

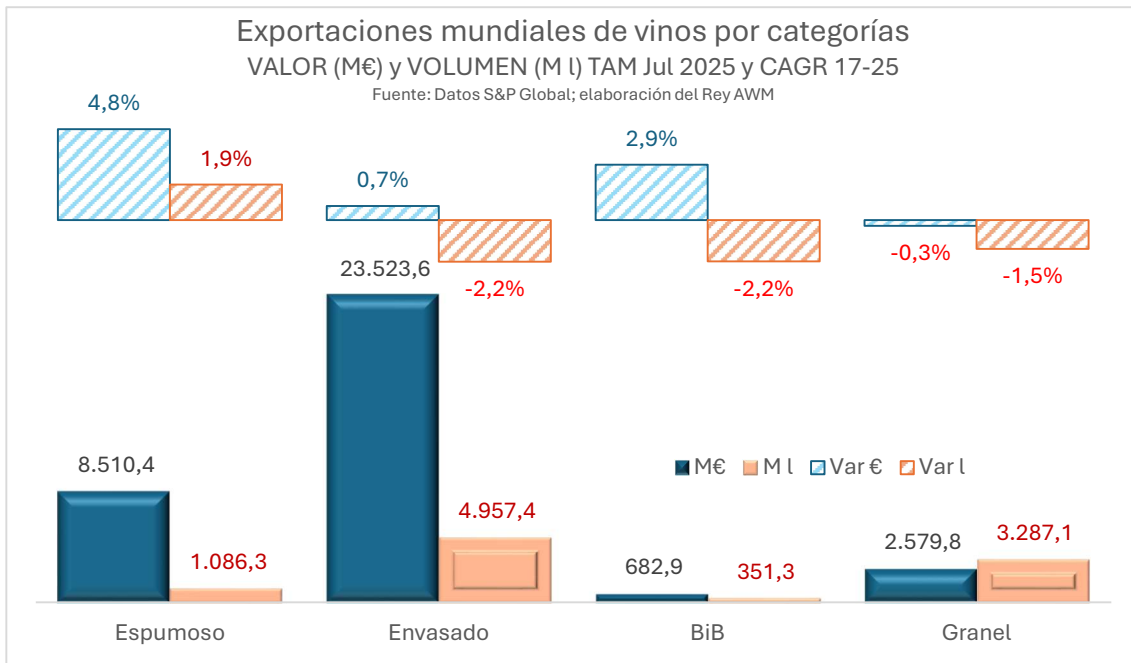
## Prosecco lidera la marcha de los espumosos mundiales mientras caen los españoles (-8,5%), particularmente en Alemania (-51%)

- *El vino espumoso es el que ha impulsado las ventas mundiales de vino en los últimos años. De entre ellos, los espumosos italianos, liderados por el Prosecco en tiempos más recientes, han tenido una evolución mucho mejor que los espumosos franceses – mejor posicionados en precios – y que los españoles.*
- *El liderazgo italiano se ha obtenido a un precio superior al de los espumosos españoles y en mercados más concentrados.*
- *En el interaño a julio de este año, las exportaciones españolas caen un 8,5% en volumen frente a los aumentos de franceses e italianos, empujadas por la fuerte disminución de ventas registrada en Alemania (-51%).*

**20 noviembre 2025.**- La categoría de vinos espumosos es, con diferencia, la que más ha crecido en los últimos años, pero se ha ralentizado en los meses más recientes y, particularmente en Francia, disminuye sus precios medios. Según los datos oficiales, analizados por Del Rey AWM, de los tres grandes productores mundiales de vinos espumosos, España va quedando más rezagada frente a Francia e Italia. Estados Unidos y Bélgica tiran de las ventas y compensan caídas en otros mercados importantes como Reino Unido, Alemania o Rusia.

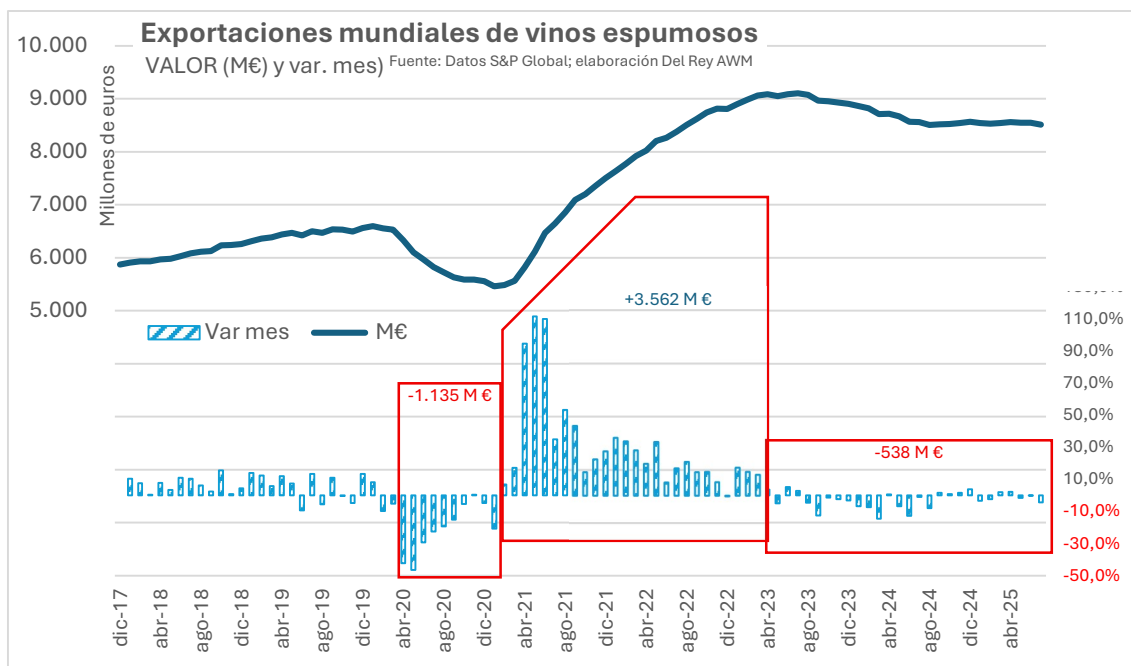
### ***El vino espumoso ha liderado el crecimiento de las exportaciones mundiales en los últimos años.***

Desde 2017, las exportaciones mundiales de vinos espumosos crecieron a un ritmo anual del 4,8% en valor y del 1,9% anual en volumen. En ambos casos, muy por encima de la media de toda la categoría “vino”, que lo hizo a ritmos del 1,5% en euros y cayó el 1,5% anual en el mismo periodo. Frente a otros tipos de vinos, el vino espumoso ha crecido en estos años mucho más rápidamente que los envasados no espumosos que apenas han subido un 0,7% anual en euros, pero han sufrido una importante caída de más de 9,5 millones de hectolitros en volumen a ritmo del -1,5% anual. También han evolucionado los vinos espumosos mucho mejor que el bag-in-box (BiB) pese a su fuerte revalorización y mucho más que los vinos comercializados a granel que, como en las demás categorías, muestra una evolución peor en volumen que en valor desde 2017.



