mayor apertura de su cliente hacia probar nuevos vinos españoles, por ello, algunos acentúan la necesidad de ofrecer dentro de sus carteras nuevas denominaciones y bodegas que difieran de las ya asentadas Rioja y Ribera del Duero. Interesan en su mayoría los tintos más afrutados, pero también se identifica la presencia de blancos (incluso rosados). Estos últimos, sufren la gran competencia del vino blanco suizo, ampliamente valorado por el consumidor, por lo que los expositores buscan introducir el blanco a través de una historia especial de la bodega o de la variedad de uva.

Asimismo, hay nichos de mercado con amplias oportunidades de mejora, como los vinos finos o el vermú. La mayoría de los consumidores suizos no están familiarizados con estos productos ni con la tradición mediterránea del aperitivo español. Por lo tanto, existe la necesidad de educar al consumidor sobre estos productos para aprovechar su potencial en el mercado suizo, siguiendo el ejemplo italiano con el Aperol. Finalmente, los expositores coinciden en que la política de precios bajos utilizada por el cava en el pasado dificulta la comercialización de vino espumoso español, por lo que buscan vinos espumosos con una historia o *branding* característicos.

**GRÁFICO 3.2.2 PRESENCIA DENOMINACIONES ESPAÑOLAS EN EXPOVINA PRIMAVERA**  
*En porcentaje sobre el total de denominaciones españolas presentes*



Fuente: Elaboración propia a partir de la página web de Expovina.



## 4. Anexos

### 4.1. Transporte a la feria

Expovina cuenta con excelente comunicación en transporte público, la organización recomienda las siguientes rutas:

Transporte público:

- Tome el tranvía n.º 4 desde Zúrich HB-Bahnhofquai y HB-Sihlquai, así como desde Zúrich-Altstetten Nord.
- Tome el tranvía n.º 17 desde HB-Bahnhofstrasse, HB-Bahnhofquai y HB-Sihlquai hasta Förrlibuckstrasse.
- Desde las estaciones de Technopark y Förrlibuckstrasse, PULS 5 está a sólo 2 ó 3 minutos a pie.
- Las líneas de autobús 33 y 72 paran en la estación Schiffbau de Hardbrücke, así como el tranvía n.º 8, justo en la puerta.
- Desde la estación de tren de Hardbrücke, podrá llegar a pie a Expovina Primavera en sólo 10 minutos.

Transporte privado:

- En pocos minutos, los visitantes procedentes de Berna/Basilea y de la parte oriental de Suiza puede llegar fácilmente a Hardturmstrasse por la salida de la autopista Zúrich-City. Los alrededores ofrecen seis aparcamientos, numerosas plazas de aparcamiento y una cómoda opción de Park & Ride.

### 4.2. Servicios dentro del recinto ferial

- Primavera Lounge: posibilidad de reservar una mesa para pequeños grupos y degustar los últimos campeones del Expovina Wine Trophy junto con tapas y especialidades suizas.
- Servicio de ropero.



### 4.3. Recomendaciones

Recomendaciones para aprovechar al máximo la visita:

- Entre semana la feria tiene una afluencia de gente considerable a partir de las 17:30 (fin de la jornada laboral) por lo que en caso de desear concertar breves reuniones con expositores lo recomendable es ir al abrirse las puertas del evento.
- Gran parte de los expositores tienen el suizo-alemán como lengua materna, sin embargo, la mayoría domina el idioma inglés (algunos expositores especializados en vinos españoles manejan el español como lengua materna o segunda lengua).

### 4.4. Direcciones de interés

- Enlace al [catálogo](#) de la feria.

