



ESPIRITUOSOS
ESPAÑA

INFORME SOCIOECONÓMICO



ÍNDICE

QUIÉNES SOMOS	04
MENSAJE DEL DIRECTOR	10
HITOS 2024	14
SECTOR EN CIFRAS 2024	30
CONSUMO DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS	36
VENTAS DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS	40
PRODUCCIÓN DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS	50
INDICACIONES GEOGRÁFICAS	54
EXPORTACIONES	58
PESO ECONÓMICO DEL SECTOR	62
CONTRIBUCIÓN TRIBUTARIA	66
INFORMACIÓN DEL CONSUMIDOR	70
SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD MEDIO AMBIENTAL	76
SECTOR SOCIALMENTE RESPONSABLE	86

QUIÉNES SOMOS



PREÁMBULO

Espirituosos España y el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, en virtud del Convenio Protocolo general de actuación que tienen suscrito para el desarrollo de actuaciones orientadas a la mejora de la competitividad, el crecimiento sostenible y la internacionalización de este sector, así como el consumo responsable de estas bebidas.

En virtud del mismo se establece además el desarrollo de diversas actividades promovidas por el sector de las bebidas espirituosas para la optimización de su producción, mejora de su competitividad y de su cultura y arraigo agrícola, contribuyendo a garantizar la sostenibilidad medioambiental, social y económica de la industria alimentaria española.

Adicionalmente se han utilizado diversas fuentes documentales tal y como se indica en cada caso.



¿QUIENES SOMOS?

Espirituosos España es la entidad que representa a la práctica totalidad de productores y distribuidores de bebidas espirituosas en España.

Nacida en 1999 como muestra de la unidad del Sector, es el resultado de la refundación de Adigram y Licoristas de España. Así, la Federación es la expresión de la unidad de un sector que ha sufrido una importante transformación en los últimos 25 años. Con una marcada vocación de servicio al asociado y unido a un papel protagonista en los aspectos de responsabilidad social.

Una Asociación Empresarial con la Misión de destilar orgullo de pertenencia, contribuyendo a aumentar el prestigio de nuestros productos y del Sector en consumidores, organizaciones y personas clave para la sostenibilidad de nuestra actividad. Con una Visión clara de desarrollar la industria de manera sostenible y con un gran componente de

responsabilidad social, con una amplia presencia en todo el país a través de los más de 3.800 centros de producción que hay en España.

Como Asociación Empresarial estamos integrados en la CEOE a través de la gran Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB), con presencia en sus máximos órganos de gobierno. A nivel nacional, y como socio fundador de Ecovidrio, promovemos activamente el reciclado de los residuos de envases de vidrio en toda España.

A nivel internacional Espirituosos España se integra en SpiritsEUROPE, la gran asociación paneuropea productora de bebidas espirituosas, así como en la World Spirits Alliance, estando muy involucrada en los organismos internacionales que promueven activamente el consumo responsable como la International Alliance for Responsible Drinking (IARD).

A

Adegas Moure, S.A.
Agrup. Cooperativas Valle Del Jerte
Aguardientes Y Licores Reylik
Alfonso Rivillas, S.L.
Alquitaras de Cazalla S.L.
Anís La Violetera
Antonio Mascaro, S.L.
Antonio Nadal Destil.leries, S.L.
Antonio Ponce E Hijos, S.L.
Aromáticas de Ibiza S.L.
Augavella
A. Gonzalez Quijada.

B

Bacardi España, S.A.
Bardinet, S.A.
Basque Moonshiners S.L.
Beveland, S.A.
Bodegas y Destilerías del Sur
Bodegas Y Destilerías Vidal
Bodegas Rey Fernando de Castilla, S.L.
Bodegas Williams & Humbert, S.A.
Bodesa (Bodegas SUAU Y Destilerías Mallorca)
Brown-Forman Spain S.L

C

Campari España
Carmelitano, S.A.U
Custom Drinks S.L.

D

Destilería J.L. Ferrero
Destilería Siderit
Destilerías Aguilar, S.A.
Destilerías Altamirano, S.A.
Destilería Arehucas S.L.
Destilerías Belmonte S.L.
Destilerías Campeny, S.A.
Destilerías Candamio, S.L.
Destilerías Cerveró
Destilerías Compostela, S.A.
Destilerías de Galicia, S.A.
Destilerías Duende, S.L
Destilerías El Tajo, S.L. (Diego Jesús Ruiz Cosano)
Destilerías Gulf Stream, S.L.
Destilerías Joaquín Alonso
Destilerías La Navarra, S.A.
Destilerías M.G, S.L.
Destilerías Monforte Del Cid, S.L.
Destilerías Ortega, S.L.
Destilerías Pla, S.L.

Destilerías Rigo, S.C
Destilerías Rios, S.A.
Destilerías Santa Cruz de Tenerife S.L
Destilerías Sinc, S.A.
Destilerías Xestal, S.L.
Destilerías y Distribuciones Liber, S.L.
Diageo España S.A.
Distribuciones Nieto Gallardo de Estepa, S.L.

E

Emilio Serrano Quesada, S.L.

F

Fedejerez
Fernando Ferrer Cardona

G

General Goods
Gin Cadaqués S.L.
Gipsy Classic Yacht, S.L.
González Byass, S.A.
Grupo de Bebidas Picuezo S.L.
Grupo Emperador Spain S.A.
Grupo Osborne, S.A.

H

Hijo De Diego Molina Reyes, S.L.
Hijos de Pablo Esparza, S.A.

I

Internacional de Comercio y Destilerías J. Borrajo S.A.

J

Jorofon S.L
Juan José Juan Ferri (Destilerías Ayelo)

L

Lial Drinks, S.L.
Licorera Albeldense, S.L.
Licorera Vasca Olañeta, S.L.
Licores Alonso, S.L (Juan Bautista Alonso Llin)
Licores Baines, S.L.
Licores Drol’s, S.L.
Licores Fuentes, S.L.
Licores Moya 1890, S.L.
Licores Reunidos Mallorquines, S.L.
Licores Rivas, S.L.
Licores Trampero, S.L.
Licores y Derivados, S.A. (LIDESA)
Limiñana Y Botella, S.L.

Los Alcores de Carmona, S.L.
Luis Caballero, S.A.

M

Miguel Pons Justo, S.A. –Xoriguer
Miguel Torres, S.A.
Moët Hennessy España, S.A.
Monasterio De Oseira

N

Navisa Industrial Vinícola Española, S.A.

O

Orosio Gómez-Caro González (Licores Caro).
Orujos Panizo S.L.

P

Pazo de Valdomiño, S.A.
Pérez Barquero, S.A.
Pernod Ricard España, S.A.

R

Religiosos Cistercienses
Ricart, S.L.
Rives Destillery, S.A.

Ron Montero S.L.
Roicom, S.A.

S

Salas Y Sirvent, S.L.
Samson & Surrey Europe, S.L.
Sánchez Romate Hermanos S.A.
Suntory Global Spirits, S.L.
Spirit and Brands, S.L.

T

Tarre Destil.Lats

U

Unesdi Distribuciones S.A
Unió de Licoristes de Catalunya

V

Varma, S.A.

Z

Zamora Company

MENSAJE DEL DIRECTOR



25 AÑOS DE RESPONSABILIDAD

2024 ha sido, sin duda, un año especial en el que hemos celebrado, destilando orgullo de pertenencia, 25 años de existencia como Federación.

El Sector tiene una larguísima tradición en España, no en vano la destilación se introdujo en Europa por el sur, con la llegada de los árabes, a principios de la Edad Media. En el siglo X el filósofo Avicena realizó una descripción completa de un alambique. Por aquel entonces, se destilaban frutas y flores para obtener perfumes. Más tarde, en monasterios, con fines medicinales.

En España Arnau de Vilanova, médico, teólogo y profesor de la Universidad de Montpellier, en el siglo XIII, publicó los secretos de la destilación del vino en su libro Liber Aqua Vita.

En todos los rincones de nuestro país se destila, lo que ha facilitado que España tenga 19 Indicaciones Geográficas ligadas al territorio y que sea líder de la UE en producción de brandy, licores y ron y, desde el Brexit, también de gin y segundo en whisky, solo por detrás de Irlanda.

Las organizaciones sectoriales que nos precedieron – Licoristas de España y Adigram- se unieron en 1999 bajo el mismo paraguas, representando ya a productores y distribuidores de bebidas espirituosas en España, conscientes del valor de esta unidad y de los intereses compartidos. Un paso importante que merecía celebrarse.

2024 también merecía celebrar cómo el Sector ha sabido adaptarse a los cambios en la sociedad española, y cómo hemos logrado contribuir significativamente a promover activamente un patrón de consumo que ha ido avanzando hasta convertirse en un ejemplo de éxito en moderación y salud pública, que debería ser adecuadamente reconocido y valorado tanto a nivel local como global.

Tanto es así que el consumo moderado y social está ampliamente integrado en la vida cultural y social de España, contribuyendo positivamente a la esperanza de vida más alta del mundo (lo será en 2040), a posicionar a España como el país más sano del mundo (y como dice la campaña del Ministerio de Agricultura también el más “rico” del mundo”), con grandes niveles de concienciación que contribuyen a contener los niveles de abuso y consumo de riesgo. ¡Estamos orgullosos de contribuir a este modelo!

Conscientes de esta realidad, y convencidos de la necesidad de celebrarla, en Espirituosos España celebramos nuestro 25 Aniversario bajo el lema “**25 años de Espíritu Responsable**”, poniendo en valor la labor del sector desde sus orígenes, en los que ha invertido más de 30 millones de euros en el desarrollo de una intensa política de responsabilidad social. **Porque en el sector estamos convencidos de que la única forma de disfrutar de las bebidas espirituosas es desde la moderación y la responsabilidad, apostando por el consumo cero en colectivos de riesgo como menores, conductores o embarazadas.** Eso es el consumo responsable, un concepto tan arraigado en el sector que nos hace sostenibles, y que es el pilar de nuestro

trabajo, apostando claramente por el desarrollo de iniciativas en colaboración con instituciones, ayuntamientos, gobiernos autonómicos y entidades públicas y privadas.

El pasado año renovamos nuevamente este compromiso con la prevención, que forma parte del **ADN sectorial**; sin perder de vista nuestra apuesta por la promoción de una comunicación comercial basada en tres pilares: honestidad, lealtad y veracidad; o el fomento de la información al consumidor recogiendo sus preferencias a la hora de poner a su disposición toda la información sobre el valor nutricional y el listado completo de ingredientes de nuestros productos. Todo ello desde la etiqueta, en la que se incluye de manera pionera en el mundo también un QR, en el que se aporta información adicional sobre el consumo responsable de bebidas alcohólicas, nutrición, salud o sostenibilidad.

Este ha sido un año significativo en nuestra andadura como Federación, en la que hemos mantenido más firme que nunca nuestro **compromiso con la prevención del consumo de alcohol en menores de edad “MENORES NI UNA GOTA”**, mediante el lanzamiento de una nueva campaña “JUNTOS, MENORES NI UNA GOTA” que hemos hecho llegar a todos los rincones de nuestra geografía, centros comerciales, estaciones, autobuses, mupis e incluso acompañando los partidos de la selección española.

Nuestra Red “Menores ni una Gota”, formada ya por más de 300 ayuntamientos y entidades públicas y privadas, ha visto sumarse este año a la Junta de Andalucía, así como ayuntamientos como Madrid,



Bosco Torremocha
Director Ejecutivo de Espirituosos España

Sevilla, Valencia, Oviedo, Logroño, Córdoba o Vitoria, emprendiendo acciones, colaboración público-privada en sus respectivos territorios para impulsar nuestras campañas.

Igualmente hemos suscrito convenios de colaboración con las principales asociaciones del Sector de la distribución, que tan importante es en España. **La Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados (ASEDA) y la Asociación Nacional de Grandes Empresas de la Distribución (ANGED).**

Y además, con las principales **plataformas de Delivery:** Glovo y Uber Eats, para que los menores tampoco puedan adquirir bebidas alcohólicas en sus pedidos a través de sus apps, previniendo y defendiendo juntos “Menores ni una Gota”.

2024, ha supuesto también la renovación de nuestro compromiso con la **Seguridad Vial** junto con la Comisión Permanente de Seguridad Vial en el Congreso de los Diputados, en compañía de la DGT y otras entidades de relevancia en la materia, para poner en valor la labor del sector en la reducción de la siniestralidad al volante, a través de nuestras acciones para promover la figura del **CONDUCTOR ALTERNATIVO**.

¡A por otros 25 años más, con responsabilidad y orgullo por nuestra contribución!

En estos 25 Años de existencia, el Sector ha conseguido grandes hitos trabajando unido, aumentando año tras año los asociados a la Federación, desarrollando campañas de concienciación premiadas y reconocidas por la sociedad, como el “Conductor Alternativo”, “Menores ni Una Gota” o “Juntos Objetivo Cero Alcohol en Menores”. Fruto de estas acciones de responsabilidad, el Gobierno nos concedió la Cruz Blanca de la Orden al Mérito del PNSD, Ministerio de Sanidad, en consideración a los méritos y circunstancias de extraordinaria relevancia que concurren en la Federación Española de Bebidas Espirituosas por los esfuerzos para evitar el consumo abusivo de bebidas alcohólicas.

También hemos liderado la anticipación del Sector a la agenda de sostenibilidad desarrollando el Plan de Compromisos Sectoriales, la adaptación a las demandas de información del consumidor mediante el Código Sectorial de Información al Consumidor, la inclusión de las bebidas espirituosas con IG en los **Premios Alimentos de España** y el desarrollo de un nuevo etiquetado reforzando el compromiso con el consumidor.

HITOS 2024



HITOS RESUMEN 2024

El año 2024 ha sido un año emotivo, en el que hemos celebrado nuestros primeros 25 años de existencia como Federación, abanderando con orgullo las iniciativas de un sector unido y transparente, capaz de adaptarse a los nuevos tiempos pero conservando su espíritu de tradición, arraigo y responsabilidad. Unos valores que, desde nuestros orígenes, nos han impulsado a implicarnos activamente en el desarrollo de iniciativas destinadas a mejorar la sociedad.

Así, en marzo celebramos nuestro Aniversario, rodeados de colegas, amigos y aliados, que nos hacen más fácil el día a día y nos ayudan a desarrollar nuestro trabajo apostando por la promoción del consumo responsable en adultos y por la prevención, sin ambages, del consumo de alcohol en colectivos de riesgo (menores, conductores y embarazadas) a través de numerosos programas que han demostrado excelentes resultados, como el Conductor Alternativo, de cuyas acciones celebramos 20 años también en 2024, con un evento en el Congreso de los Diputados, donde nos acompañaron todas aquellas instituciones relevantes en materia de seguridad

vial como son la DGT, la comisión de seguridad vial del Congreso, la Alianza por la Seguridad Vial, Asociaciones de víctimas de accidentes de tráfico como AESLEME, La Guardia Civil, Unijepol, Race, etc...

En el plano normativo, la publicación del Anteproyecto de Ley para la prevención del Anteproyecto de Ley de prevención del consumo de alcohol y de sus efectos en las personas menores de edad nos ha brindado la oportunidad de volver a confirmar nuestro férreo compromiso con la prevención del consumo de alcohol en menores, y posicionarnos al lado de quienes entienden, desde la experiencia y con datos científicos, que “es necesario implicar a toda la sociedad en la prevención del consumo de alcohol en menores de edad”.