### El crecimiento de las exportaciones de espumosos se ralentiza en 2025

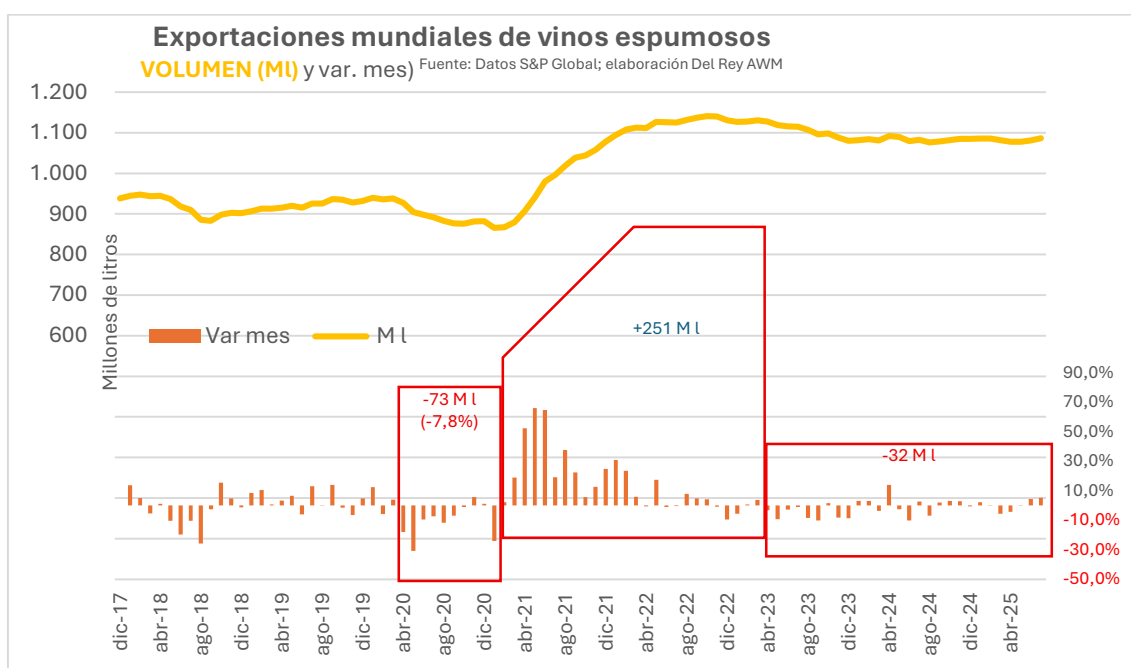
Sin embargo, a pesar de la buena marcha de los últimos años, con los altibajos provocados particularmente por la COVID, las exportaciones de espumosos se han frenado en los meses más recientes. En los 12 meses (tasa anual móvil – TAM) hasta julio de este año las ventas de vinos espumosos han caído un ligero 0,6% en valor hasta los 8.510 millones, aunque han logrado un también muy leve crecimiento en volumen, del 0,4%, hasta situarse en ventas interanuales de 1.086 millones de litros.



En los últimos años distinguimos tres etapas claras en la facturación mundial de vinos espumosos:

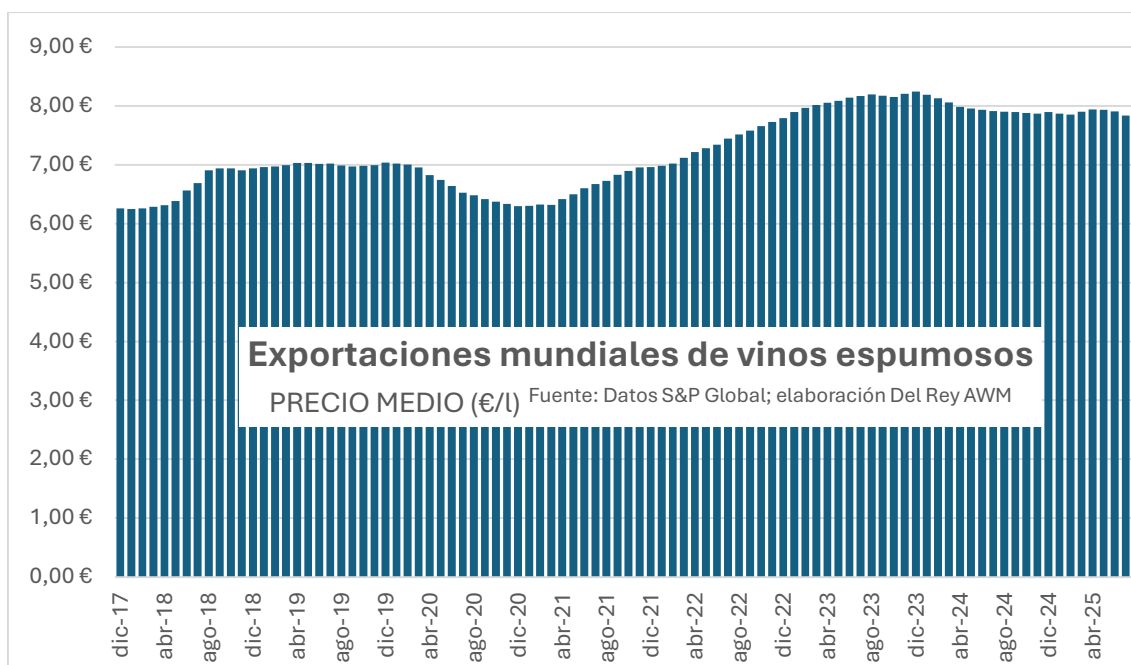
- La crisis de la pandemia, entre febrero del 2020 y febrero del 2021, cuando se perdieron más de 1.000 millones de euros de facturación, bajando a niveles interanuales de menos de 5.500 millones.
- La fuerte recuperación tras la COVID19, con un crecimiento desconocido hasta la fecha y recuperación de más de 3.500 millones de euros entre febrero del 2021 y marzo del 2023, para llegar a alcanzar cifras de facturación global superiores a los 9.000 millones de euros.
- Desde entonces – mediados del 2023 – se ajustó el crecimiento, cayeron las ventas ligeramente hacia el nivel de los 8.500 millones de euros anuales, para mantenerse ya mucho más estables que en las dos etapas anteriores y perder, entre mediados del 2023 y julio del 2025 unos 538 millones de euros.

En términos de volumen, las oscilaciones de estos años han sido algo menores, lo que indica que crisis y recuperación han afectado especialmente a los precios del vino espumoso. En la etapa de la pandemia, se perdieron 73 millones de litros, para situar las exportaciones mundiales en niveles de 866 millones; en la etapa de recuperación y fulgurante crecimiento se aumentaron las exportaciones en 251 millones de litros para alcanzar niveles anuales de más de 1.120 millones; y en la etapa más reciente, de mayor estabilidad, apenas se ha registrado una pérdida de 32 millones de litros para quedarse las ventas en niveles ligeramente superiores a los 10,8 millones de hectolitros de vinos espumosos o 1.080 millones de litros.



Son, por lo tanto, los precios medios del vino espumoso exportado mundialmente los que también han fluctuado con cierta amplitud. Durante la pandemia, el confinamiento y el cierre de bares y restaurantes los precios bajaron de los 7 euros por litro a 6,30 €/l; para luego subir durante la recuperación a niveles superiores a los 8 euros; bajar entre diciembre de 2023 y noviembre del '24 y mantenerse desde entonces relativamente estables por debajo de los 8 euros por litro.

Sin embargo, siendo el espumoso el tipo de vino con los precios medios más elevados, de 7,83 euros por litro en la media a julio (más del doble que la media del conjunto de categorías que se sitúa en 3,63 €/l), es, el único tipo de vino que en estos últimos 12 meses lo ha reducido. Parece que el espumoso se populariza. Comparado con los 12 meses anteriores, el precio medio del vino espumoso ha caído un 1%, frente a la subida global del vino del 1,2%. Liderada por la subida de los precios de los vinos a granel del 4,3% en un contexto de cosechas reducidas.



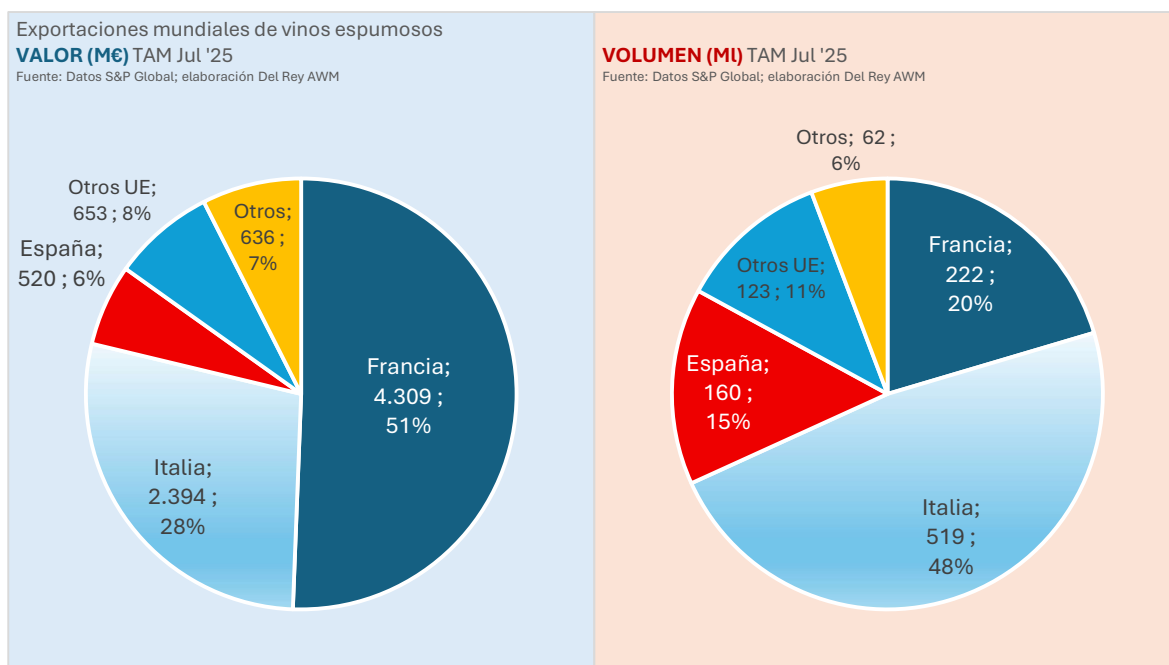
En conjunto, ha sido en el vino espumoso donde más claramente se han notado las tres etapas recientes de evolución de las exportaciones mundiales que han afectado fuertemente al vino. Si la pandemia supuso una crisis grave pero no muy duradera, la recuperación posterior, quizás empujada por un excesivo optimismo, condujo a un incremento de las ventas y los inventarios también posiblemente excesivo, que se ha ido corrigiendo en los meses de 2023 y los dos últimos años.