### 4.5. Listado de expositores

Expositor	Estand	Expositor	Estand	Expositor	Estand
Aagne weingut	A5	Gil Vins Trouvailles de France	C16	Terra Galos – Vinum Aurum	D8
Abbate & Calvi AG	C21	<b>Emil Nüesch AG</b>	<b>A1</b>	Prosechceria Zürich	A14
Adrian & Diego Mathier Nouveau Salquenen	B14	<b>Felsenkeller Schaffhausen</b>	<b>A7</b>	<b>Romanin Weine AG</b>	<b>D16</b>
Almeida Weine GmbH	A18	Fernand Cina SA	C8	Schächle AG	B12
Amarela Int. Wine Est.	A10	Fine Spirits GmbH	B24	Schmerling AG	B17
American Wines Factory AG	B11	Gastrovin AG	B9	Supertoscano GmbH	Pop-Up Corner 6. Abril
Archetti Vini d'Italia AG	D12	Fratelli Triacca AG	E6	<b>SCHULER ST. Jakobs Kellerei</b>	<b>B7</b>
Barao & Borge Lda	Pop-Up Corner 7-8. Abril	Gitana Wine house GmbH	B22	Schenk Suisse SA	D10
Bindella Weinbau - Weinhandel	B5	Gregor Kuonen Caveau de Salquenen	B15	Tobias Wein.gut.	D15
Biodynamico – DiVara GmbH	C7	Heres Wine	C1	TS Hungarovin	A13
Cantina Urs Hauser	A20	<b>Hervé le Puy GmdH</b>	<b>D11</b>	<b>Varela Orvina AG</b>	<b>B6</b>
Casa de Vinos Argentinos	C15	HIESTAND Bio-Weingut	D9	Villa Contea SA	A17
<b>Casa del Vino SA</b>	<b>B8</b>	Hundertweinhaus GmbH	C14	<b>Vinebration GmbH</b>	<b>B13</b>



Casa Lusitania Bern GmbH	D14	<b>Ibervinos SA</b>	E1	Vinzeno Weinhandel GmbH	B1
Cave de Chevalier Bayard SA	C2	Isratrade and Tours GmdH	A15	Vinhos de Portugal (VdP)	C9
Cave Fin Bec SA	A9	<b>Jeggli Weine AG</b>	<b>A6</b>	Viniversum AG	C12
<b>Caveau Vino</b>	<b>D13</b>	Joos Weinbau	B4	<b>Vinumworld.ch wine specialist</b>	<b>B2</b>
<b>Chateau André Ziltener</b>	<b>C4</b>	KapWeine – Cape Wine Selection	C6	<b>Walser Weine</b>	<b>C10</b>
Ciausoi Vinothek	E5	<b>La passion du vin SA</b>	<b>A21</b>	WeinArt - Alpenwein	C2
Cina Gilles & Joël GmbH	A8	La Torre SA, Casa Vinicola	D2	Weingut Elfenhof	A12
Collection Markus Nauer AG	A2	Lenoteca Pasquon	D5	Weingut Lienhard & Vögeli	D7
CORE Wines	A3	Les Celliers de Vétroz SA	C5	Weingut Lindenhof	A11
De Chavigny Sàrl	D6	Maison Champagne	Pop-Up Corner 4-5- Abril	Weingut Nadine Saxer	A5
Domaine Cornulus SA	C19	Maison Gilliard	D1	Weingut Schloss Teufen	D7
Domaine Henri Cruchon SA	C23	<b>Marivinos Maria Lauper</b>	<b>E3</b>	Weinselektion AG – Kaisergarten	B18   C17
Domaine la Rodeline sa	C11	Mi Tierra AG – Vinoteca Argentina	B20	WeinSTAMM Oenothek AG	A11
Domaines Chevaliers	D4	Mövenpick Wein	Pop-Up Corner 10-11 Abril	Weinvogel SA	C3
Domaines Rouvinez	C13	Poderi Sori AG	A16	Wine by JET	E4
Donati Vini	E2	PortWineCompany – Ceracom AG	A19	Wyhus Ryf AG	B10
<b>Dovinasol AG</b>	<b>B16</b>	Preli AG	D3	<b>Zweifel 1898 AG</b>	<b>A4   B3</b>

Fuente: Página web de Expovina.

# icex

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

**Ventana Global**

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)

[informacion@icex.es](mailto:informacion@icex.es)

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

[www.icex.es](http://www.icex.es)



**icex** España  
Exportación  
e Inversiones