Desde la Federación seguimos trabajando para promover pautas de consumo sostenibles y aportar valor a nuestros consumidores desde todos los frentes posibles. Así, en materia de autorregulación de nuestras comunicaciones comerciales, presentamos un nuevo Código de Autorregulación Publicitaria que se adapta a los nuevos

medios y soportes, incluyendo las comunicaciones digitales, y aquellas actualizaciones relativas a las comunicaciones realizadas en redes sociales por influencers, así como la publicidad de las nuevas versiones 0,0 y bajas en alcohol de nuestros productos.

En lo relativo a la información al consumidor, seguimos reforzando nuestro compromiso de etiquetado para que el consumidor disponga de toda la información necesaria en materia de valor nutricional, listado completo de ingredientes, así como pautas de consumo responsable, nutrición, salud o sostenibilidad.

Estamos listos para enfrentarnos a los retos que nos depare 2025. Teniendo la mano a la Administración, con más acuerdos de colaboración que nunca y apostando por medidas de refuerzo en sectores clave como la agricultura, la hostelería, la distribución y el turismo. Nosotros, como sector productor seguiremos destilando nuestra mejor versión, como llevamos haciendo los últimos 25 años.



25 AÑOS DE ESPÍRITU RESPONSABLE

El sector de bebidas espirituosas, agrupado en Espirituosos España, celebró el año pasado su 25 aniversario bajo el lema “25 años de Espíritu Responsable”. Un lema que resume a la perfección nuestro compromiso con la sociedad y nuestra apuesta decidida por la promoción de hábitos responsables asociados al consumo de bebidas alcohólicas. Una apuesta decidida por la protección de aquellos colectivos más vulnerables y por la moderación en adultos sanos.

Y para celebrar sus primeros 25 años de historia se realizó un gran evento en la Galería de las Colecciones Reales, en compañía de las empresas del sector y una buena representación de las instituciones y autoridades con las que colaboramos diariamente.

Como parte del encuentro, se llevó a cabo una mesa redonda en la que intervinieron Emilio Gallego, Secretario General de Hostelería de España, y José María Bonmatí, Director General de AECOC, haciendo repaso de las principales acciones del sector para prevenir el consumo en menores a través de la colaboración con la Hostelería y la Distribución. En la que también se ha contado con la experiencia de Aurelio del Pino, Presidente de ACES; Matilde García Duarte, Presidenta de ANGED e Ignacio García Magarzo, Director General de ASEDAS.

La clave del éxito de estas iniciativas es la colaboración público-privada y entre sectores. Esta fue la contundente conclusión que se extrajo de otra mesa redonda celebrada en el evento. Ésta protagonizada por la Presidenta de la FEMP, y Alcaldesa de Jerez, María José García-Pelayo; la Vicepresidenta de la FEMP y Alcaldesa de Santander, Gema Igual y el Alcalde de Madrid, José Luis Martínez-Almeida, quienes defendieron la colaboración con el sector en el desarrollo de iniciativas de prevención.

En el mismo evento, se firmó un Protocolo General de Actuación con el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación para potenciar la competitividad, el crecimiento sostenible, la internacionalización, el conocimiento del sector y el consumo responsable. Un ambicioso protocolo que aúna todos ámbitos de trabajo del sector. Así, el presidente de Espirituosos España, Jean Paul Bouyat, fue el encargado de firmar este acuerdo junto al secretario general de Recursos Agrarios y Seguridad Alimentaria, Fernando Miranda y el ministro de Agricultura, Luis Planas, que ejerció de testigo de la rúbrica del acuerdo.

Premios a las empresas centenarias

El arte milenario de la destilación forma parte de la cultura y la tradición española desde tiempos inmemoriales. De hecho, España cuenta con un gran número de empresas y destilerías centenarias, que son muestra viviente del arraigo destilador en nuestro país. Empresas que han sabido combinar la tradición y la innovación en sus procesos productivos, siendo capaces de frenar la despoblación rural y dinamizar el tejido empresarial en lugares con pocas oportunidades de empleo. Así, como colofón a una gran jornada de celebración se reconoció y premió a empresas centenarias del sector, que sin duda son muestra de esta tradición y resiliencia del sector. Empresas como Antonio Nadal Destilerías, González Byass, Bacardi, Osborne, Bardinnet, Beam Suntory, Destilerías Los Serrano, Grupo Emperador, MG Destilerías, Caballero, Familia Torres, Pernod Ricard, Rives Destilerías Ríos y Fernando de Castilla, entre otros.



EL CONDUCTOR ALTERNATIVO CUMPLE 20 AÑOS AL VOLANTE

Espirituosos España celebró en diciembre de 2024, el 20 aniversario de sus acciones destinadas a prevenir el consumo de alcohol al volante, mediante la promoción de la figura del conductor alternativo en la sede de la Comisión Permanente de Seguridad Vial del Congreso de los Diputados. Para ello estuvo acompañado de todas aquellas instituciones relevantes en materia de seguridad vial como son la DGT, la propia comisión de seguridad vial del Congreso, la Alianza por la Seguridad Vial, Asociaciones de víctimas de accidentes de tráfico como AESLEME, La Guardia Civil, Unijepol, Race, etc...

Un ejemplo más de lo que significa el compromiso de este sector con la promoción de hábitos responsables en el consumo de bebidas alcohólicas, que es algo que está en el ADN de las empresas que componen la Federación, por lo que nunca dudan en sumarse a iniciativas ajenas y promover las propias para apostar por el fomento de hábitos responsables en el consumo de las bebidas alcohólicas.

El compromiso del sector nació en el año 2000, viendo que no existía una conciencia social sobre el consumo de alcohol al volante y que predominaba la permisividad y el “yo controlo”. Ante esta situación, el sector no dudó en movilizarse para erradicar el binomio alcohol y conducción importando una iniciativa que en otros países, como Canadá y el norte de Europa, estaba dando muy buenos resultados. Era el DESIGNATED DRIVER, o CONDUCTOR ALTERNATIVO, como lo bautizamos en España. Una solución que nos ha reportado grandes resultados.

Se optó por presentes en la noche y en las zonas de ocio de las ciudades, en los momentos en los que se producían las ocasiones de consumo y los jóvenes se olvidaban de la prudencia y abogaban por el “Yo Controlo”. Era necesario estar en ese preciso instante ofreciendo a los conductores una solución eficaz y fácil a sus problemas de movilidad. Esta simplicidad y practicidad fue, sin duda, la clave del éxito de esta iniciativa, junto con el aval que desde sus inicios obtuvimos de la DGT, la Guardia Civil o la Comisión de Seguridad Vial.



REFORZAMOS NUESTRA RED DE COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA “MENORES NI UNA GOTA”: MADRID, VALENCIA, SEVILLA Y LA JUNTA DE ANDALUCÍA ABANDERAN NUESTRO MENSAJE DE PREVENCIÓN

2024 ha sido un año marcado por la colaboración. Así, en los últimos doce meses Espirituosos España ha conseguido la adhesión de 17 Administraciones Públicas (Ayuntamientos y Comunidades Autónomas) y entidades privadas a su Red colaborativa “Menores Ni Una Gota”, con la que persigue generar una conciencia social a favor de la prevención del consumo de alcohol en menores de edad.

La prevención llega a Valencia

El Ayuntamiento de Valencia se sumaba en marzo a “Menores ni una Gota”, mediante la firma de un acuerdo con la Concejalía de Educación. Este acuerdo conlleva el desarrollo de diversas acciones de concienciación a desarrollar en los próximos cuatro años, aunque la primera de ellas se puso en marcha en las FALLAS 2024, con una campaña informativa bajo el lema “En Fallas, Menores ni Gota”, que estuvo presente en toda la red de mupis de la ciudad.

Del mismo modo, y fruto de esta colaboración, también se aportó información específica sobre la necesidad de realizar un consumo



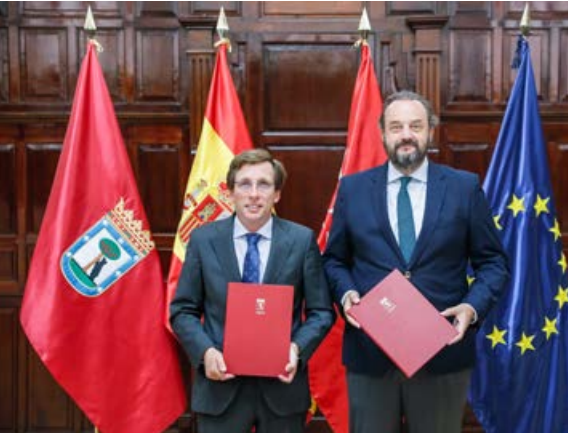
moderado y responsable de bebidas alcohólicas por la población adulta, entre la Junta Central Fallera, y se imprimieron folletos informativos para repartir entre todos los consejos falleros, con el objetivo de que apoyasen y abanderasen este mensaje.

Además, y para no dejar cabos sueltos, se formó a los profesionales hosteleros a través del programa Tú Sirves, Tú Decides, en colaboración con las asociaciones de Hostelería valencianas.

Madrid con “Menores ni una Gota”

En el mes de julio, el alcalde de Madrid, José Luis Martínez-Almeida y el director de Espirituosos España, Bosco Torremocha, firmaban la adhesión del consistorio de la capital de España a la Red “Menores ni una Gota”, mediante un acuerdo que comprende también el desarrollo de acciones destinadas a prevenir el consumo de alcohol al volante, apostando por la tasa cero y la figura del conductor alternativo; y formaciones a la hostelería y la distribución para fomentar una venta y dispensación responsables de bebidas alcohólicas.

Fruto de este acuerdo, el pasado mes de noviembre se desarrolló una acción sin precedentes para promover la figura del Conductor Alternativo en colaboración con la Policía Municipal, en la que se premió a los conductores que demostraron sus conductas responsables con cheques de movilidad. En el espectacular dispositivo policial participaron más de un centenar de agentes y hasta la unidad canina.



La Junta de Andalucía se suma a la mayor red de prevención del consumo de alcohol en menores de edad

En el mes de octubre, el Consejero de la Presidencia, Interior, Diálogo Social y Simplificación Administrativa de la Junta de Andalucía, Antonio Sanz y el director de Espirituosos España, Bosco Torremocha, plasmaban en un acuerdo el compromiso de ambas entidades en la promoción del consumo moderado y responsable de bebidas alcohólicas en la población adulta, con especial atención a la prevención del consumo en menores de edad.



Durante la firma del acuerdo, el Consejero de Presidencia del gobierno andaluz destacó la amplia labor de prevención del sector y su reputada trayectoria en la materia con iniciativas de contrastada eficacia.

La prevención desembarca en Sevilla

La capital hispalense se sumaba a “Menores ni una Gota” en el mes de noviembre, mediante un acuerdo de colaboración firmado entre el Alcalde de Sevilla, José Luis Sanz, y el director de Espirituosos España, Bosco Torremocha, que comprende el desarrollo de diferentes acciones para promover el consumo moderado y responsable de bebidas alcohólicas en la población adulta, con especial atención a la prevención del consumo en menores de edad. Así, en los próximos meses todas nuestras iniciativas llegarán a Sevilla.



El “delivery” se suma a “Menores ni una Gota”

Las dos principales plataformas de delivery en España, Uber Eats y Glovo, firmaron en 2024 un acuerdo de colaboración con Espirituosos España para continuar desarrollando acciones e iniciativas destinadas a prevenir el consumo de alcohol en menores de edad. La iniciativa se enmarca bajo el paraguas de la Red Menores ni una Gota, que impulsa la Espirituosos España, y que pretende conseguir el apoyo de todo tipo de instituciones públicas y privadas para impulsar acciones destinadas a la prevención del consumo de alcohol por parte de los menores de edad. Cabe destacar que tanto Espirituosos España, como Uber Eats y Glovo son miembros de la Red Internacional de Consumo Responsable (IARD).



El acuerdo, pionero entre la industria productora de España y dos de las grandes plataformas de delivery, pone de manifiesto el alto compromiso de toda la cadena de valor en materia de prevención. A través de este acuerdo, Uber Eats y Glovo se comprometen a continuar desarrollando acciones de control, concienciación y formación para evitar la comercialización de bebidas alcohólicas a menores. En este sentido, Espirituosos España colaborará con las plataformas de delivery para que dispongan de las herramientas necesarias para evitar la venta de alcohol a menores de edad.

El sector de la distribución apuesta por la prevención



La Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución (ANGED), que agrupa a las más destacadas compañías de la distribución minorista y La Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados (ASEDAS), que agrupa al 75% de la distribución, firmaron el año pasado un acuerdo de colaboración con Espirituosos España para promover el consumo y venta responsable de bebidas con contenido alcohólico, poniendo especial interés en la prevención del consumo en menores de edad.

Estos acuerdos evidencian el compromiso social de ambas asociaciones y su voluntad para que toda la cadena de valor desarrolle acciones para prevenir el consumo de alcohol en menores de edad.



Siempre con el objetivo de atajar el problema del consumo de alcohol por menores de edad, ASEDAS y ANGED se comprometen a desarrollar acciones de formación para evitar la comercialización de bebidas alcohólicas a menores de edad. En este sentido, Espirituosos España aportará información para que las entidades dedicadas a la distribución alimentaria agrupadas dispongan de las herramientas necesarias para evitar la venta de alcohol a menores de edad.

Ambas entidades pasan a integrarse en la Red “Menores ni una Gota”. Un proyecto colaborativo que cuenta con el apoyo de más de 300 ayuntamientos y entidades públicas y privadas de toda España.

“Menores ni una Gota” también en la Feria de Jerez

El ayuntamiento de Jerez, la Asociación ‘Hostelería de Jerez’, La Universidad de Cádiz y Espirituosos España lanzamos en mayo del pasado año una novedosa iniciativa que en los locales de la capital jerezana para prevenir el consumo de alcohol en menores de edad.

Así, de forma paulatina, todos los locales adheridos a la Asociación Empresarial de Hostelería de Jerez lucirán a la entrada de sus establecimientos un distintivo que muestre su compromiso con las iniciativas que el Ayuntamiento y Espirituosos España desarrollan en la ciudad a través de la Red ‘Menores ni una Gota’, un proyecto colaborativo creado por Espirituosos España, a la que el Ayuntamiento se sumó en 2014, para promover acciones destinadas a prevenir el consumo de alcohol en este colectivo.

Esta Red, compuesta por más de 300 ayuntamientos e instituciones públicas y privadas de toda España, es la responsable de que en Jerez se realicen periódicamente diferentes acciones destinadas a luchar contra el consumo de alcohol en menores de edad, como formaciones a las familias, a la hostelería o campañas en la Feria del caballo.

Formación específica caseteros durante La Feria del Caballo

Para que el mensaje de menores ni una gota tuviera a la mayor repercusión posible, se contó con la colaboración de la Asociación de Caseteros de la Feria de Jerez, quienes recibieron una formación específica para prevenir el consumo de alcohol en menores y promover un consumo moderado en adultos, al tiempo que se promovió en las casetas la exhibición del mensaje ‘yo no vendo alcohol a menores... tampoco en Feria’.

Del mismo modo, entre las acciones comprendidas en la campaña también se incluyeron mensajes dirigidos al público adulto, haciendo un claro llamamiento a realizar un consumo moderado y responsable de bebidas alcohólicas durante la Feria, con carteles con el claro mensaje: ‘En Feria, con alegría y con cabeza’, que se exhibieron en los autobuses urbanos y en el entorno del recinto ferial.