### **Francia lidera las ventas en valor e Italia en volumen**

Esta fluctuante evolución reciente de las exportaciones de vinos espumosos ha afectado de forma diferente a los principales productores mundiales. Productores

que concentran de forma extraordinaria el negocio mundial del vino espumoso. Francia, Italia y España suponen conjuntamente el 85% de toda la facturación mundial de este tipo de vinos y el 75% del volumen. Otros productores de la Unión Europea y muy especialmente Alemania añaden un 8% del valor y 11% del volumen, para alcanzar respectivamente el 93% de los euros facturados en el comercio internacional de vinos espumosos y el 94% de los litros.

Tres grandes productores, pues, que concentran la gran mayoría de las ventas de este tipo de vinos, pero posicionados de forma muy diferente. Francia, con ventas de 222 millones de litros por valor de más de 4.300 millones de euros en espumosos supone por sí sola la mitad de la facturación mundial. Italia, por su parte, casi llega a la mitad del volumen exportado mundialmente con 519 millones de litros, aunque supone un 28% del valor, equivalente a algo menos de 2.400 millones de euros.



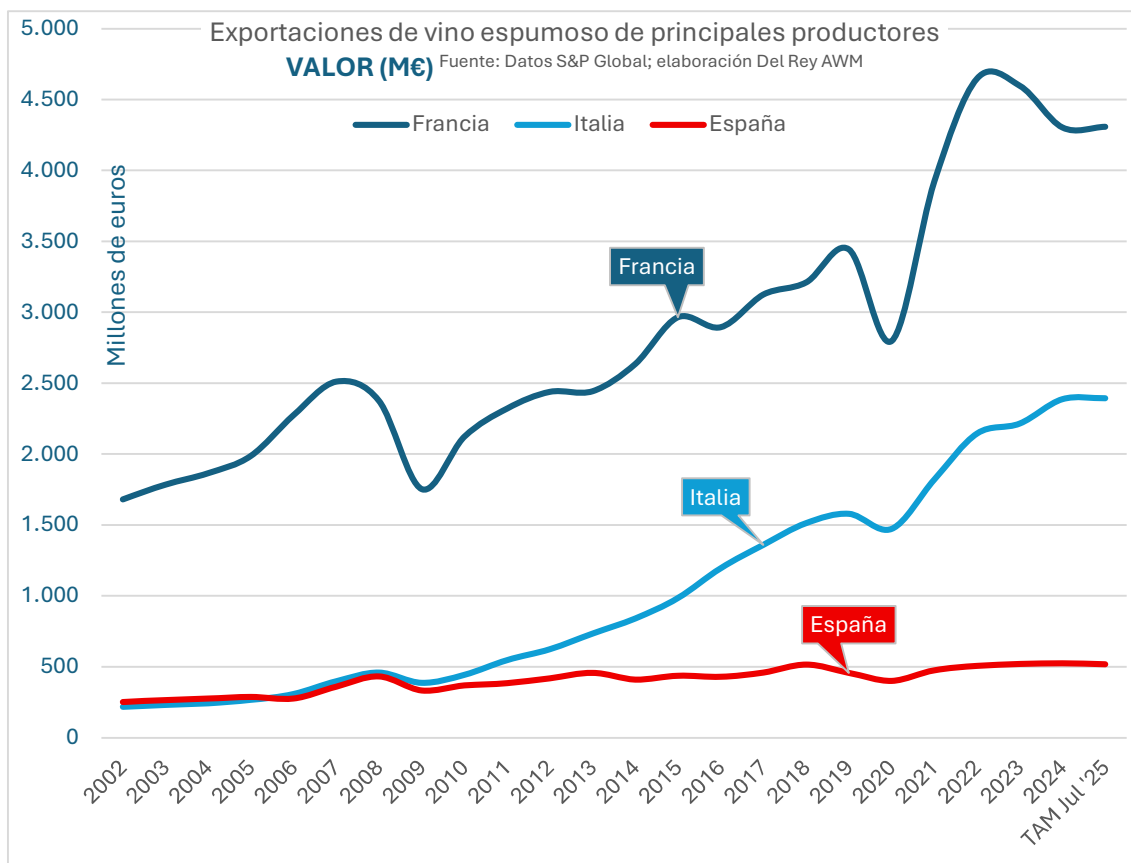
España, finalmente, no es líder ni en valor ni en volumen, y se encuentra relativamente lejos de sus dos principales competidores. Supone un 6% de la facturación total con 520 millones de euros – menos de una cuarta parte de la facturación de Italia – y está algo más próxima a Francia en volumen con 160 millones de litros, que equivalen a menos de una tercera parte del volumen exportado por los italianos.

Pero no siempre fue así. La diferencia entre las exportaciones españolas de vinos espumosos y las de franceses e italianos se ha ido acrecentando en los últimos años.

En valor, los espumosos franceses, liderados por Champagne, siempre han estado bien por encima de los italianos y españoles. Su gráfica de evolución refleja bien las crisis de 2009 y de 2020, seguidas en ambos casos de una fuerte recuperación. **Francia** es quien parece haber acusado con mayor fuerza estas alzas y bajadas. En

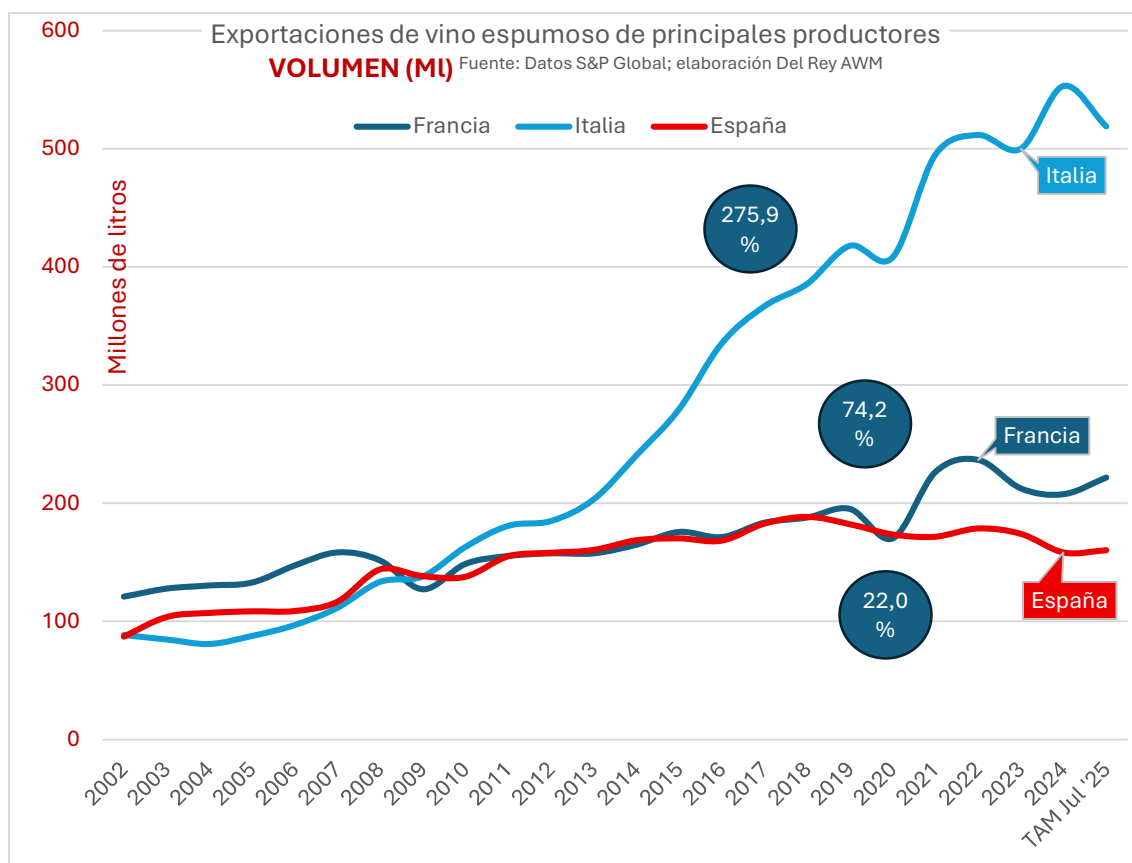
los años más recientes, fue particularmente fulgurante la subida registrada al final de la pandemia. Si durante el año de la COVID, Francia perdió 647 millones de euros bajando de los casi 3.500 millones de ventas a menos de 2.800 millones, en los dos años siguientes, 2021 y 2022, subió en más de 1.800 millones de euros para situar su facturación próxima a los 4.700 millones. De nuevo, parece que tan fuerte subida no fue bien recibida por los mercados y supuso una corrección en 2023 que les hizo bajar a los 4.300 millones para quedar más estables desde entonces con ligera subida del 1,3% en 2025 (TAM a julio).

Mucho más estable ha sido la subida constante de facturación de **Italia**. Si hasta 2009 Italia facturaba con sus vinos espumosos una cifra muy similar a la de **España** (388 millones de euros los primeros por 334 millones los segundos), desde ese año la generación de valor por parte de Italia se ha multiplicado por 6 hasta los casi 2.400 millones de euros, mientras que la facturación española por vinos espumosos apenas ha crecido un 55% en estos últimos 16 años hasta alcanzar los 520 millones de euros. Mientras Italia ha aumentado sus exportaciones entre 2009 y 2025 en 2.005 millones de euros, España lo ha hecho en 185 millones.



En cuanto al volumen de exportaciones, también las diferencias de evolución son notables. Los tres grandes productores y exportadores mundiales vendíamos volúmenes similares hasta 2009. En ese año 2009 **Francia** exportó 127 millones de litros, **Italia** 138 millones y **España** también 138 millones de litros. 11 años más

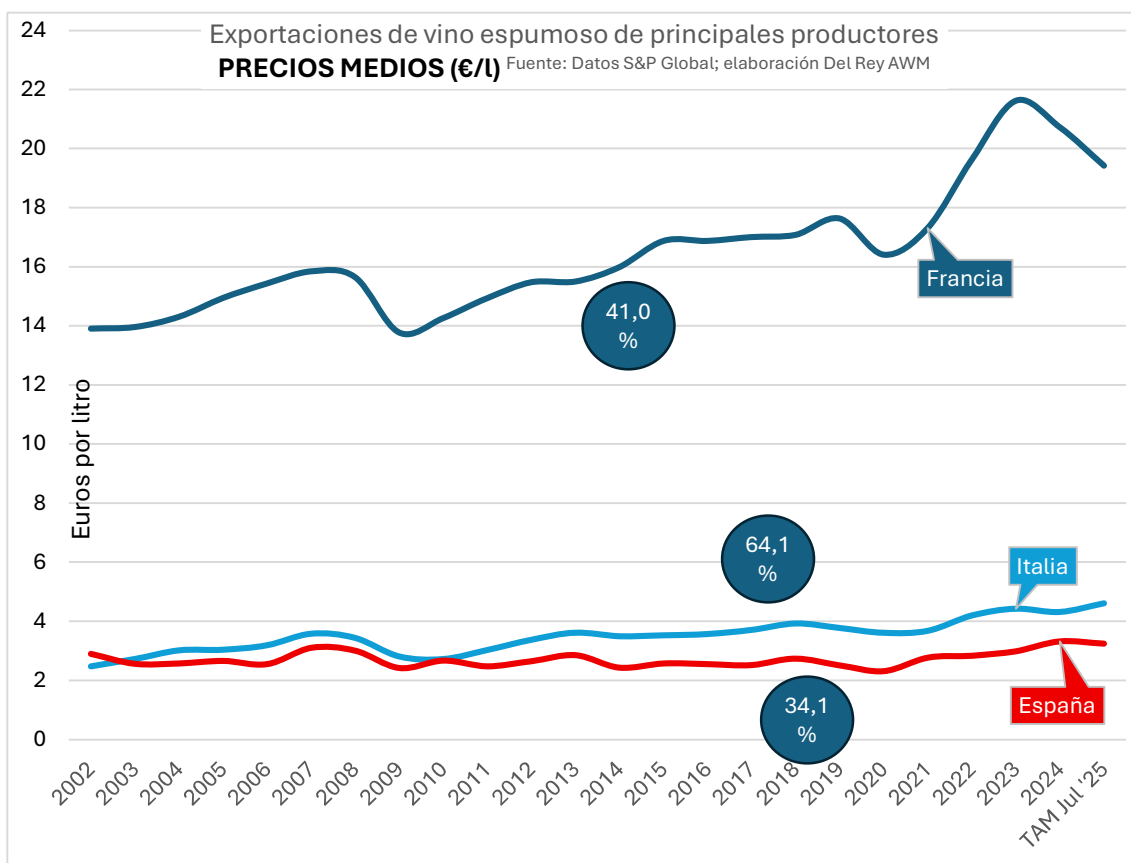
tarde, en 2020, Italia se había disparado hasta los 408 millones de litros, mientras Francia y España competían – a muy diferente precio medio – en el entorno de los 170 millones. En tan solo 11 años, Italia había más que triplicado su volumen de botellas exportadas mientras Francia y España se habían mantenido relativamente estables. Más recientemente, en los últimos cuatro años, Italia ha seguido creciendo con algún altibajo y caída en 2025, Francia también con altibajos ha subido a 222 millones de litros mientras que las exportaciones españolas de espumosos han caído hacia los 160 millones de litros. En el conjunto de estos últimos 16 años, entre 2009 y 2025 (TAM Julio) las exportaciones italianas de vinos espumosos han aumentado un 276%, mientras que las francesas lo han hecho en un 74% y las españolas en un 22%. Si el vino espumoso ha sido la gran locomotora de las exportaciones mundiales de vinos en estos años, parece que han sido fundamentalmente los espumosos italianos quienes la han liderado.



Este progreso extraordinario de las exportaciones italianas de vinos espumosos se ha conseguido, además, a **precios medios** que también han evolucionado relativamente mejor que los de su competencia. Aunque los precios de Francia están muy por encima de los de otros países productores, con media de 19,43 € por litro en 2025 frente a los 4,61 € de Italia y los 3,24 € por litro de España, son los italianos los que más han subido desde ese punto de inflexión que fue 2009. En estos 16 años, Los franceses han aumentado sus precios un 41% - equivalentes a unos extraordinarios 5,65 €/l más – los españoles los aumentamos en un 34,1% equivalentes a 83