PREMIOS ALIMENTOS DE ESPAÑA



En la XXXVI Edición de los Premios Alimentos de España que convoca el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación para reconocer la labor de empresas y productos que destacan por su calidad, innovación y contribución a la gastronomía española se premiaron dos bebidas espirituosas con indicación geográfica protegida, Pacharán Navarro Basarana Etiqueta Negra y Aguardiente Vedra do Ulla. Este reconocimiento se engloba en la campaña “El país más rico del mundo”, que refuerza la marca España como potencia alimentaria y gastronómica de calidad.

Esta es la segunda edición en la que se incluye el Premio a la Mejor Bebida Espirituosa con Indicación Geográfica, por lo que en el sector seguimos celebrando que se reconozca la labor de las empresas que elaboran bebidas espirituosas de alta calidad en España.

En la gala de entrega de los premios, el Ministro de Agricultura destacó “la continua modernización de las empresas galardonadas,

su adaptación al cambio climático, la aplicación de las nuevas tecnologías, la digitalización, la sostenibilidad ambiental o la economía social como valores y claves del éxito de su trabajo”.

Es un orgullo para el sector que dos de nuestras empresas asociadas recibieran este galardón: Hijos de Pablo Esparza—Bodegas Navarras y Aguardientes de Galicia. Ambas abanderan perfectamente los valores que caracterizan al sector de bebidas espirituosas en España: Tradición, Calidad, Responsabilidad, Sostenibilidad, Proyección Exterior, y contribución al Desarrollo Rural.

FLORACIÓN DEL ENDRINO



Acompañamos al Consejo Regulador de Pacharán Navarro en la tercera edición de la “Fiesta de la Floración del Endrino”. Una celebración para rendir homenaje a los agricultores que cultivan las endrinas necesarias para producir el Pacharán Navarro.

El evento, celebrado en la localidad navarra de Peralta, contó con la presencia del consejero de Desarrollo Rural y Medio Ambiente

del Gobierno de Navarra, José María Aierdi; el presidente de la IGP Pacharán Navarro, Adrián Subía, y el alcalde de Peralta, Juan Carlos Castillo.

El presidente del consejo Regulador de Pacharán Navarro, Adrián Subía, señalaba: “celebramos con orgullo que tenemos un buen número de jóvenes que deciden dedicarse a la agricultura y que quieren cultivar arañones. Y también por quienes deciden que la elaboración y venta de Pacharán Navarro será su futuro”. Y ha destacado que “son el mejor seguro del mantenimiento del cultivo de nuestros endrinos”.

Por su parte, el Consejero de Desarrollo Rural y Medio Ambiente del Gobierno Navarro, José María Aierdi, destacaba el pacharán “como una seña de identidad de Navarra, que es la única zona de Europa donde, además de cultivar endrinas silvestres, también se cultivan”

Cabe destacar el peso de la Indicación Geográfica Protegida de Pacharán Navarro. Durante 2023 las siete empresas adscritas a esta IGP elaboraron más de tres millones de litros de esta bebida espirituosa, que supone un valor económico del total comercializado de más de 20 millones de euros.

LAS BEBIDAS ESPIRITUOSAS CON IGP REIVINDICAN SU ORGULLO

El octubre de 2024 se celebró el encuentro anual de la Conferencia Española de Consejos Reguladores e Indicaciones Geográficas de Bebidas Espirituosas (CEIGBE) en Mahón, destacando su gran potencial para preservar la cultura y la tradición españolas, al tiempo que genera riqueza y empleo en el entorno rural. Un encuentro que sirvió para reivindicar la importancia y el peso económico de las 19 Indicaciones Geográficas Protegidas de Bebidas Espirituosas existentes en España, que es el tercer país de la UE en número de Indicaciones Geográficas de bebidas espirituosas, solo por detrás de Alemania y Francia.

El encuentro se celebró en el Salón de plenos del Consell Insular y contó con la participación de María Antonia Taltavull Fernández, Consellera de Economía y Servicios Generales del Consell Insular de Menorca, Francisco Javier Mate, Subdirector General de Control de Calidad Alimentaria y Laboratorios Agroalimentarios del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Joan Llabrés Enseñat, Director General de Qualitat Agroalimentària i Producte Local del Govern Balear y Evaristo Babé, Presidente de la Conferencia Española de Consejos Reguladores e Indicaciones Geográficas de Bebidas Espirituosas (CEIGBE).



Según el Informe sobre las Bebidas Espirituosas con IGP en España, presentado durante el encuentro, y elaborado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, en 2023 se elaboraron 187 millones de litros de bebidas espirituosas de los cuales unos 19 millones de litros corresponden a indicaciones geográficas protegidas, lo que representa el 10% de la producción nacional de bebidas espirituosas. Destaca la IGP Brandy del Penedés, que representa el 35,30% del total de la producción, siendo la primera Indicación Geográfica en volumen, seguido de Brandy de Jerez, con un 32,95% del volumen total y Pacharán Navarro, con un 15,84%.

La jornada se completó con una cata de quesos de Mahón a cargo del Consell Regulador Denominación de Origen Mahón-Menorca y la visita a la Destilería Xoriguer, que cuenta con más de 250 años de antigüedad y es el máximo representante productor de la IG Gin de Mahón.

JORNADAS DE SUMILLERÍA EN PEÑAFIEL CON EL GIN DE PROTAGONISTA

Un año más hemos participado en las Jornadas Técnicas Internacionales de Sumillería Castilla y León que se celebran en el Museo Provincial del Vino de Valladolid-Castillo de Peñafiel, con el objetivo de ampliar el conocimiento en bebidas espirituosas para que los sumilleres los tengan en cuenta y puedan recomendarlos en el día a día de su trabajo. Espirituosos España estuvo presente en estas jornadas, y en esta



ocasión impartió una masterclass sobre gin, en la que se cataron una decena de marcas diferentes.

Las jornadas fueron un éxito, con más de 130 participantes que pudieron ilustrarse con la sabiduría de una treintena de ponentes, entre los que se encontraban maestros destiladores de las empresas asociadas a la federación, al tiempo que pudieron degustar más de 140 firmas, entre vinos y bebidas espirituosas.

CONGRESO ANUAL BEBIDAS ESPIRITUOSAS

La Federación Española de Bebidas Espirituosas, Espirituosos España, celebró en el mes de junio su Congreso Nacional de Bebidas Espirituosas en Jerez de la Frontera, reuniendo a representantes de las principales empresas del sector en España. En esta ocasión, el encuentro profesional tuvo lugar en la sede de las Bodegas Fundador (Grupo Emperador) en Jerez de la Frontera, aprovechando el 150 aniversario de la marca pionera de brandy de Jerez.

Como es habitual, el Congreso supuso un interesante foro de encuentro sectorial en el que se dieron cita empresas del sector y representantes de sectores afines (distribución, hostelería, consumidores), que tuvieron oportunidad de conocer, de la mano de Emilio Gallego, Secretario General de Hostelería de España, las perspectivas de la hostelería. También fueron testigos de cómo han evolucionado los gustos según las diferentes generaciones, gracias a la interesante ponencia impartida por la consultora YouGov.

Además, en el encuentro el Director de Espirituosos España, Bosco Torremocha, presentó los datos del Informe Socioeconómico 2023, y ofreció a los presentes un balance de la evolución del sector en los primeros meses del año.

También se contó con el apoyo de todas las autoridades que participaron en la jornada. Empezando por el Subsecretario de

Industria y Turismo, Pablo Garde, que puso en valor el peso del sector y su estrecha relación con el Turismo, durante la inauguración del Congreso. Siguiendo por el Consejero de Presidencia de la Junta de Andalucía, Antonio Sanz, que, durante la clausura, destacó la influencia del sector para la economía andaluza, “que brilla en el panorama internacional y hace Marca Andalucía”.

Mención especial queremos hacer de la Alcaldesa de Jerez, María José García-Pelayo, que siempre nos abre las puertas de su ciudad y nos hace sentir como en casa, haciendo gala de la colaboración estrecha que mantiene con la Federación.



CAMPAÑA JUNTOS OBJETIVO CERO ALCOHOL EN MENORES

Sin duda 2024 ha sido el año en el que el sector ha hecho más evidente su compromiso con la prevención del consumo de alcohol en menores de edad. Además de las acciones enmarcadas en sus campañas de Responsabilidad Social Corporativa se ha impulsado una campaña informativa destinada a generar una amplia conciencia social a favor de la prevención del consumo en menores de edad. Una campaña en la que se pretende implicar al mayor número de instituciones, estamentos, entidades y personas individuales con un único objetivo: CERO ALCOHOL EN MENORES.

Así, como no podía ser de otra manera, la campaña se articulaba bajo el mensaje Juntos. Objetivo cero alcohol en menores y, gracias a la implicación de todo el sector (con sus marcas y empresas a la cabeza) ha conseguido estar presente en todos los rincones de nuestra geografía: calles, marquesinas, autobuses y soportes digitales se nos sirvieron de soporte para visibilizar este mensaje.

Una creatividad impactante y visualmente atractiva que además corroboraba con datos reales, provenientes de las auditorías a las que se someten las campañas de prevención desarrolladas por Espirituosos España, el mensaje de prevención que abanderaba.

Seguir trabajando juntos, en colaboración con otras entidades públicas y privadas hasta lograr el objetivo de que los menores no consuman ni una gota de alcohol.

Una campaña colaborativa en dos sentidos, porque refuerza con su mensaje la implicación de todos los agentes sociales (padres, profesores, hosteleros, sanitarios y farmacéuticos, distribuidores y sector delivery, entidades públicas y privadas) en la prevención del consumo de alcohol por menores, y por la participación directa de anunciantes, vallistas y servicios de la sociedad de la información en la cesión de espacios para amplificar la difusión de la campaña, que ya no es solo del sector, sino también de toda la sociedad que la ha hecho suya.

Los principales materiales de la campaña han sido un sencillo pero atractivo key visual y tres vídeos que hemos difundido en medios digitales y redes sociales. Piezas que han tenido más de 92 millones de impactos en OOH (out of home) gracias a la estrategia conjunta de utilizar autobuses urbanos, kioscos y mupis en exterior y en los principales centros comerciales de las ciudades de referencia. Además, en lo que respecta a resultados en digital, se ha logrado más de 6.500.000 views, 80 millones de impresiones con un 69% en VTR y más de 330k de clics en enlaces de campaña. Además, también conseguimos visibilizar el mensaje con presencia en espacios digital en algunos partidos de la Selección Española de Fútbol.

Esta campaña contribuye a afianzar el mensaje clásico de prevención del sector, que apuesta por el consumo cero en menores, poniendo el foco en la educación como mejor herramienta para conseguirlo, y por la información rigurosa y el conocimiento como formas de empoderar al consumidor para que comprenda que conseguir que los menores no beban ni gota de alcohol es tarea de todos. La implicación de toda la sociedad en esta tarea es la única forma de garantizar su éxito.

**JUNTOS
OBJETIVO**

**CERO ALCOHOL
EN MENORES**

7 de cada 10
menores modifican positivamente su actitud frente al alcohol

+90.000
familias participantes en nuestros talleres

+2,8 Millones
de alumnos formados con nuestras iniciativas

Colaboración
con los sectores de la hostelería y la distribución

**ESPIRITUOSOS
ESPAÑA**

menoresniunagota.es

25 años avalan al sector en el desarrollo de iniciativas destinadas a prevenir el consumo en menores, como certifican los numerosos reconocimientos logrados en estos años, entre los que destaca la Cruz Blanca de la Orden de Mérito del Plan nacional sobre Drogas del Ministerio de Sanidad. Una distinción mediante la que se reconocen los “esfuerzos para evitar el consumo abusivo de bebidas alcohólicas promoviendo el consumo responsable y luchando contra la permisividad hacia el consumo en menores y otros colectivos de riesgo”.

Del mismo modo, la campaña Juntos. Objetivo cero alcohol en menores también se alzó en 2024 con dos galardones en los Premios Internaciones de Publicidad, obteniendo la medalla de plata en la sección de Campaña con impacto positivo social y la medalla de bronce en la categoría de publicidad de cine y gráfica.

“Menores ni Una Gota” es la filosofía que promueve el trabajo del sector de bebidas espirituosas y que está en el ADN de cada una de nuestras empresas. No es solo un slogan o una campaña puntual, sino que es el fiel reflejo de nuestra cultura corporativa como sector que aspira a ser sostenible y que materializamos a través de un amplio abanico de programas, campañas e iniciativas que cada día obtienen mejores resultados y más colaboradores. Si tú también quieres formar parte de esta revolución contra el consumo de alcohol en menores, súmate a menoresniunagota.es



**PUEDES VER
NUESTRA
CAMPAÑA AQUÍ**

SECTOR EN CIFRAS 2024



SECTOR EN CIFRAS 2024

El balance del sector de bebidas espirituosas en España durante 2024 refleja un desempeño negativo en términos de ventas. A lo largo del año, el mercado ha experimentado una contracción del 3,7% en comparación con 2023, lo que evidencia una disminución en la demanda.

Cabe destacar que esta caída en las ventas se ha producido incluso en un contexto de incremento del turismo, que en 2024 alcanzó cifras récord. Dado que el consumo de bebidas espirituosas representa aproximadamente el 13% del gasto total de los turistas en España, este dato subraya la estrecha vinculación del sector con la hostelería y su fuerte asociación con el consumo en entornos de ocio y socialización.

En términos de estructura empresarial, el sector cuenta con aproximadamente 3.800 centros de producción dedicados a la elaboración de bebidas espirituosas. La mayoría de estas empresas son de carácter familiar y de origen nacional, predominando las pequeñas y medianas empresas. No obstante, el mercado está liderado por un número reducido de grandes grupos fabricantes e importadores que ocupan las primeras posiciones en términos de cuota de mercado.