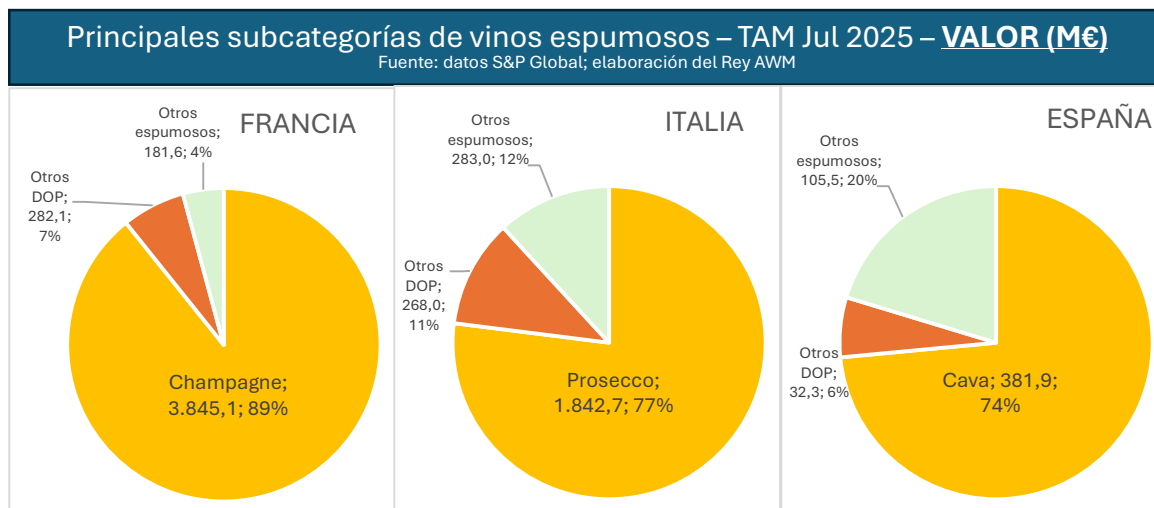
céntimos de euro por litro y los italianos subieron sus precios medios un 64,1% que han supuesto añadir 1,80 euros a los precios de aquel año.

Es decir, lo que los datos oficiales reflejan es que la evolución comparativamente mucho mejor de las ventas de vinos espumosos italianos, que las ha casi triplicado frente a la mayor estabilidad de las españolas, no ha sido posible gracias a unos precios menores, sino con precios unitarios mayores que los de los vinos españoles, y creciendo más rápidamente. La explicación para ese mayor crecimiento no puede encontrarse en el precio.

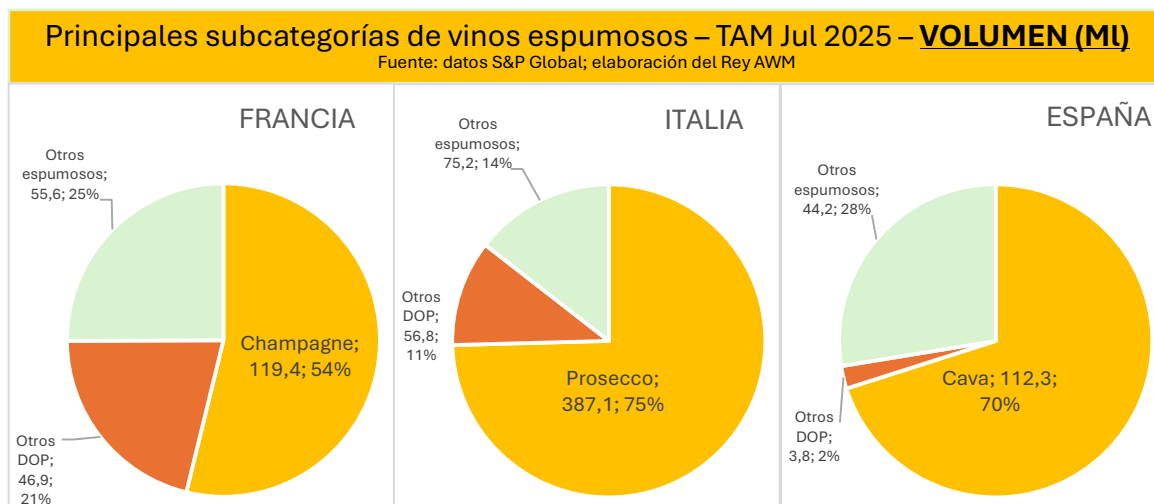


**Prosecco mantiene ventas, pese a encarecerse, mientras el Champagne se abarata y Cava sufre coincidiendo con fuerte revalorización.**

Dentro de la categoría de vinos espumosos, cada uno de los tres grandes productores mundiales tiene una gran denominación de origen. Francia tiene como denominación principal Champagne; Italia, Prosecco; y España, Cava.



En términos de valor y a julio del 2025, Champagne representa el 89% del espumoso exportado por Francia, Prosecco el 77% del italiano – donde también tienen importancia Asti – y Cava supone el 74% de la facturación total española, con un porcentaje mayor que en los demás casos de espumosos sin DOP.



En términos de volumen, los porcentajes son en todos los casos menores, indicando que la DOP principal tiene precios medios más altos que el resto de los vinos espumosos de cada país. Champagne supone el 54% del espumoso francés en botellas, Prosecco el 75% del italiano y Cava el 70% del español.

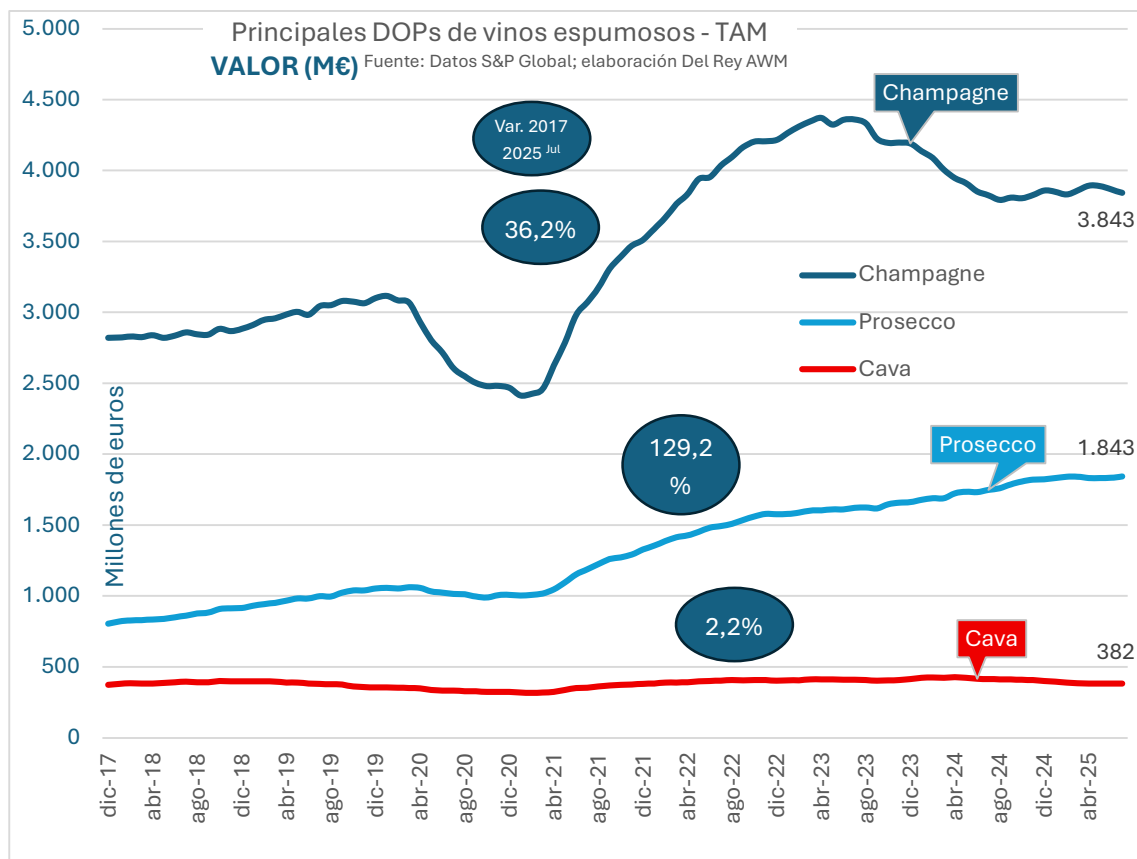
Como en el caso de los espumosos en general, estas tres grandes denominaciones de origen difieren en cuanto a su posicionamiento – con Champagne muy por encima del resto, mientras que Prosecco y Cava compiten con precios más similares – y en cuanto a su evolución reciente.

En cuanto a su **posicionamiento**, los datos oficiales de cada uno de estos tres grandes productores sitúan los precios medios a julio de este año en los 33,84€ por litro para el Champagne, 4,34 € para el Prosecco y 3,69 €/litro para el Cava.