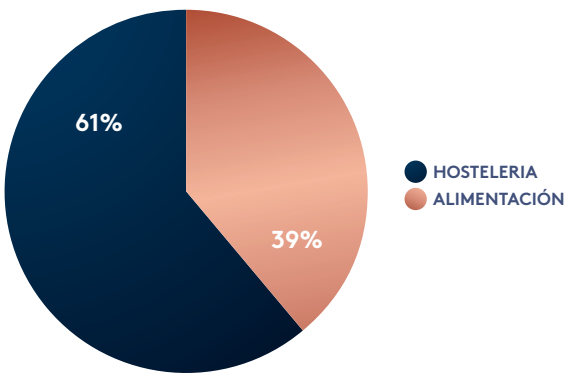
PESO ECONÓMICO



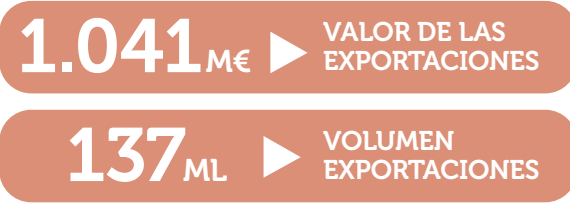
DIMENSIÓN EMPRESARIAL



CANALES DE VENTA



COMERCIO EXTERIOR

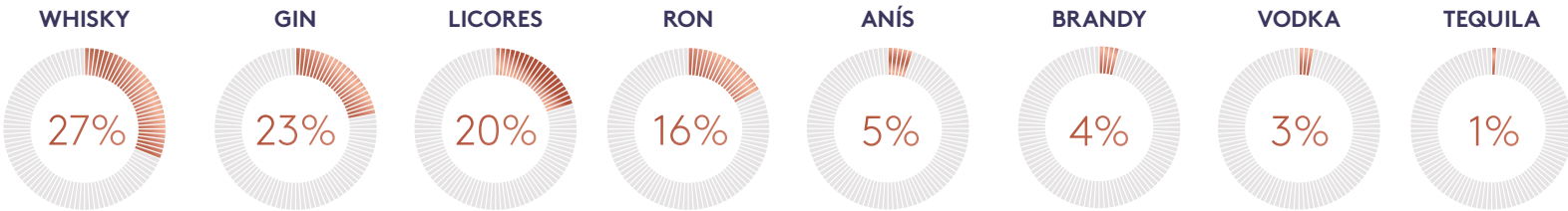


CONTRIBUCIÓN TRIBUTARIA



COMERCIALIZACIÓN 2024

CUOTA MERCADO
BEBIDAS
ESPIRITUOSAS
EN VOLUMEN



SECTOR SOCIALMENTE COMPROMETIDO



SECTOR SOSTENIBLE



CONSUMO DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS

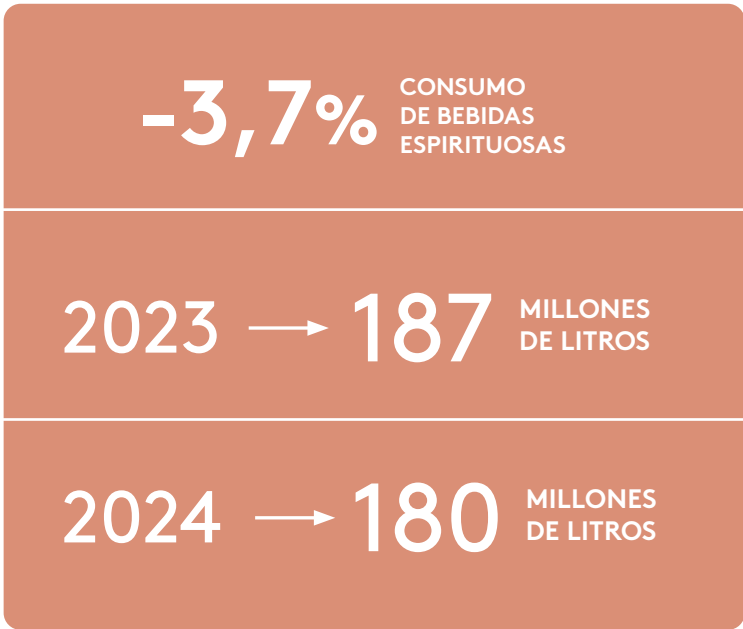


CONSUMO DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS

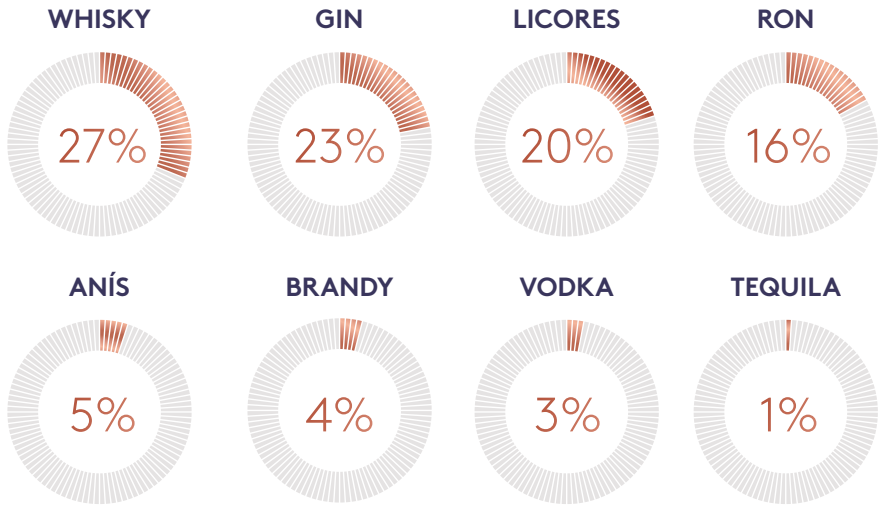
En 2024, el consumo de bebidas espirituosas en España alcanzó los 180 millones de litros, lo que representa una caída del 3,7% en comparación con 2023. Estos datos requieren un análisis prudente, ya que reflejan una tendencia preocupante que podría acentuarse en los próximos años.

El consumo de bebidas espirituosas en España está estrechamente ligado al ocio y al entorno social, especialmente en el ámbito de la hostelería y en reuniones con familiares y amigos. Este patrón de consumo es característico del estilo de vida mediterráneo, en el que las bebidas alcohólicas se integran de manera natural en la alimentación y los momentos de disfrute, siempre bajo un enfoque de consumo responsable y moderado.

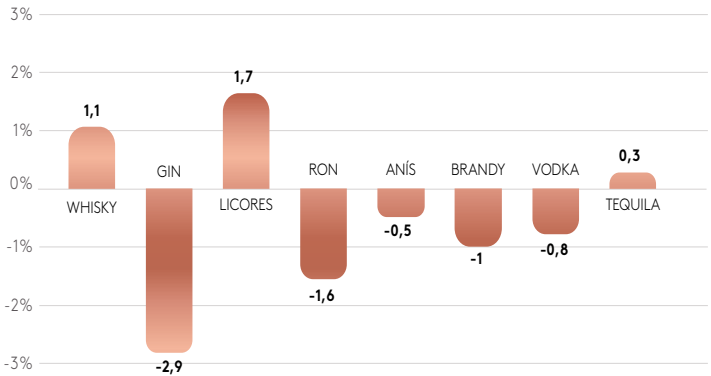
Gracias a este modelo, España se posiciona como uno de los países con los hábitos de consumo de alcohol más responsables dentro de la Unión Europea. Según datos del Ministerio de Sanidad, el 95,8% de los consumidores en España realizan un consumo moderado y responsable de bebidas alcohólicas.



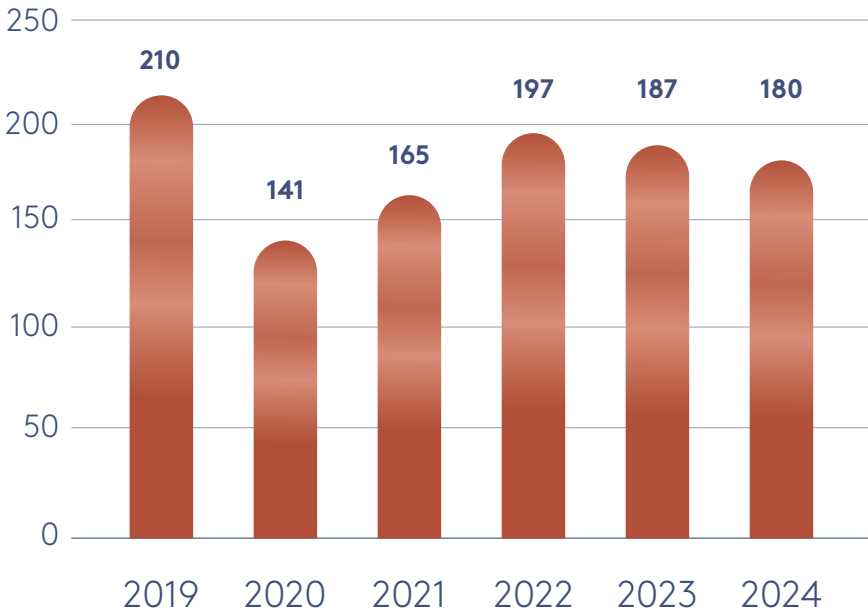
VOLUMEN DE COMERCIALIZACIÓN POR CATEGORÍAS 2024



% Variación 2024 vs 2023



EVOLUCIÓN MILLONES DE LITROS COMERCIALIZADOS BEBIDAS ESPIRITUOSAS



VENTAS DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS



VENTAS BEBIDAS ESPIRITUOSAS

En 2024, las empresas del sector de bebidas espirituosas comercializaron un total de 180 millones de litros, lo que representa una caída del 3,7% en comparación con el año anterior.

Más allá de su impacto en la producción y distribución, esta industria desempeña un papel clave en la economía española a través del consumo, estrechamente vinculado a la hostelería y el turismo. España cuenta con una larga tradición de consumo responsable de bebidas alcohólicas, con más del 60% de las bebidas espirituosas consumidas fuera del hogar, en entornos sociales.

El turismo, impulsado en gran medida por el ocio, refuerza aún más esta dinámica. España se posiciona como un referente mundial en hostelería y restauración, con un sector de ocio nocturno que la sitúa entre los líderes globales.

VENTAS POR CANALES

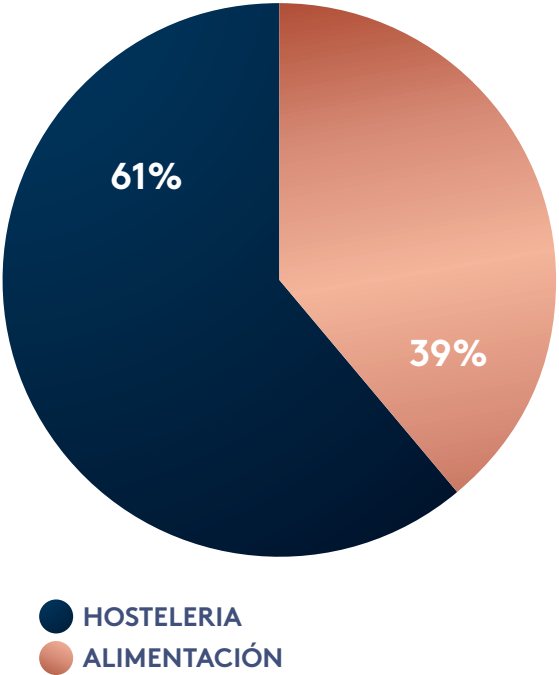
En 2024 la hostelería ha vuelto a ser el principal canal de venta, representando el 61% del total de las ventas realizadas durante 2024 mientras que en 2023 ese porcentaje ascendía al 63%.

La Alimentación por su parte ha representado el 39% de las ventas de bebidas espirituosas durante 2024.

La hostelería cuenta en España con 311.000 establecimientos que dan trabajo a 1,4 millones de personas y tiene un volumen de ventas de 87.816 millones de euros, el 4,4% del PIB.

Actualmente, el turismo y la hostelería motores de nuestra economía se encuentran fuertemente impactados por la subida de los precios de la energía, de los suministros y la financiación por lo que es fundamental mantener la estabilidad en el sector.

PESO CANALES 2024



IMPORTANTE VÍNCULO ENTRE LAS BEBIDAS ESPIRITUOSAS Y LA HOSTELERÍA

En la actualidad la media anual de gasto per cápita fuera del hogar es de 52€ frente a los casi 9€ que supone el consumo doméstico. El consumo extradoméstico conlleva un mayor aumento de la rentabilidad y generación de riqueza.

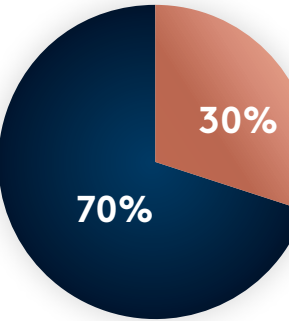
Los destilados son las bebidas con alcohol que aportan mayor rentabilidad a la hostelería esto es debido al mayor valor agregado de las bebidas espirituosas (€/L) que el de otras bebidas alcohólicas, que genera más valor en menos ventas.

Un 30,5% de los ingresos de los locales de ocio derivan de las bebidas espirituosas.

Los bares, cafeterías y restaurantes son los segmentos de la hostelería donde se recogen los mayores volúmenes de venta de bebidas espirituosas gracias a los nuevos hábitos diurnos de consumo.

52€ DE MEDIA ANUAL EN GASTO PER CÁPITA FUERA DEL HOGAR
FRENTE AL CONSUMO DOMÉSTICO DE CASI 9€

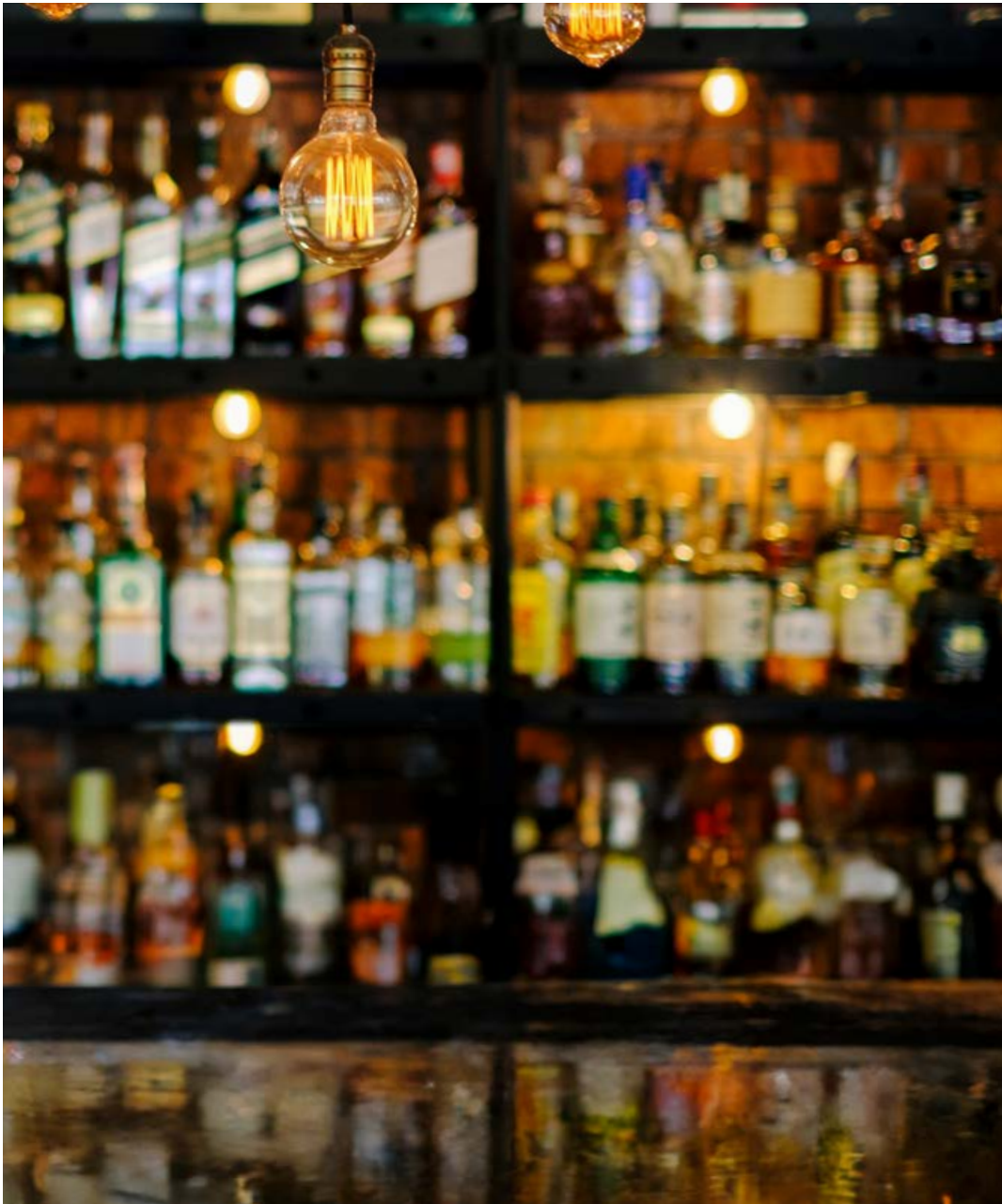
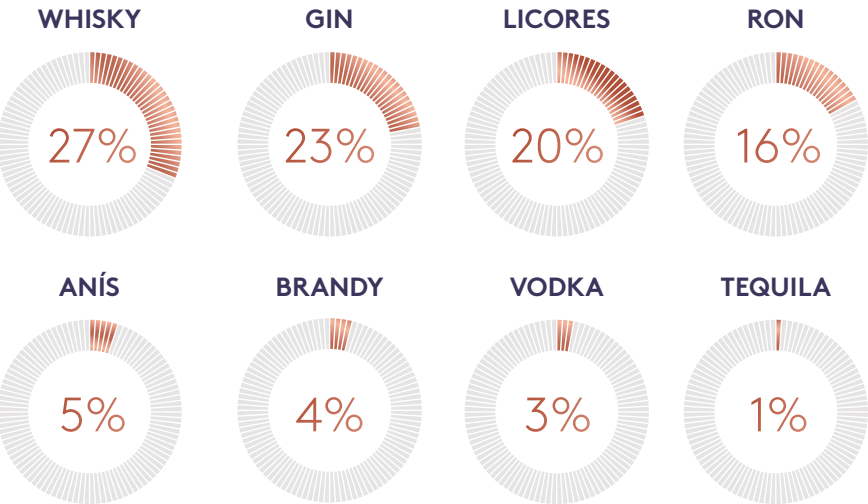
REPARTO DEL CONSUMO EN HOSTELERÍA



● BARES/CAFETERÍAS
● HOTELES/RESTAURANTES

Los bares y cafeterías son los segmentos de la hostelería donde se recogen los mayores volúmenes de venta de bebidas espirituosas gracias a los nuevos hábitos diurnos de consumo.

VOLUMEN DE COMERCIALIZACIÓN
POR CATEGORÍAS 2024



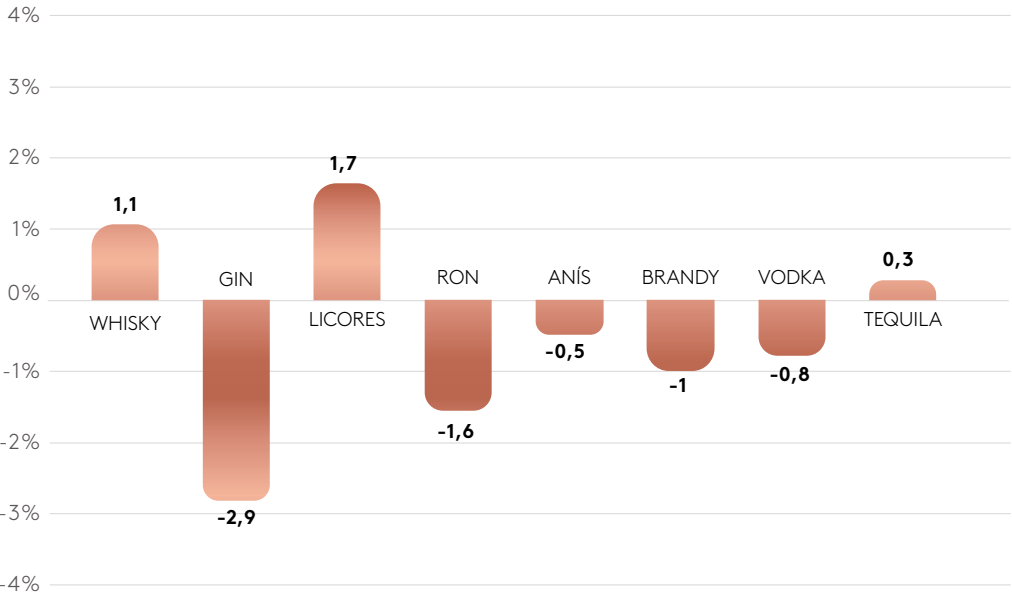
TODAS LAS CATEGORÍAS SE MANTIENEN
SIN GRANDES VARIACIONES, EL GIN
Y EL WHISKY LIDERAN EL CONSUMO
SEGUIDOS DE LOS LICORES

En volumen: Las categorías se mantienen en volumen, aunque algunas muestras descensos como es el caso del Gin y con evolución levemente positiva encontramos el whisky, los licores y el tequila.

Esta situación de total mercado por categorías se repite en hostelería,

En valor: En valor el mercado muestra un comportamiento similar

% VARIACIÓN 2023 vs 2024



TURISMO

El año 2024 ha sido excepcional para el sector turístico en España, alcanzando cifras récord en la llegada de visitantes internacionales y en el gasto asociado.

Volumen de Turistas Recibidos

España recibió aproximadamente 93,8 millones de turistas internacionales en 2024, lo que representa un incremento del 10,1% respecto a los 85,1 millones registrados en 2023.



Gasto Total de los Turistas

El gasto total realizado por los turistas internacionales ascendió a 126.282 millones de euros en 2024, un aumento del 16,1% en comparación con los 108.662 millones de euros del año anterior.

Gasto en Restauración, Ocio y Consumo de Bebidas Alcohólicas

Para 2024 sobre el gasto en restauración, ocio y consumo de bebidas alcohólicas, es relevante destacar que, en 2024, el ticket medio por transacción en restauración para turistas extranjeros fue de 31,2 euros, aproximadamente 6 euros más que el gasto medio de los turistas nacionales.

Estos datos reflejan una tendencia positiva en el sector turístico español, con un crecimiento notable tanto en la afluencia de visitantes como en el gasto asociado, consolidando a España como uno de los destinos turísticos más destacados a nivel mundial.

Hostelería

El año 2024 ha sido notable para los sectores de hostelería y restauración en España, evidenciando un crecimiento sostenido en el gasto extradoméstico y una afluencia récord de turistas internacionales.

Los consumidores españoles han incrementado su gasto en el sector de la hostelería en un 2,2% en 2024, manteniendo prácticamente el mismo número de ocasiones de consumo (-0,4%) en comparación con el año anterior.

Este aumento en el gasto, a pesar de la estabilidad en las ocasiones de consumo, sugiere una tendencia hacia un mayor desembolso por visita, posiblemente influenciado por una oferta gastronómica diversificada y de mayor calidad.



Tendencias

Nuevas Tendencias de Consumo de Bebidas Espirituosas

El mercado de las bebidas espirituosas en España está experimentando una transformación significativa, influenciado por cambios en las preferencias de los consumidores y la aparición de nuevas tendencias.

Prioridad de Calidad sobre Cantidad

Los consumidores actuales muestran una inclinación hacia la calidad en lugar de la cantidad. Esta tendencia se refleja en la creciente demanda de bebidas espirituosas premium y ultra-premium. Este comportamiento posiciona a España como líder en Europa en la preferencia por bebidas de alta gama.

Influencia de la Generación Z en la Cultura del Cóctel

La Generación Z está desempeñando un papel crucial en la revitalización de la cultura del cóctel en España. Se espera que el 29% de los jóvenes de esta generación disfruten de más bebidas espirituosas y cócteles en el próximo año. Además, su curiosidad y acceso a información han incrementado su conocimiento sobre mixología, impulsando la demanda de experiencias de consumo más sofisticadas.

Crecimiento del Consumo en Establecimientos de Hostelería

A pesar de las tendencias hacia un consumo más moderado, la afluencia a establecimientos de hostelería se mantiene robusta. El 70% de los consumidores afirma salir a bares y restaurantes con la misma frecuencia o más que en 2023. La principal motivación para estas salidas es la socialización, con un 46% indicando que disfrutan de estos espacios para interactuar y relajarse. Además, cerca del 40% de los consumidores reportan una mayor renta disponible para actividades de ocio, lo que podría estar contribuyendo al aumento en la frecuencia de visitas a estos establecimientos.

Preferencia por el Consumo Diurno

Se observa una consolidación en la tendencia hacia el consumo diurno frente al nocturno. El 52% de los consumidores ha reducido sus actividades de ocio nocturno, trasladándolas a horarios diurnos. Momentos como el aperitivo, el brunch y el afterwork han ganado popularidad, con un 32% de los consumidores incorporándolos regularmente en su rutina. Durante los fines de semana, el 74% participa en el aperitivo, mientras que un 57% opta por salir por la tarde.

Innovación en Productos y Experiencias

La industria de las bebidas espirituosas está respondiendo a estas tendencias mediante la innovación en productos y experiencias.

El sector de las bebidas espirituosas en España está en plena evolución, influenciado por cambios demográficos, preferencias de consumo y estilos de vida. La inclinación hacia productos de mayor calidad, la influencia de la Generación Z en la cultura del cóctel, el mantenimiento de la afluencia a establecimientos de hostelería, la preferencia por el consumo diurno y la innovación constante en productos y experiencias son factores clave que definirán el mercado en los próximos años.

AFTERWORK,
EL APERITIVO
O EL BRUNCH

32%
CONSUMIDORES

El afterwork,
el aperitivo
o el brunch,
que se ha
convertido en
un momento
de su rutina
habitual para
el 32% de los
consumidores.



PRODUCCIÓN DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS



PRODUCCIÓN BEBIDAS ESPIRITUOSAS EN ESPAÑA:

En 2024 se elaboraron 317 millones de litros de bebidas espirituosas de los cuales 137 millones de litros se destinaron a la exportación.

A nivel internacional España es el 6º país productor de bebidas espirituosas en la UE.

El sector de las bebidas espirituosas cuenta con una amplia tradición

en España, siendo un país productor y con unas características de consumo responsable.

La industria de las bebidas espirituosas tiene presencia en todo el territorio nacional, destacando Andalucía, Cataluña, Galicia, Castilla-La Mancha, Navarra, Murcia y La Rioja por su importancia en términos relativos.

317M/L
Elaborados en 2024
de bebidas espirituosas

+3.800
Centros de producción
en España

3.500
Destilerías artesanales

85%(PYMES)
del sector son Pequeñas
y Medianas Empresas



INDICACIONES GEOGRÁFICAS DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS



INDICACIONES GEOGRÁFICAS DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS EN ESPAÑA

España cuenta con 19 Indicaciones Geográficas de Bebidas Espirituosas situándose así, como tercer país de la Unión Europea sólo por detrás de Alemania y Francia.

En 2024 se han comercializado 180 millones de litros de bebidas espirituosas de los cuales 19 millones se han elaborado adscritos a Indicaciones Geográficas, lo que representa más del 10% del consumo de bebidas espirituosas.

Destaca el Brandy del Penedés, siendo la primera Indicación Geográfica en volumen de producción seguido de Brandy de Jerez, Pacharán Navarro y Hierbas de Mallorca.

En el ejercicio 2024, los datos sobre las bebidas espirituosas con derecho a Indicación Geográfica, según la información suministrada por las Comunidades autónomas y sus órganos de control, puede resumirse como sigue:

- El número de industrias elaboradoras dedicado a la obtención de estos productos es de 143, siendo su volumen de producción por industria muy diferente.

- La producción elaborada de “Brandy del Penedés” representa el 35,07% de la producción de todas las bebidas espirituosas con Indicaciones Geográficas Protegidas, seguida de “Brandy de Jerez” con un 32,74% y de “Pacharán Navarro” con un 15,74%.

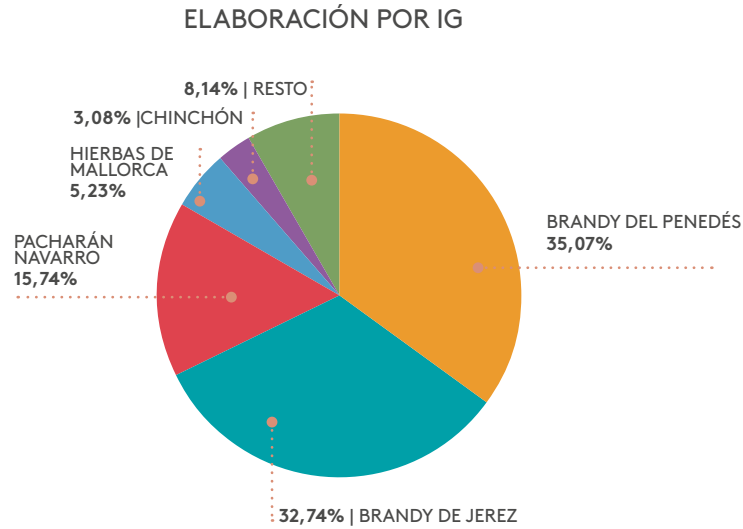
- La producción comercializada de las Indicaciones Geográficas Protegidas de bebidas espirituosas venía presentando en los últimos 4 años una evolución creciente, pasando de los 17.599.902 litros comercializados en 2019, a los 23.262.410 en 2023, pero durante el año 2024 dicha evolución se ha visto interrumpida ya que han sido comercializados 19.522.362 litros, lo que supone un descenso del 16,08%.

- En el mercado interior, que representa el 45,93% (8.967.169 litros) de la comercialización total, la IG “Pacharán Navarro” es líder en volumen comercializado con un 34,13% del total, seguido de la IG “Brandy de Jerez” (30,64%) y la IG “Brandy del Penedés” (8,45%).

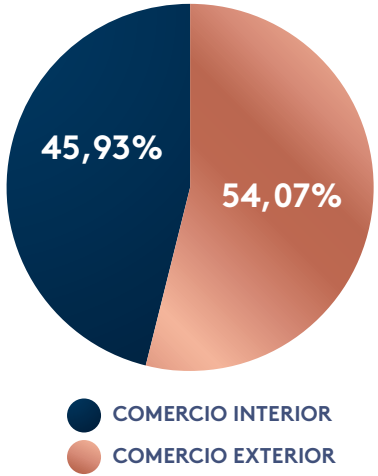
- Por su parte, el mercado exterior representa el 54,07% (10.555.193 litros) del comercio total de las Indicaciones Geográficas de España, correspondiendo el 58,11% de este comercio a la IG “Brandy del Penedés”, seguido de la IG “Brandy de Jerez” (34,91%).

- El comercio exterior de bebidas espirituosas con Indicación Geográfica en Europa representa el 28,20% (2.989.127 litros), frente al 71,80% (7.610.361 litros) correspondiente a países terceros no europeos, siendo el continente americano el de mayor volumen comercializado (56,71%), del total del mercado exterior, gracias, principalmente, a la comercialización exterior de “Brandy del Penedés” a América (5.094.413 litros).

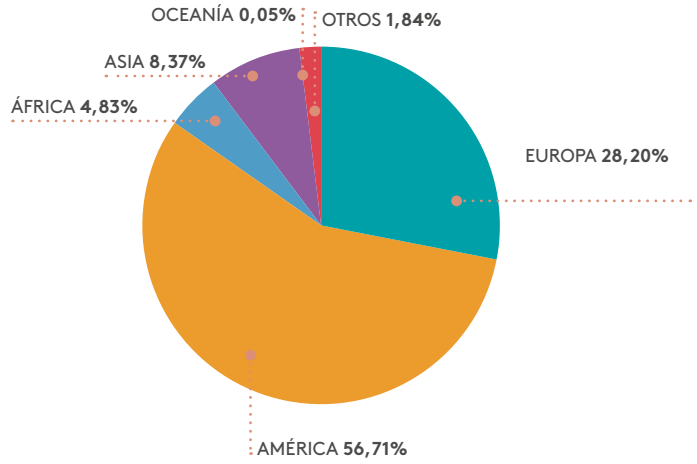
- El valor económico estimado correspondiente a las Indicaciones Geográficas es de 140.618.719 €, lo cual supone un descenso del 17,44% respecto a 2023.