POSICIONAMIENTO  
(TAM Jul 2025)

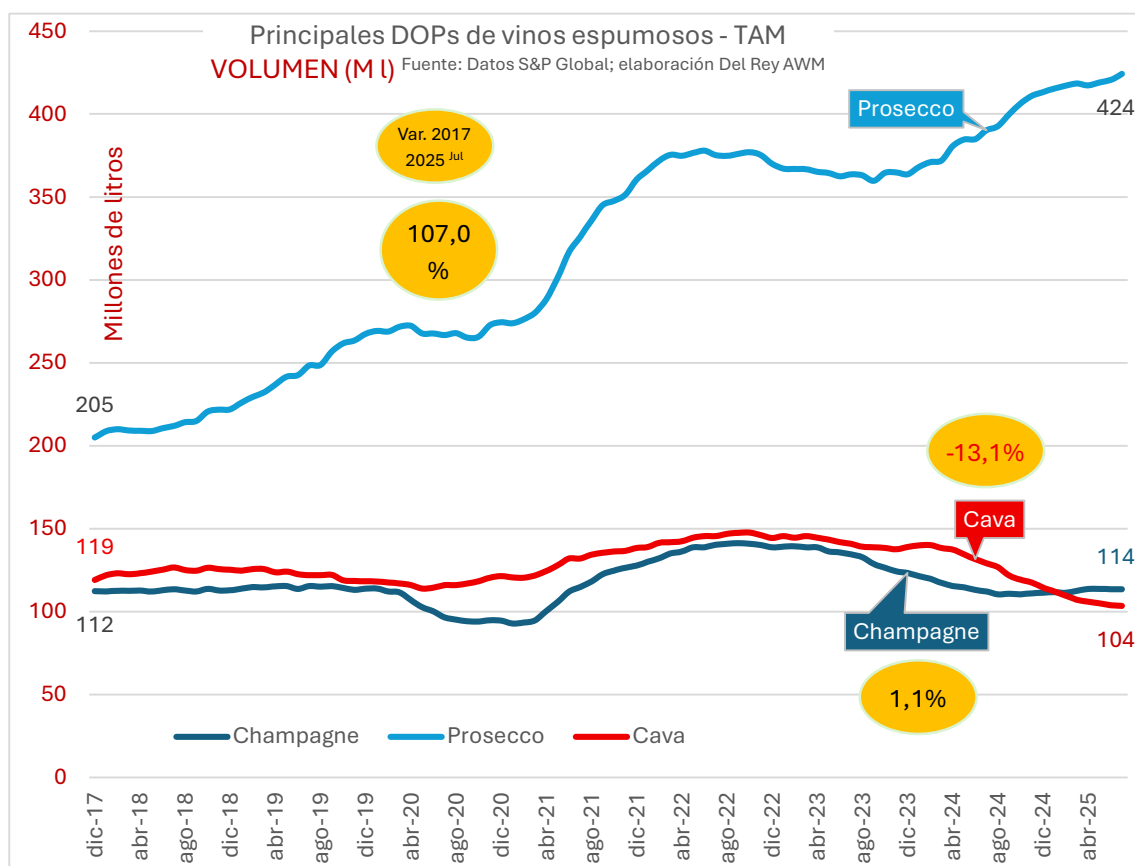
DOP	Euros / litro
Champagne	33,84 €
Prosecco	4,34 €
Cava	3,69 €

En cuanto a su **evolución**, desde que oficialmente se empezaron a reflejar los datos específicos de Prosecco y Cava – solo con código propio desde 2017 – Champagne, con sus fuertes altibajos, ha crecido un 36% en valor, añadiendo en 8 años 1.021 millones de euros a las ventas de aquel año para llegar a facturar en los 12 meses que terminan en julio del '25 un total de 3.843 millones. Prosecco, en el mismo periodo, se ha más que duplicado, con crecimiento en valor del 129% y ganancia incluso superior a la de Champagne, de 1.039 millones de euros, para situarse a julio de este año en una facturación de 1.843 millones. Es decir, su gran evolución ha sido un fenómeno relativamente reciente. Por su parte Cava ha crecido en estos 8



años un total del 2,2%, añadiendo 8,4 millones de euros a la cifra del 2017 para situarse en una facturación a julio de 382 millones.

En términos de **volumen**, también Prosecco presenta una mejor evolución que sus principales competidores, con diferencias incluso más notables. Desde 2017 hasta el interanual a julio del 2025 las exportaciones italianas de Prosecco se han duplicado (107%) con aumento de 219 millones de litros para situarse en los 424 millones, mientras que las de Champagne apenas aumentaron un 1,1% en 8 años y en poco más de un millón de litros para situarse en 113,6 millones y las exportaciones de Cava disminuyeron en el mismo periodo un -13,1% y en 16 millones de litros para quedarse en el nivel de los 104 millones.



La diferencia en evolución de Prosecco es, por lo tanto, extraordinaria con respecto a sus dos principales competidores, tanto en valor como en volumen. Ha crecido mucho más rápidamente que ambos en estos años, distanciándose en volumen mientras Cava y Champagne se mantenían relativamente estables, y ha crecido mucho más en valor, aunque todavía lejos de la facturación de Champagne. Pero con precios medios que han aumentado algo menos rápidamente que los de franceses y españoles. En estos mismos 8 años, los **precios medios** del Prosecco han aumentado un 10,7% mientras que los de Champagne lo han hecho en un 34,7% y

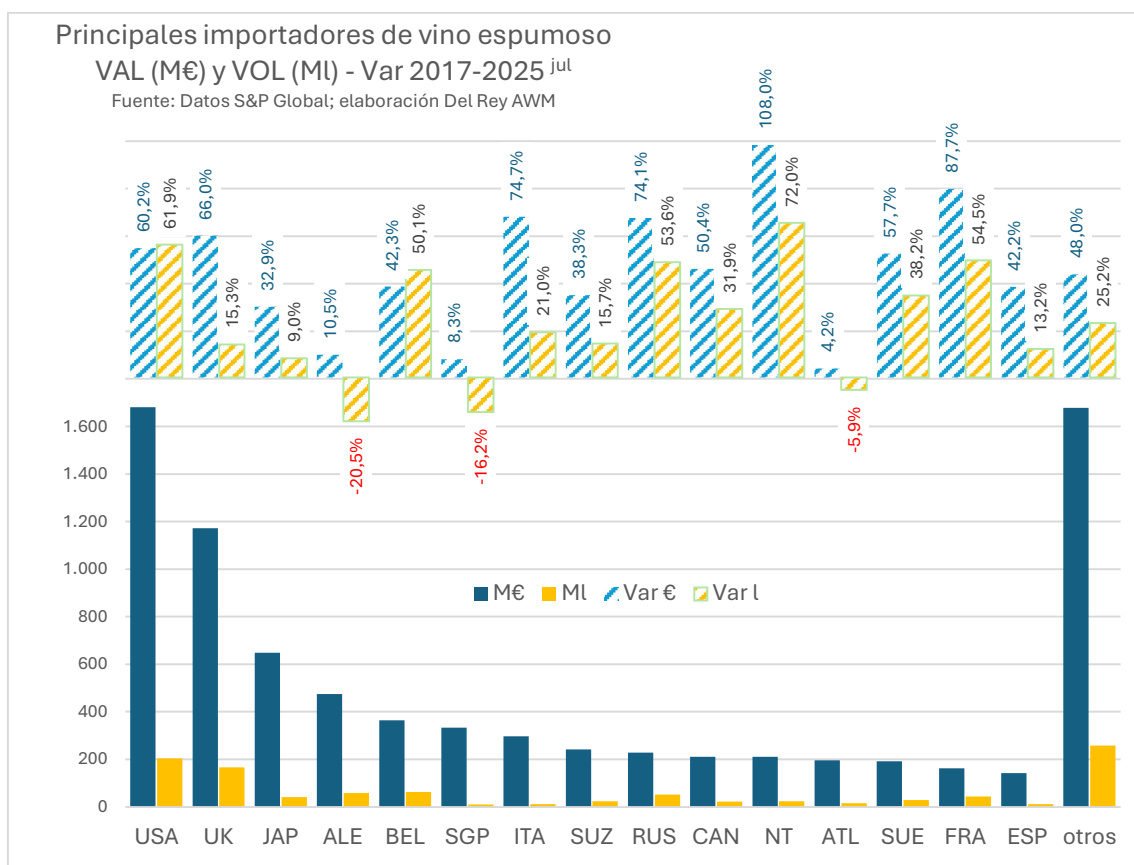
los precios medios del Cava han crecido en ocho años un 17,6%, pese a lo cual se mantiene todavía sensiblemente más económicos que el Prosecco.

Una historia, por lo tanto, de éxito la del Prosecco, que ha liderado el crecimiento de los mercados mundiales del vino, muy por encima de sus principales competidores y cuyo fundamento no puede encontrarse en tener precios inferiores, al menos en su comparación con Cava.

### Entre los mercados, se recupera en EEUU lo que se pierde en Reino Unido, Asia y Rusia

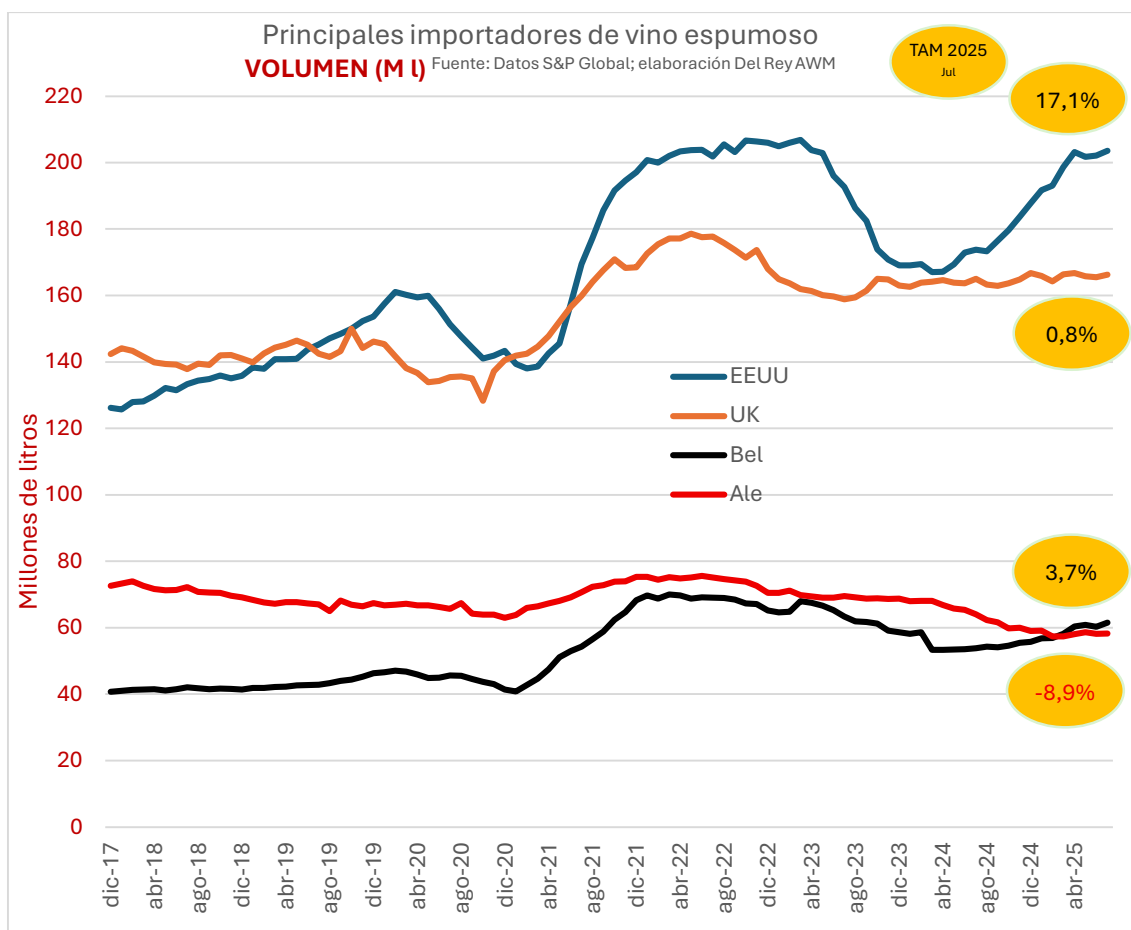
Todas estas ventas de vinos espumosos en general y de las principales denominaciones de origen se han dirigido en los últimos años a unos 160 mercados, con evoluciones también diferentes y una cierta concentración en EEUU y Reino Unido, que juntos suponen algo más de un tercio del total.

En estos últimos 8 años, todos los grandes mercados del espumoso mundial han crecido en valor y solo Alemania, Singapur y Australia han disminuido el volumen de sus compras. De los 15 principales destinos del vino espumoso solo en los casos de EEUU y Bélgica ha disminuido el valor unitario de sus compras.



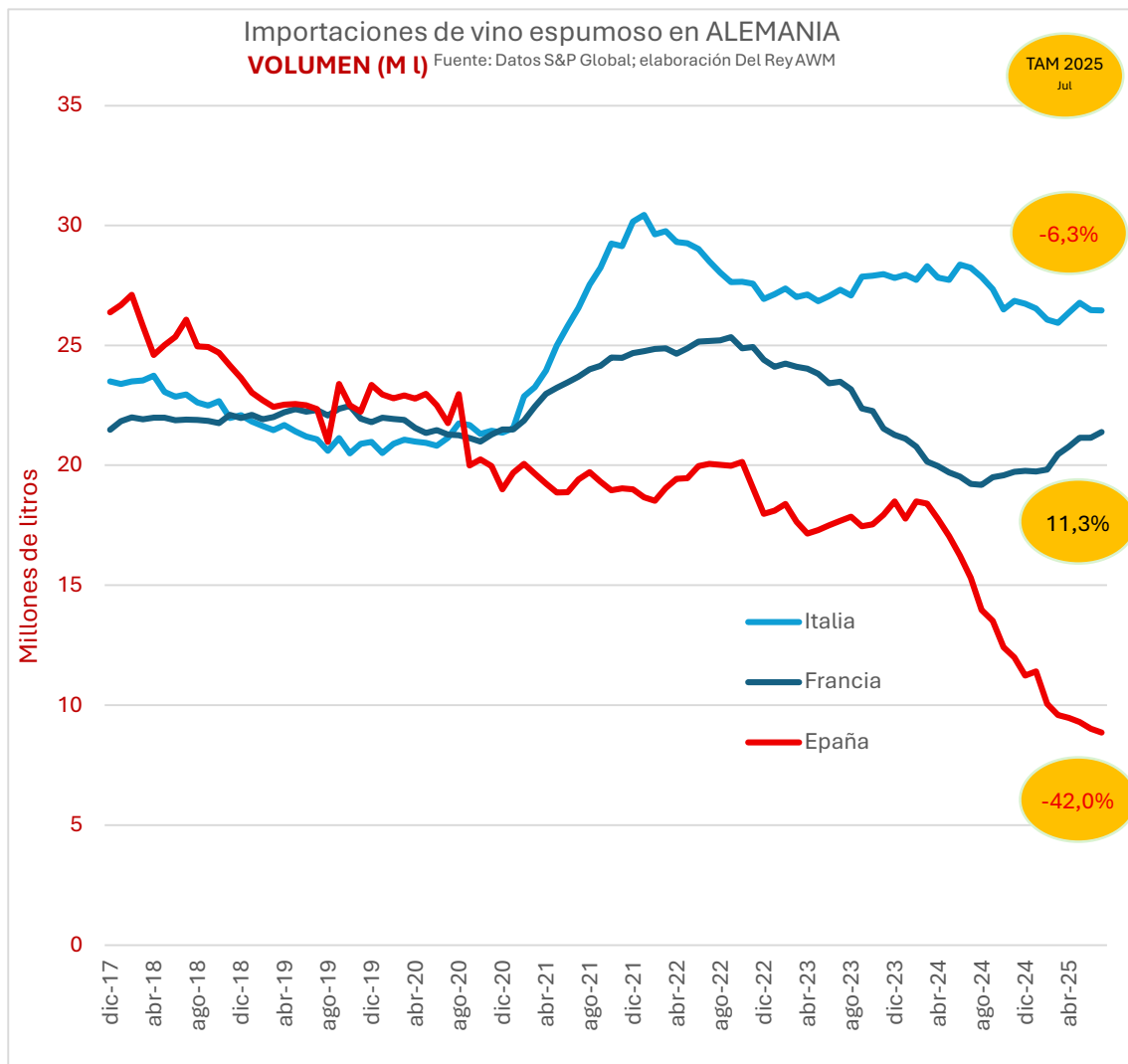
Por su magnitud, destacan en este periodo los fuertes crecimientos registrados tanto en EEUU como en Reino Unido, de más del 60% en valor, así como las mayores compras de vinos espumosos de Italia y Rusia y la duplicación de las importaciones en Países Bajos.