COMERCIO INTERIOR Y COMERCIO EXTERIOR
19.522.362 LITROS



ZONAS GEOGRÁFICAS DE DESTINO DLE COMERCIO EXTERIOR
10.599.488 LITROS



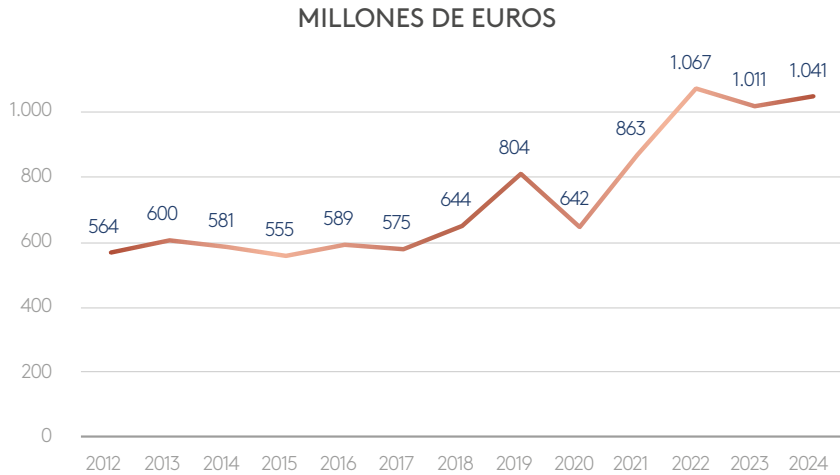
EXPORTACIONES



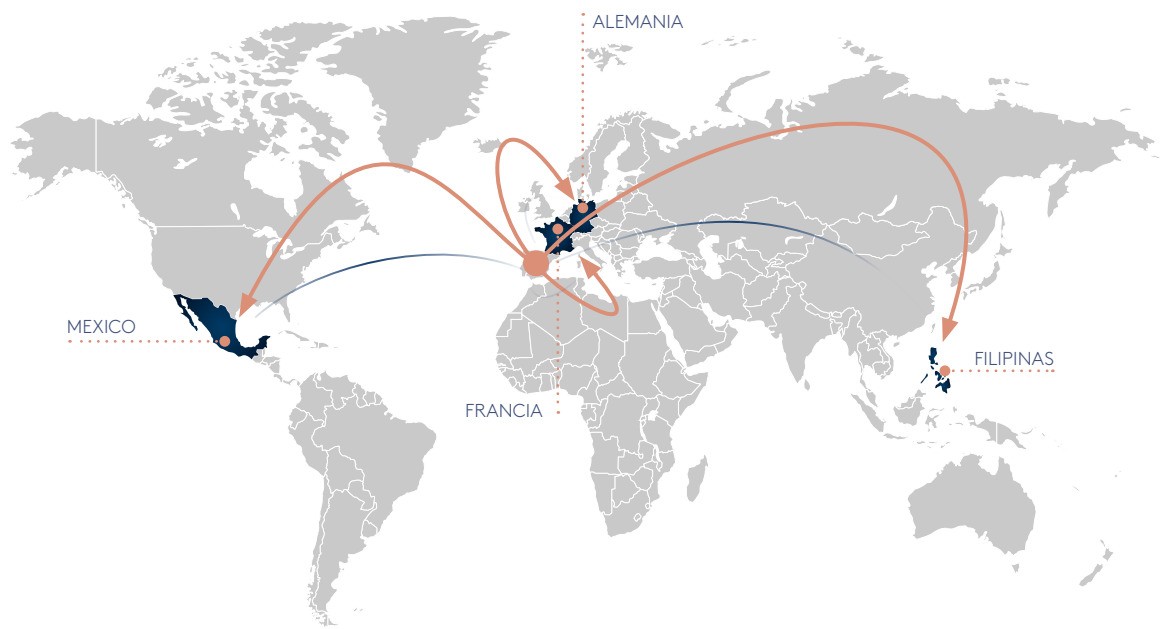
COMERCIO EXTERIOR

De acuerdo con los últimos datos publicados por el Ministerio de Asuntos Exteriores las exportaciones de las de bebidas espirituosas durante 2024 están arrojando un dato positivo situándose para el mismo periodo del año en un 4,7% por encima de los valores de 2023

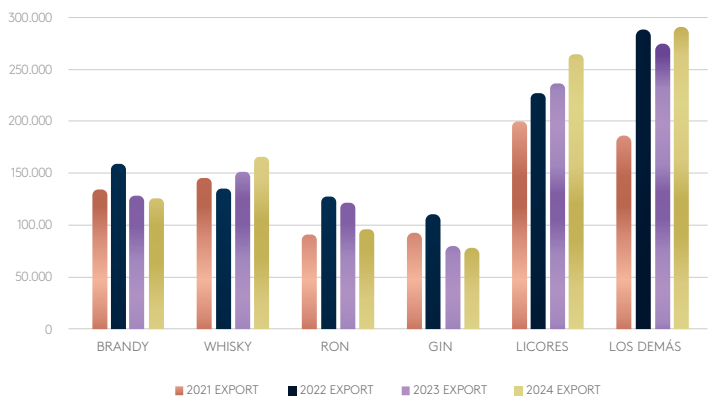
En 2024 se han destinado 137 millones de litros de bebidas espirituosas a la exportación.



PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN



EXPORTACIÓN BEBIDAS ESPIRITUOSAS MILES DE EUROS



PESO ECONÓMICO



PESO ECONÓMICO DEL SECTOR DE LAS BEBIDAS ESPIRITUOSAS EN ESPAÑA

España, gracias a su orografía y climatología, produce gran variedad de materias primas de origen agrícola necesarias para la producción de bebidas espirituosas. Anualmente, el sector utiliza más de 200.000 toneladas de estas materias primas y más de 52 millones de litros de vino. En términos de superficie, los cultivos destinados durante un año a la elaboración de bebidas espirituosas en España supera las 144.000 hectáreas.

Las bebidas espirituosas en el sector agroalimentario:

200.000 TN



UVA



CEBADA



HIERBAS AROMÁTICAS



MAÍZ



BAGAZO



ENDRINAS

Contribución económica

Las bebidas espirituosas constituyen un sector tradicional en España, que supone una importante actividad económica generadora de riqueza y empleo; tanto a nivel directo, mediante su producción y/o distribución (a través de su cadena de suministro), como a nivel indirecto, mediante su consumo (a través de la comercialización de sus productos, tanto en gran consumo como en hostelería).

El impacto del sector corresponde a un

0,17 del PIB

1€ de valor añadido bruto generado por el sector contribuye a generar 4€ de valor añadido en la economía española

1.964 M€

de contribución económica del sector de las bebidas espirituosas a la economía española durante el 2022

366 M€

de contribución directa

1.184 M€

de contribución indirecta

414 M€

de contribución inducida

CONTRIBUCIÓN TRIBUTARIA

CONTRIBUCIÓN TRIBUTARIA

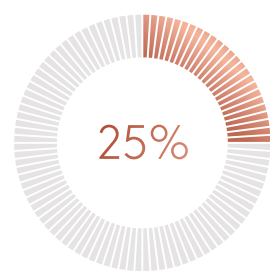
Las bebidas espirituosas representan la categoría de bebidas con contenido alcohólico que más contribuye a la Hacienda Pública en materia de impuestos especiales, concretamente el 73% de la recaudación por este concepto. Sin embargo, es necesario señalar que, aún siendo el tipo de bebida alcohólica que más impuestos especiales soporta, solo representa el 5% del volumen total de consumo de bebidas alcohólicas en 2024.

La última subida de los Impuestos Especiales sobre Alcohol, realizada en diciembre de 2016, sólo afectó a las bebidas espirituosas, sin que se hayan logrado los objetivos recaudatorios previstos con dicha subida y además con importantes implicaciones negativas en la recaudación imputable al sector de bebidas espirituosas de otras figuras impositivas como son el IVA y el Impuesto de Sociedades.

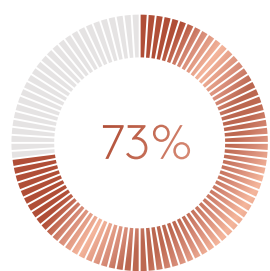
Por todo ello, para que las empresas puedan desarrollar con la necesaria normalidad su actividad y adoptar decisiones con la anticipación suficiente y la menor incertidumbre posible, es necesario contar con un sistema tributario predecible que asegurando la transparencia y la lucha contra el fraude beneficie, o cuanto menos no perjudique, la competitividad de las empresas y su productividad.

El 73% de la recaudación por impuesto especial aplicable a bebidas alcohólicas corresponde al sector de bebidas espirituosas

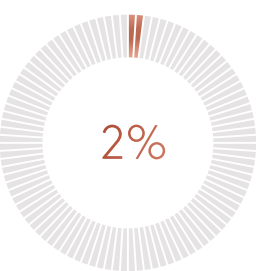
RECAUDACIÓN IMPUESTOS ESPECIALES SOBRE ALCOHOL 2024



Cerveza



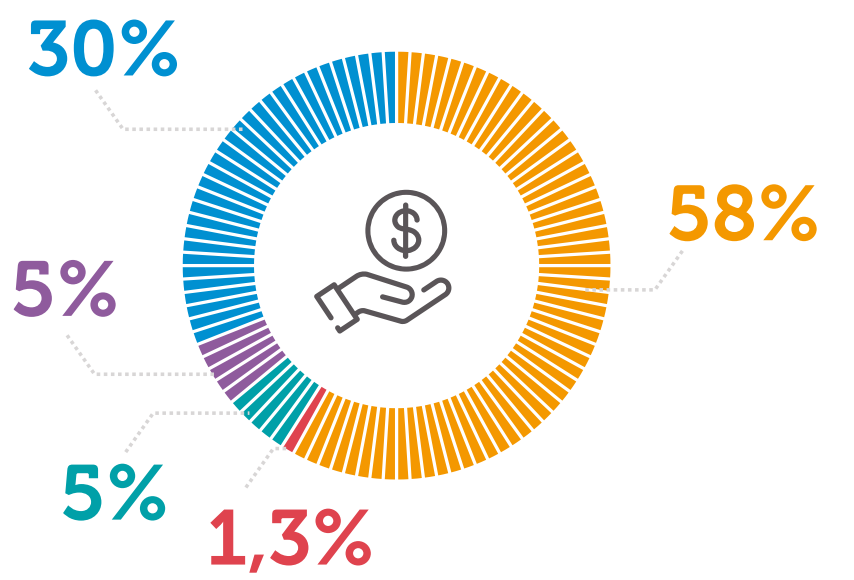
Bebidas espirituosas



Producto intermedio



Durante el año 2024, el total de impuestos y gravámenes pagados ascendió a 1.545 M€



- Retenciones del impuesto sobre la Renta de Personas Físicas
- Cotizaciones a la Seguridad Social
- Impuesto sobre el Valor Añadido no deducible
- Impuestos especiales sobre el alcohol
- Otros impuestos



833 M€

en Impuestos Especiales sobre el alcohol y las bebidas (IIEE)



522 M€

en Impuestos sobre el Valor Añadido (IVA)



39 M€

en impuestos y tributos derivados de las actividades y del patrimonio, tales como el Impuesto de Sociedades, el Impuesto sobre los Bienes Inmuebles, el Impuesto sobre Actividades Económicas, entre otros



151 M€

en IRPF y contribuciones a la Seguridad Social

INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR



INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR

Protección al consumidor

Existe cada vez más una clara demanda del consumidor por una mayor información sobre los requisitos de etiquetado y comercialización de las bebidas espirituosas.

Desde Espirituosos España hemos desarrollado con la participación del Ministerio de Agricultura y la Federación de Hostelería, un folleto informativo con el objetivo de aumentar la información de los requisitos en la comercialización y etiquetado de las bebidas espirituosas.



EN BARES Y RESTAURANTES UN LICOR AUTÉNTICAMENTE AUTÉNTICO...

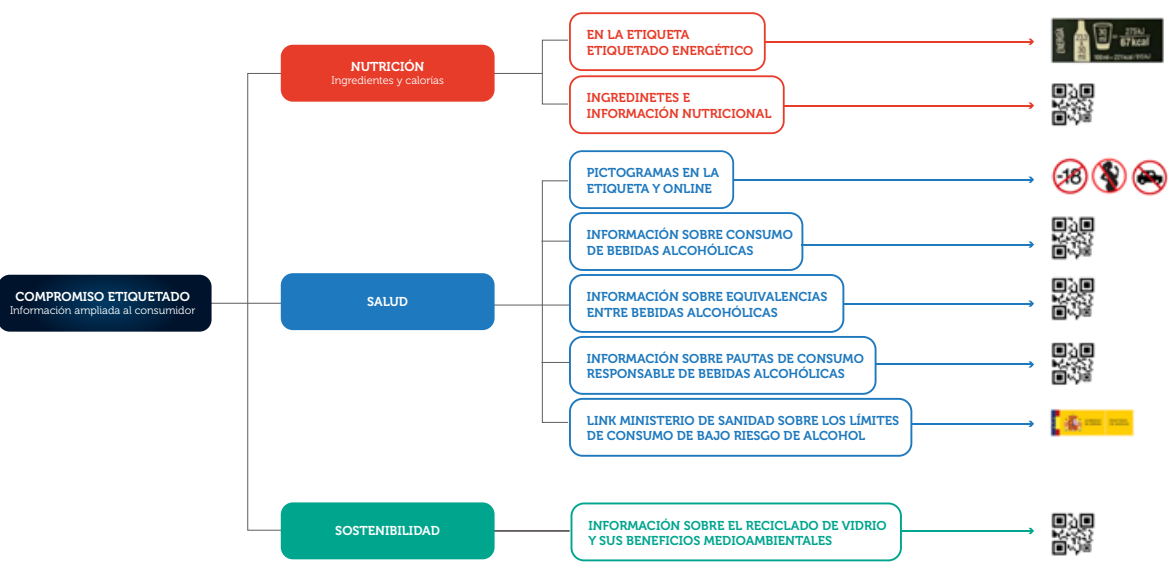


Los licores siempre en su botella original.

Espirituosos España refuerza su compromiso de información al consumidor

Un compromiso que refuerza y amplía la información al consumidor que;

- Va más allá de las obligaciones legales actuales en materia de etiquetado en la UE
- Asume unos compromisos ambiciosos e incluyendo información ampliada sobre nutrición salud y sostenibilidad del consumo de bebidas espirituosas.
- Que de manera ambiciosa e innovadora pone a disposición del consumidor
- Un modelo 100% garantista, 100% accesible, 100% útil y 100% completo.
- Para todos los consumidores, en todos los mercados



Etiquetado digital

El etiquetado digital es un ejemplo de práctica sostenible. Al utilizar códigos QR y etiquetas digitales, las empresas pueden proporcionar información detallada sobre el origen de los ingredientes, las prácticas de producción y el compromiso ambiental.

El uso de los códigos QR es imparable y como solución práctica se han incorporado a la rutina diaria de toda la población, desde un restaurante hasta un medicamento o una cita médica. Es el medio elegido por gobiernos y consumidores.

Este crecimiento exponencial de los códigos QR es el resultado de los avances tecnológicos, la mayor digitalización y el uso generalizado de los teléfonos inteligentes.

Los códigos QR URL son una tecnología de demostrada fiabilidad, accesibilidad y facilidad de uso.

Es una realidad, con ejemplos de todo tipo, y la información así trasladada tiene evidentes beneficios;

I. **Agilidad y rapidez en las actualizaciones:** El etiquetado digital permite a los operadores económicos actualizar rápidamente la información y trasladarla de forma inmediata a los consumidores.