En los meses más recientes, la situación se muestra algo más preocupante. En los últimos 12 meses para los que existen datos homogéneos (tasa anual móvil a julio 2025) EEUU sigue creciendo con fuerza, tanto en valor como en volumen, como lo hace también Bélgica y en menor medida Japón. Pero cae el importe de las compras de Reino Unido en euros, aunque se mantienen estables en litros, y caen muy notablemente las importaciones de vinos espumosos en Alemania (en volumen), Singapur, Italia y, muy especialmente, en Rusia. De los cuatro primeros destinos en volumen, el que da mayores señales de preocupación es Alemania, cuyo consumo parece estar disminuyendo.



Preocupa particularmente el **caso alemán**, sobre todo si se observa la evolución de sus principales proveedores de vinos espumosos. El 97% de las botellas de espumoso que importa Alemania procede de Francia (45%), Italia (37%) y España (15%). Pero en los meses más recientes, son las importaciones de vino espumoso español las que han caído con mayor contundencia.

Si el total de las importaciones alemanas ha caído en los 12 meses hasta julio un -8,9%, las procedentes de Italia lo han hecho en un -6,3%, las de Francia han, sin embargo, subido un 11,3% en volumen hasta los 21,4 millones de litros en 12 meses y las importaciones de vino espumoso procedentes de España han caído un contundente -42%, pasando de los 15,3 millones de litros en los 12 meses anteriores a los 8,9 millones en los que llegan hasta julio de este año (cifra de caída de importaciones en Alemania que es algo menor que la que España da de exportaciones a este mercado, -51%). Caída de las ventas españolas que se refleja también en valor (-42,3%) y que se explica por la pérdida de 10,9 millones de litros de Cava en 12 meses, que no han sido compensados con el incremento de 4,2 millones de litros en espumosos varietales ni por los pequeños aumentos en otras subcategorías.

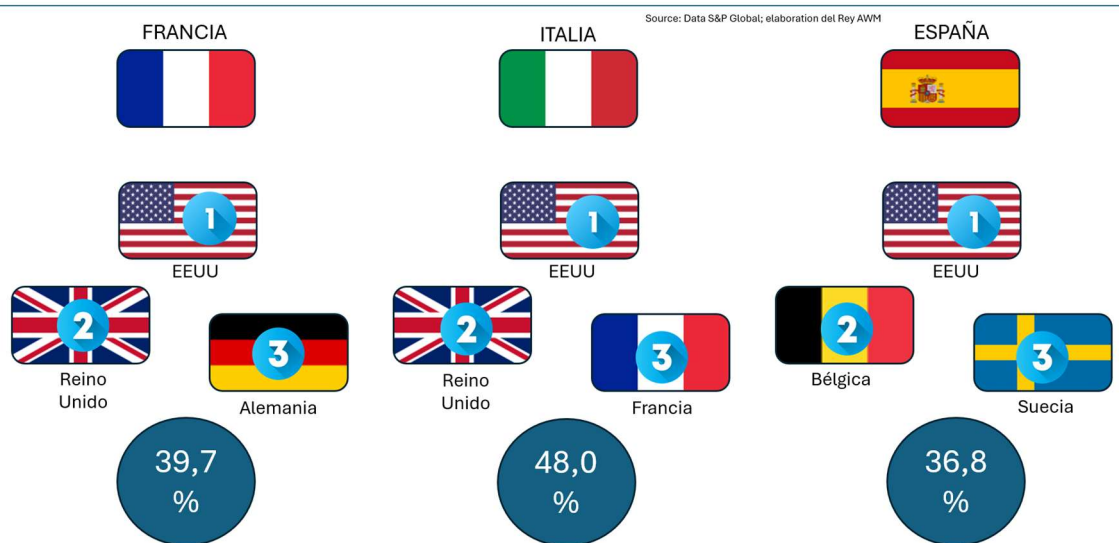


## Un mercado, el de los espumosos, muy concentrado sobre todo para Italia

Pese a venderse en un gran número de mercados (153 este año), las exportaciones de vinos espumosos de los principales productores se concentran y dependen mucho de unos pocos países. Curiosamente, esta fuerte concentración es más acusada en el caso de mayor éxito: Italia.

Para **Francia**, la exportación de vinos espumosos en sus tres primeros mercados – EEUU, Reino Unido y Alemania – supone un 39,7% de la facturación total y hasta un 41,8% del volumen. En el caso de **Italia**, EEUU, Reino Unido y Francia, que figura como tercer mayor mercado, suponen un 48% del valor total y el 48,6% del volumen. Finalmente, para el caso de **España**, con ventas menores a los dos primeros, sus tres principales mercados para vinos espumosos son EEUU, Bélgica y Suecia – relegando a Reino Unido y Japón a los puestos 4º y 5º respectivamente en valor – y alcanzan una cuota total del 36,8% de la facturación. En volumen, los tres primeros destinos son EEUU, Bélgica y Reino Unido y suman un similar 36% del total de las botellas exportadas.

### Cuota de los 3 mercados principales - VALOR – TAM Jul '25



**En definitiva**, la de vinos espumosos es todavía la categoría que lidera el comercio mundial de vino en los últimos años, aunque menos intensamente en este 2025. Con posicionamientos muy diferentes entre los tres grandes productores mundiales, destacando Francia en precios medios mucho más elevados, ha sido particularmente Italia y más en concreto Prosecco quien ha liderado el crecimiento de la categoría, tanto en valor como en volumen. Este crecimiento extraordinario de espumosos más populares, pero mucho más atractivos para los consumidores, parece estar provocando una cierta disminución de precios especialmente de Francia en los meses más recientes. Por el contrario, España revaloriza sus espumosos, aumentando sus precios medios en este último año (TAM julio 2025) a un ritmo del

4,3% que es casi el doble que la subida del 2,1% de Italia y muy superior al 2,5% francés. En una visión de más largo plazo, se comprueba, sin embargo, que la mucho mejor evolución de los espumosos italianos y en especial el Prosecco, frente a los españoles – y en especial el Cava – se ha dado a precios medios superiores de los primeros frente a los segundos.

Por otro lado, el fuerte crecimiento de ventas de espumosos de los últimos años se ha dado en unos pocos mercados en especial – Reino Unido y EEUU – pese a venderse en más de 150 países. La concentración de ventas es particularmente fuerte en el caso de Italia, luego tampoco puede aducirse la diversificación de mercados como razón para explicar su éxito frente a sus dos principales competidores.

¿Cuáles pueden ser, por lo tanto, las razones detrás del éxito del Prosecco? Los datos demuestran que, en comparación con España, no ha sido la competitividad de su precio, puesto que se vende más caro y aumenta más rápidamente que el del espumoso español. Tampoco puede atribuirse al prestigio de su método de elaboración, puesto que el método *charmant* mayoritariamente empleado en Prosecco es considerado de menor prestigio – y más económico – que el método *champenoise* de doble fermentación, propio del Champagne y el Cava. Y tampoco puede ser clave de su éxito la diversidad de mercados puesto que su grado de concentración es sensiblemente mayor en el caso de Italia, que ha experimentado su mayor crecimiento especialmente en EEUU y Reino Unido. Si ninguno de estos tres elementos - precio, método de elaboración y diversificación de ventas - explica el éxito del Prosecco, quizás las razones deban encontrarse en otros como (1) el sabor - que guste a una gran parte de los consumidores, incluido en forma de coctel como el *spritz* -, (2) su imagen - atractiva - y (3) la gran capacidad de distribución, sobre la que se asientan sus ventas. Tres elementos - sabor, imagen y capacidad de distribución - a considerar muy seriamente como claves del éxito en la comercialización de cualquier vino y que, en todos los casos – quizás ahora más que nunca –, derivan de un buen seguimiento de las tendencias de mercado y preferencias de los consumidores.

Para más información, puede dirigirse a:  
[info@delreyAWM.com](mailto:info@delreyAWM.com) o al 607 417 357