II. **Accesibilidad para los consumidores:** Las etiquetas electrónicas proporcionan experiencias fáciles de usar para los consumidores, lo que les permite acceder a información completa de forma cómoda, en varios idiomas y adaptada a necesidades específicas. Accesible en todo momento y para todos los consumidores incluyendo aquellos con dificultad visual

III. **Mejora de la trazabilidad:** Las etiquetas digitales, mediante el desarrollo de herramientas como el Pasaporte Digital de Productos, pueden tener el potencial de mejorar la trazabilidad y ayudar a luchar contra la falsificación.

IV. **Mejora del impacto medioambiental:** El etiquetado electrónico reduce significativamente los residuos asociados a las etiquetas físicas tradicionales y refuerza la circularidad, en consonancia con el compromiso del Gobierno y de la UE con la sostenibilidad y el cuidado del planeta.

VER VÍDEO



SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD MEDIO AMBIENTAL





Sector de las Bebidas Espirituosas y su huella medioambiental



1

Prácticas agrícolas sostenibles

Apoyamos activamente métodos de cultivo respetuosos con el medio ambiente.

2

Reducción del uso de agua

Buscamos lograr reducciones significativas en el consumo de agua.

3

Energía renovable

Aumentamos el uso de energías renovables y reducimos el consumo general.

4

Economía circular

Protegemos mercados existentes e identificamos nuevos para nuestros subproductos de manera sostenible.

5

Logística eficiente

Hacemos que los procesos logísticos sean más eficientes en el uso de recursos.

6

Transporte sostenible

Apoyamos activamente la descarbonización del sector del transporte.

La Sostenibilidad como Pilar Estratégico del Sector



Huella ambiental: Visión general

Evaluamos y repensamos continuamente las áreas clave de nuestros procesos de producción, desde los cultivos hasta el embotellado y distribución.

Huella de carbono

La huella de carbono del sector de bebidas espirituosas es relativamente baja, especialmente en comparación con otras categorías de bebidas.



AGRICULTURA



MADERA



AGUA



ENVASES



ENERGÍA



TRANSPORTE



SUBPRODUCTOS

En un contexto global donde la sostenibilidad constituye un pilar fundamental del desarrollo industrial y social, el sector de las bebidas espirituosas en España asume con determinación su responsabilidad medioambiental. Conscientes del impacto ecológico de nuestra actividad y de la dependencia de los recursos naturales, hemos consolidado un firme compromiso con la transición hacia un modelo de producción más eficiente, innovador y respetuoso con el entorno.

Nuestra industria se basa en la utilización exclusiva de materias primas de origen agrícola, lo que nos exige una gestión sostenible de los recursos naturales para garantizar su disponibilidad a largo plazo. Por ello, impulsamos prácticas de agricultura regenerativa, optimizamos el consumo de agua y energía, reducimos residuos y promovemos la integración de fuentes renovables en nuestros procesos productivos. Cada iniciativa emprendida busca minimizar la huella ambiental y contribuir a la protección de la biodiversidad.



Alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas y el Pacto Verde Europeo, hemos implementado iniciativas transformadoras en toda la cadena de valor. Desde la innovación en destilación mediante sistemas de eficiencia energética y cogeneración, hasta el desarrollo de envases más sostenibles con un mayor contenido reciclado y menor impacto ambiental en el transporte. Además, la digitalización de la información al consumidor y la adopción del etiquetado electrónico refuerzan nuestro compromiso con la transparencia y la educación ambiental.

Uno de los pilares clave de nuestra estrategia es la promoción de una economía circular, en la que los subproductos de la destilación se convierten en fuentes de energía o insumos para otras industrias. La reutilización, el reciclaje y la reducción de residuos son principios rectores en nuestra gestión ambiental, alcanzando tasas de valorización superiores al 99% y fomentando el uso de materiales sostenibles, como el vidrio reciclado y la madera certificada.

La sostenibilidad no solo implica la dimensión ambiental, sino también la social y económica. Nuestro sector desempeña un papel esencial en la generación de riqueza en zonas rurales, la preservación de tradiciones centenarias y la promoción de empleo sostenible. Con un firme compromiso con la inclusión y el bienestar laboral, trabajamos en estrecha colaboración con instituciones públicas y privadas para que nuestras prácticas sostenibles sean un referente tanto a nivel nacional como internacional.

Factores de huella de carbono

AGRICULTURA

25-30%
de la huella total

DESTILACIÓN

30-40%
de la huella total

EMBALAJE

24-37%
de la huella total

TRANSPORTE Y VENTA

30-40%
de la huella total

Reciclado de Vidrio

España consolida sus altos niveles de recuperación de residuos de envases de vidrio y alcanza el millón de toneladas a pesar de la caída del consumo

- Las estimaciones de Ecovidrio sitúan la tasa de reciclaje de envases de vidrio en España en el 70,1%, según el nuevo método de cálculo, y supera con dos años de antelación los objetivos fijados por Europa para 2025

- El 90% de los residuos de envases de vidrio que se recuperan en España son recogidos a través del contenedor verde y separados en origen, lo que garantiza la gran calidad del reciclaje, logrando el modelo más eficaz, eficiente y sostenible ambientalmente

- Las ciudades que lideraron el ranking de aportación ciudadana a la recogida selectiva de envases de vidrio fueron San Sebastián (38,3 Kg/hab), Pamplona (31 Kg/hab), Santiago de Compostela (28,2 Kg/hab), Bilbao (26,2 Kg/hab), Palma (25,5 Kg/hab), Barcelona (23,9 Kg/hab), Granada (22,4 Kg/hab), Vitoria-Gasteiz (21,9 kg/hab), Girona (21,6 Kg/hab) y Santander (21,5 Kg/hab), todas ellas por encima de la media nacional situada en 19,2 kilogramos por habitante

LA RECOGIDA SELECTIVA EN CIFRAS



SECTOR COMPROMETIDO CON LA SOSTENIBILIDAD

COMPROMETIDOS CON EL RECICLADO DEL VIDRIO Y ASUMIENDO MAYORES RETOS



La hostelería, nuestra aliada en el reciclado de Vidrio

El sector hostelero es un gran motor para la economía y el desarrollo. Somos un país de bares y nosotros trabajamos para que esos bares se comprometan con el reciclaje de envases de vidrio y contribuyan a la lucha contra el cambio climático y la sobreexplotación de los recursos.

Ecovidrio, entidad sin ánimo de lucro encargada de la gestión del reciclado de residuos de envases de vidrio en España, de la que Espirituosos de España forma parte, ha presentado los resultados del plan estratégico EcoVares correspondientes al ejercicio 2023. La entidad ha redoblado sus esfuerzos en el canal con una inversión de más de 26 millones de euros y un impacto a más de 150.000 establecimientos de 600 municipios, mediante diversas iniciativas, campañas y planes adaptados a las necesidades del sector en cada municipio.

Gracias al conocimiento y la especialización de Ecovidrio, en tan solo un año, el plan EcoVares suscrito por Hostelería de España, ha logrado situar la media nacional de establecimientos recicladores declarados en el 74%, dos puntos porcentuales por encima de los objetivos fijados para 2023.



SECTOR SOCIALMENTE RESPONSABLE



COMUNICACIÓN Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

La comunicación externa de Espirituosos España se basa en el contacto directo y periódico con los medios de comunicación, a quienes tenemos puntualmente informados de las noticias relativas a nuestras acciones, informaciones y campañas sectoriales, que van desde la comunicación de los resultados socioeconómicos sectoriales, a las acciones relativas a nuestra responsabilidad social.

Del mismo modo, mantenemos un contacto estrecho y directo con nuestra amplia comunidad digital a través de nuestros perfiles en redes sociales: Instagram, X, Facebook y LinkedIn, en los que exponemos todo tipo de información relevante para la Federación, y mediante los que generamos engagement con nuestros públicos.

Además de estos canales y públicos destinatarios de nuestra comunicación externa, la Federación mantiene una fluida comunicación interna con las empresas asociadas, mediante canales

internos y a través de un boletín de noticias sectoriales: el Destilado de Noticias, que este año ha publicado su número 700 al servicio de la información sectorial.

A lo largo del pasado año nuestras comunicaciones han sido recogidas por numerosos medios nacionales, regionales y locales, a través de notas de prensa, comunicados y entrevistas, que han generado una buena cobertura. Como hitos informativos del 2024 podemos destacar nuestro XXV Aniversario, la presentación del Informe Socioeconómico, el Congreso Nacional de Bebidas Espirituosas celebrado en Jerez el pasado mes de junio, las últimas adhesiones de Ayuntamientos a nuestra Red “Menores ni una Gota” y el resto de las acciones de responsabilidad social de la Federación.



Economía | **europapress**

europapress | economía finanzas

Agricultura y Espirituosos España suscriben un protocolo para potenciar la competitividad del sector



A large group of approximately 30 people, including men and women in business attire, are posed for a group photo on a stage. They are arranged in several rows, with some standing and some kneeling or sitting in the front. Behind them is a large projection screen displaying a logo and text, likely related to the agreement. The setting appears to be a formal event or conference.

Forbes

<https://forbes.es/economia/426742/el-sector-de-bebidas-espirituosas-cae-un-59-en-2023-y-reclama-medidas-para-reactivar-el-consumo/>



ESPIRITUOSOS
ESPAÑA

El sector de bebidas espirituosas cae un 5,9% en 2023 y reclama medidas para reactivar el consumo



Suprimentos España lanzó una campaña en la que sumó a su clásico lema sectorial «Menores ni una gota» la palabra JUNTOS, para poner en valor los resultados de la confiteración y hacer partícipe a toda la sociedad en esta tarea de prevenir el consumo de alcohol en menores de edad.

vinetor

https://www.vinetor.com/2024/07/02/00529/convocan-la-ii-edicion-de-los-premios-periodisticos-para-promover-las-bebidas-espirituosas-espanolas.html#google_vignette

DESTACADOS

Convocan la II Edición de los Premios Periodísticos para promover las bebidas espirituosas españolas

1.000€ para el mejor artículo sobre bebidas espirituosas con IGP en España

MARTES 26 DE JUNIO DE 2024

MadridActual
<https://www.madridactual.es/786712-el-gobierno-de-madrid-y-gobiernos-regional-y-autonómico-para-avanzar-el-luchando-de-alcohol-en-restaurantes-y-bares>

Madrid refuerza su compromiso para prevenir el consumo de alcohol en menores

Publicado: 17 de mayo de 2023



El alcalde de Madrid, José Luis Martínez-Almeida, y el director de Espirituismo, Borja Torremocha, han firmado un acuerdo de colaboración enfocado en la prevención del **consumo de alcohol** en menores y el uso de **redes sociales** como fuentes de embriaguez.



NUESTRAS CAMPAÑAS EN 2024

En 2024 celebramos nuestro 25 aniversario mostrando nuestro orgullo sectorial por todos los logros conseguidos en estos años en materia de prevención que, sin duda, son fruto del esfuerzo y la constancia con la hemos trabajado desarrollando programas y campañas mostrando nuestro compromiso con el fomento en conductas responsables y luchando contra consumos indebidos como el consumo en menores, conductores o embarazadas.

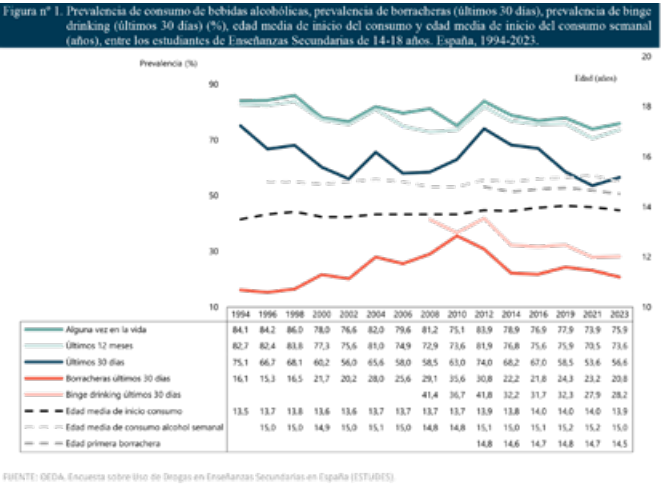
Si algo caracteriza a los productores y distribuidores de bebidas espirituosas a la hora de elaborar sus productos es, sin duda, su firme apuesta por la calidad, seleccionando con mimo cada materia prima e incorporando los más altos estándares a sus procesos de destilación y envejecimiento. Desde la Federación entendemos que esta dedicación ha de ser puesta al servicio del consumidor para que su disfrute se base únicamente en la moderación y la responsabilidad. Así, hemos materializado esta filosofía tan integrada en el ADN sectorial en multitud de programas y acciones con las que contribuimos activamente a la construcción de una sociedad más responsable. Nuestros programas “Menores ni una Gota”, “Conductor Alternativo – Los Noc-turnos”, “Tú Sires, Tú Decides”, entre otros, son un claro ejemplo de este compromiso, al igual que nuestro Código de Autorregulación Publicitaria, o nuestro férreo compromiso con la Información al Consumidor.

Sumamos ya dos décadas promocionando la figura del conductor alternativo, muchas cosas han cambiado y afortunadamente el consumo de alcohol al volante ha dejado de ser una de las principales causas de accidentes de tráfico. Los jóvenes han abandonado el “yo controlo” propio de principios de siglo, evolucionando hacia una conciencia colectiva basada en la elección del “Conductor Alternativo” antes de salir de marcha. Una actitud de la que somos responsables, gracias al apoyo y respaldo que nuestras acciones siempre han encontrado en la DGT, la sociedad civil y todo un elenco de instituciones vinculadas a la seguridad vial.



“Menores ni un Gota”, una apuesta irrenunciable

Si echamos la vista atrás a través de los ojos de la Encuesta ESTUDES (Encuesta sobre Uso de Drogas en Enseñanza Secundaria), que registra los consumos de la población entre 14 y 18 años, vemos que la tendencia que muestra el consumo de alcohol en menores es claramente positiva.



Desde que existen registros (1994) se ha logrado una clara disminución del consumo entre los menores de edad. Las encuestas han mostrado que menos adolescentes informan haber consumido alcohol en comparación con años anteriores. Así, vemos como desde 1994 desciende la prevalencia en el consumo de alcohol en menores alguna vez en la vida (del 84,1% en 1994 al 75,9% en 2023). También descienden los menores que declaran haber consumido alcohol en los últimos 12 meses (82,7% en 1994 Vs 73,6% en 2023) y en los

últimos 30 días (75,1% en 1994 Vs 56,6% en 2023).

También hemos visto un claro **aumento de la edad de inicio**, lo que indica que los jóvenes están comenzando a beber a una edad más tardía que en el pasado.

Del mismo modo, vemos una **disminución en el número total de jóvenes que consumen alcohol** y una reducción en la frecuencia con la que aquellos que beben lo hacen.

Desde Espirituosos España pensamos que estos datos son esperanzadores (aunque es necesario mantener la guardia alta y seguir actuando en materia de prevención) y se deben sin duda a una **mayor conciencia sobre riesgos** derivados del consumo prematuro de alcohol. Así, vemos claramente que ha aumentado la conciencia entre los menores sobre los riesgos asociados al consumo quizá por la **influencia de campañas educativas** destinadas a prevenir este tipo de conductas en menores de edad.

Es necesario seguir incrementado esta percepción de riesgo para alejar a nuestros menores de los patrones nórdicos de consumo, que tanto distan del estilo de vida moderado propio de los países del sur de Europa, basado en el consumo mediterráneo, y sensato, más propio de nuestra cultura.

En esta sociedad digital, nos hemos valido de las redes sociales para hacer llegar nuestro mensaje de responsabilidad a las diferentes plataformas, apostando por unas comunicaciones responsables, dirigidas exclusivamente a adultos y fomentando la moderación como única premisa válida a la hora de disfrutar de nuestros productos.

El tardeo y la sobremesa se han impuesto al ocio nocturno, como es lógico en el país con más horas de sol de Europa. España, prioriza la

sobremesa, las terrazas y la socialización especialmente después de la oscuridad en la que nos sumió la pandemia.

En este sentido, en el sector avanzamos de la mano de la hostelería, la distribución y el delivery para que nuestros productos lleguen al consumidor final adulto de manera responsable. Nuestro compromiso se amplifica de la mano de estos sectores, igualmente responsables e interesados en apostar por un consumo moderado y responsable, que no incluya a menores y otros colectivos de riesgo.

OBJETIVO CERO ALCOHOL EN MENORES, CONDUCTORES Y EMBARAZADAS

Menores, ni una gota

Si un menor consume alcohol es claramente porque un adulto se lo permite, lo tolera, se lo facilita o mira para otro lado. No podemos tolerar estas conductas, por eso es tan importante invertir en campañas para concienciar a toda la sociedad en la tolerancia cero ante el consumo de bebidas alcohólicas por menores de edad. Solamente desde la implicación de todos conseguiremos proteger a nuestros menores.

En este sentido, es necesario que TODOS sumemos esfuerzos en favor de este objetivo, por lo que desde Espirituosos España apostamos por la **colaboración público-privada** para llegar a toda la sociedad de forma eficaz, pero también eficientemente, generando una corriente de opinión basada en el concepto “Menores ni una Gota”. Muestra de esto es nuestra Red “Menores ni una Gota” de la que ya forman parte más de 300 ayuntamientos y gobiernos autonómicos de toda España, así como empresas y entidades públicas y privadas.

Si tú también crees que todos los esfuerzos son pocos para proteger a nuestros menores, que son el futuro de nuestra sociedad, e invitamos a formar parte de esta RED colaborativa a través de menoresniunagota.es



Aprendiendo a decir no



La Fundación Alcohol y Sociedad (FAS) lleva desde el año 2000 formando a familias y a los propios menores de edad para evitar que se inicien al consumo de alcohol. Estas formaciones en centros escolares de enseñanza secundaria han cosechado grandes éxitos de eficacia en cuanto a reducir el número de menores que consume alcohol, retrasar la edad de inicio al consumo y minimizar la cantidad de alcohol que beben los menores que ya se han iniciado.

Desde la Federación apostamos por la independencia de la Fundación en su desempeño, dotándola de recursos económicos constantes que hagan viable su trabajo y la auditoría independiente de sus resultados.

Sin duda la profesionalidad y el buen hacer de los monitores que imparten las charlas de la Fundación es uno de los éxitos de este programa que ha demostrado su eficacia, con unos excelentes resultados. Como demuestra el hecho de que el 97% de los centros repita año tras año las formaciones y valore con un 5 sobre 5 a los monitores que imparten las sesiones formativas. Además, según datos de la auditoría realizada por el Instituto Deusto de Drogodependencias, las formaciones de la Fundación Alcohol y Sociedad son efectivas, y logran mejorar los hábitos de consumo en 7 de cada 10 menores intervenidos.

Durante el curso 2023/2024 se ha formado a 79.442 alumnos de Madrid, Cataluña, Andalucía, Extremadura, Cantabria y Galicia en prevención de consumo de alcohol en menores de edad, llegando a un total de 2.841.579 alumnos desde el curso 2001/2002.

2.841.579

estudiantes, de entre 12 y 18 años, han participado en este programa.

42.000

familias

97%

de los centros escolares repiten y lo solicitan cada año.

Valorando el programa, materiales y formadores con una nota de

5 sobre 5.

7 de cada 10 menores

formados mejora sus hábitos de consumo dejando de beber alcohol, retrasando su edad de inicio o ingiriendo menos cantidad, según Instituto Deusto de Drogodependencias

Impulsando la colaboración público-privada

Partiendo del papel primordial que las familias tienen en la educación de los menores, una de las principales iniciativas de la campaña “Menores ni una Gota” son los encuentros para padres en los que se les facilitan las herramientas necesarias para prevenir el consumo de todo tipo de bebidas alcohólicas en menores de edad.

Estas formaciones se realizan en colaboración con Ayuntamientos y Comunidades Autónomas y se basan en la guía pedagógica

redactada por Rocío Ramos-Paúl, más conocida por su intervención en el televisivo programa Supernanny, “Más de 100 razones para que un menor no beba alcohol”. Esta guía supone un compendio de consejos para las familias, que encontrarán argumentos para que padres, madres y educadores puedan abordar, desde una perspectiva educativa y preventiva, la problemática del consumo de alcohol en menores de edad. Esta guía puede descargarse de forma gratuita en www.menoresniunagota.es

En el 2024 hemos realizado nueve encuentros con familias en Alicante, Boadilla, Córdoba, Granada, Jerez de la Frontera, Plasencia y Vitoria con la participación de más de 600 familias. En total la participación desde el inicio de la campaña hace un acumulado de 12.400 familias en más de 72 encuentros.

Juntos colaborando activamente en una Red “Menores ni una Gota”, que ya cuenta con más de 300 ayuntamientos e instituciones privadas, unidas para apostar por la prevención del consumo en menores de edad, mediante la que hemos alcanzado a una población de más de 12.400 millones de personas.

En el año 2024 se sumaron a esta Red los ayuntamientos de Alicante, Arganda, Córdoba, Madrid, Logroño, Parla, Oviedo, Plasencia, Sevilla, Valencia y Vitoria. Y otras instituciones públicas como la Junta de Andalucía.



Al volante, el conductor alternativo



Destinando recursos durante décadas para su promoción, actuando siempre desde una perspectiva preventiva, educativa y positiva, y promoviendo una solución real y eficaz como es el CONDUCTOR ALTERNATIVO (aquel amigo que no bebe y lleva a todos sus amigos a casa).

Este 2024 ha sido sin duda un año de celebración para Espirituosos España, ya que además de nuestro 25 aniversario como Federación, también hemos podido celebrar los 20 años de nuestras acciones para promover la figura del Conductor Alternativo.

La prevención del consumo de alcohol asociado a la conducción ha sido, y sigue siendo, una de los principales ámbitos de nuestra responsabilidad



Cuando pusimos en marcha esta iniciativa en 2004 no podíamos ni imaginar los resultados que hemos logrado JUNTOS. Gracias a la colaboración público-privada que desde el comienzo del programa hemos venido recibiendo de instituciones como la Comisión de Seguridad Vial del Congreso de los Diputados, la DGT, la Guardia Civil, Unijepol, la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP) y más de 300 Ayuntamientos de toda España, así como el sector de la Hostelería, y un amplio elenco de rostros conocidos y asociaciones que trabajan en materia de seguridad vial.

Desde el año 2000, Espirituosos España siempre ha querido concienciar a la población general, especialmente a los jóvenes (entre 18 y 30

años), de la incompatibilidad de combinar alcohol y conducción. Este ha sido el objetivo principal de “Los Noc-Turnos”, y el lema que ha dominado las más de 300 acciones realizadas hasta la fecha, en las que han participado más de 16.000 jóvenes conductores.

Así, en 2024 se realizaron 12 acciones de “Los Noc-Turnos” en diferentes ciudades como Madrid, Boadilla del Monte, Plasencia, Teruel, Alcalá de Henares o Alcobendas. En estas acciones se premiaron a más de 400 conductores que demostraron llevar la tasa más segura al volante, la cero.

Para celebrar todos estos logros, pero también para agradecer la implicación y la buena acogida social e institucional que siempre han recibido nuestras iniciativas, el pasado mes de diciembre celebramos un acto en el Congreso de los Diputados, en compañía de todas aquellas instituciones y entidades que nos han acompañado en este tiempo. Así, estuvieron presentes el Director de la DGT, Pere Navarro; los miembros de la Comisión Permanente de Seguridad Vial, incluida su presidenta, Marta Madrenas, quien destacaba la labor de Espirituosos España “tendiendo la mano a todas las instituciones para colaborar y hacer de nuestra sociedad un lugar más seguro”. Representantes de la Guardia Civil, UNIJEPOL y asociaciones de Víctimas, como AESLEME, también quisieron celebrar con Espirituosos España estos 20 años de responsabilidad al volante.

Durante el evento, Espirituosos España aprovechó para renovar el compromiso que el sector de bebidas espirituosas asumió hace 20 años en materia de seguridad vial, mediante los siguientes compromisos concretos:

- “Si bebes no conduzcas” es la filosofía al volante
- Promoción de la figura del **conductor alternativo como solución eficaz y colaborativa**, que premia la responsabilidad y contribuye positivamente al descenso de la siniestralidad al volante
- **Promoción de hábitos responsables** asociados al consumo de bebidas alcohólicas entre los acompañantes del conductor alternativo.

Consumo cero también en embarazadas

En colaboración con la Sociedad Española de Ginecología y Obstetricia (SEGO) y con la Asociación Española de Matronas se desarrolla la campaña “Sal de cuentas con cero alcohol”, con el objetivo de incidir en la importancia de no consumir ningún tipo de bebida alcohólica durante el embarazo y la lactancia.

Así, mediante esta campaña se pone a disposición del colectivo de matronas, información sobre hábitos saludables durante el embarazo y la lactancia, a disposición de las usuarias de más de 1.000 centros de salud de toda España.



RESPONSABILIDAD EN EL CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS POR ADULTOS

Formando al sector hostelero



“Tú Sirves, Tú Decides” es el programa que desarrolla Espirituosos España para promover un servicio responsable de bebidas alcohólicas en el sector hostelero. Así, desde su inicio se ha formado a más de



12.700 trabajadores, estudiantes y empresarios de hostelería de más de 500 empresas nacionales y a 50 Escuelas de Hostelería.

Conscientes de que el canal hostelero supone más del 60% de la comercialización de bebidas espirituosas, Espirituosos España ofrece formaciones específicas a hosteleros y a futuros profesionales de la hostelería, para promover el consumo responsable de bebidas alcohólicas y prevenir el consumo abusivo o indebido. Se trata de desarrollar conjuntamente herramientas que nos permitan, al sector de bebidas espirituosas y a la hostelería, mostrar un modelo de negocio sostenible basado en la promoción de hábitos saludables asociados al consumo de bebidas alcohólicas.

En 2024 se realizaron 21 acciones de formación del programa Tú Sirves, Tú Decides en Madrid, Andalucía, Castilla y León, Castilla la Mancha y Galicia, en las que participaron 600 profesionales. Y realizamos una formación especial en Oviedo coincidiendo con su Capitalidad Gastronómica Nacional 2024.

Responsabilidad y punto. Formaciones a la comunidad universitaria

Desde el sector tenemos claro que cumplir la mayoría de edad no es sinónimo de desenfreno y abuso. Al contrario, pensamos que el inicio al consumo de alcohol entre los jóvenes universitarios ha de ser algo voluntario y, sobre todo, basado en la moderación, la responsabilidad y el disfrute. De hecho estos mensajes, además de una serie de datos científicos basados en la evidencia y el rigor, son la columna vertebral de las formaciones de consumo responsable que desde 2011 impartimos en universidades de toda España. La idea es que los estudiantes formados en nuestras sesiones actúen como nuevos prescriptores de estos mensajes, trasladando la información de consumo responsable al resto de sus compañeros y compañeras.

Esta iniciativa de Espirituosos España cuenta con el apoyo la Universidad Pontificia de Salamanca, la Universidad de Huelva, la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid, la Universidad de Granada, la Universidad de Cuenca, la Universidad de Cádiz, la Universidad de Sevilla, la Universidad de Murcia y la Universidad del País Vasco.

Además, esta iniciativa se completa con un concurso de creatividades publicitarias destinadas a promover el consumo responsable de bebidas alcohólicas, que desarrollamos con estudiantes de grados creativos de diferentes universidades.

Este año, un grupo formado por las alumnas de tercer año del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad Pontificia de Salamanca ha sido el responsable de la creatividad y diseño de la campaña gráfica que ha resultado ganadora del certamen en esta Universidad. La campaña, destinada a concienciar a la población adulta sobre la necesidad de realizar un consumo responsable de bebidas con contenido alcohólico, consta de tres gráficas, siempre con el claim “No es quien corre más, sino quien disfruta mejor”, en

las que se representan diferentes situaciones que aluden a la fábula clásica de la tortuga y la liebre, recreando la misma situación con otros animales que abanderan los mismos rasgos. La campaña gráfica expresa perfectamente la necesidad de no realizar un consumo abusivo sino ligado al disfrute y la moderación, siempre con un tono elegante y positivo. Una campaña directa y creativa que destaca sobre todo por su sencillez y su belleza visual.

Gracias a la implicación del Ayuntamiento de Salamanca en la iniciativa, la campaña ganadora, se expondrá en los soportes municipales del Ayuntamiento de Salamanca apelando a los viandantes a realizar un consumo moderado de bebidas alcohólicas. Asimismo, el Ayuntamiento de la capital salmantina se ha comprometido también a realizar una exposición con las creatividades presentadas por los estudiantes de la Universidad Pontificia en alguna de las salas de exposiciones municipales.



AUTORREGULACIÓN EN LA ERA DIGITAL

Vivimos en la era digital. Las pantallas son el principal escaparate de nuestra vida y por supuesto de nuestros productos. Internet y las RRSS están desbancando a los medios tradicionales de comunicación. Las reglas del juego han cambiado y también en esto ha sido necesario establecer unas normas de autorregulación.

Así, desde Espirituosos España nos hemos adaptado a esta nueva realidad y cumplimos con nuestro estricto código de autorregulación publicitaria también en nuestras comunicaciones digitales, incluyendo nuevas modificaciones en su Código de Autorregulación para adaptarse a los cambios sociales y seguir así garantizando una publicidad ética, honesta, responsable y veraz de sus productos, en la que se refleje nuestra responsabilidad frente a la protección de los colectivos más vulnerables y la promoción del consumo responsable.

Estas nuevas modificaciones regulan las comunicaciones realizadas en redes sociales por influencers, así como la publicidad de las nuevas versiones 0,0 y bajas en alcohol.

Nuestro Código de Autorregulación incluye la publicidad de nuevos productos (versiones 0.0 y bajas en alcohol), que son fruto de la innovación y del deseo de dar respuesta a un consumidor que busca disfrutar de esta variedad de bebidas en diferentes momentos y situaciones.

Cabe tener en cuenta que las bebidas 0.0 no están destinadas a un público menor de edad, por lo que han de cumplir con una serie de restricciones para evitar que su publicidad llegue a este colectivo (no publicitar estos nuevos productos 0.0 y bajos en alcohol en medios, soportes y horarios mayoritariamente dirigidos a menores de edad e incluir una mención a que el producto se dirige a mayores de 18 años o el pictograma +18, en aquellas publicidades digitales creadas para ser compartidas con otros usuarios.

Un sistema de Autorregulación que ha demostrado el compromiso del sector con una publicidad responsable por eso también se ha regulado la publicidad de bebidas espirituosas por parte de los influencers en las redes sociales para seguir garantizando la protección a los menores y evitar el consumo abusivo. Así, cuando estén disponibles, los influencers deberán de utilizar mecanismos de verificación de la edad en las plataformas digitales para evitar que los menores accedan a estos contenidos.





ESPIRITUOSOS
ESPAÑA