



# INFORME SOCIOECONÓMICO 2023

25 AÑOS  
ESPIRITUOSOS  
ESPAÑA





# ÍNDICE

• 25 AÑOS EN IMÁGENES	4
• QUIÉNES SOMOS	24
• MENSAJE DEL DIRECTOR	30
• HITOS 2023	34
• SECTOR EN CIFRAS 2023	52
• CONSUMO DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS	58
• VENTAS DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS	62
• PRODUCCIÓN DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS	68
• COMERCIO EXTERIOR	74
• PESO ECONÓMICO DEL SECTOR DE LAS BEBIDAS ESPIRITUOSAS EN ESPAÑA	78
• INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR	84
• SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD MEDIO AMBIENTAL	90
• SECTOR SOCIALMENTE RESPONSABLE	98

**25** AÑOS  
**ESPIRITUOSOS**  
ESPAÑA  
**EN IMÁGENES**



# 25 AÑOS ESPIRITUOSOS ESPAÑA

## 25 años de Espiritu Responsable 25 años al servicio de la sociedad

El sector de bebidas espirituosas, agrupado en Espirituosos España, celebra este año su 25 aniversario. 25 años al servicio de la sociedad, mostrando un férreo compromiso con la promoción de hábitos responsables asociados al consumo de bebidas alcohólicas. Una apuesta decidida por la promoción del consumo cero en colectivos de riesgo (fundamentalmente menores, conductores y mujeres embarazadas) y por la moderación en adultos sanos.

Espirituosos España celebra así "25 años de Espiritu Responsable", convencidos de que la única forma de disfrutar de las bebidas espirituosas es desde la moderación.

Con este objetivo, Espirituosos España diseña un amplio abanico de iniciativas que constituyen su carta de presentación hacia el consumidor, y en las que ha invertido más de 30 millones de euros. Iniciativas dirigidas a distintos públicos que son periódicamente auditadas por entidades independientes con grandes resultados que certifican su eficacia.

Estos programas son desarrollados a través de fórmulas de colaboración público-privada con ayuntamientos y comunidades autónomas, ya que son las entidades con

mayor cercanía al ciudadano. Así, a lo largo de este cuarto de siglo, Espirituosos España ha desarrollado acciones muy reconocidas y valoradas a nivel nacional.

Lo que le ha supuesto números premios y reconocimientos, (Premio Reina Sofía, Ondas, Premio Eficacia Publicitaria, etc.) entre los que destaca la Cruz Blanca. En 2016 La Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas otorga la Cruz Blanca de la Orden al Mérito del Plan Nacional sobre Drogas a la Federación Española de Bebidas Espirituosas, en consideración a los méritos y circunstancias de extraordinaria relevancia que concurren en la Federación Española de Bebidas Espirituosas por sus 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.

¡A por los próximos 25 años!



# Compromiso con la prevención del consumo en menores

Desde sus inicios, el sector ha apostado firmemente por la lucha contra el consumo de alcohol por menores de edad. Así lo ha manifestado públicamente y siempre se ha posicionado al lado de aquellas instituciones que han trabajado por erradicar este problema.

En el año 2011 el sector firmó el Manifiesto contra el consumo de bebidas alcohólicas por menores, impulsado por el Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad, con un decálogo de objetivos para trabajar de forma conjunta en la erradicación del consumo de alcohol en menores, a partir del desarrollo de estrategias y medidas preventivas que perseguía alcanzar un consumo cero en este colectivo.

En 2013, el sector lanza la campaña "Menores: ni una gota. Más de 100 razones para que un menor no beba alcohol". Una campaña pionera junto a Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, para prevenir el consumo de alcohol en menores de edad.

"Menores ni una Gota" es la apuesta del sector para prevenir el consumo de alcohol en menores. Una campaña dirigida a las familias, desde una perspectiva preventiva y educativa, que ha conseguido el apoyo de más de **300 ayuntamientos** y comunidades autónomas, además de instituciones públicas y privadas a nivel nacional, y la implicación de más de **200 rostros conocidos**.

En esta campaña, Espirituosos España cuenta con la experiencia de la reconocida psicóloga Rocio Ramos Paúl (más conocida como Supernanny), que ofrece a las familias talleres teórico-prácticos para dotarles de herramientas con las que prevenir el consumo precoz de alcohol en sus hijos menores de edad.

"Menores ni una Gota" y su red colaborativa han conseguido alcanzar a una población de más de **12 millones de personas**, dotando a más de **72.000 familias** de herramientas para prevenir el consumo de alcohol en sus hijos menores.

Además, la federación es Patrono de la Fundación Alcohol y Sociedad. Entidad creada en el año 2000 para prevenir el consumo de alcohol en menores de edad y en colectivos de riesgo.

Entre sus principales tareas se encuentra la investigación y la prevención y lleva más de veinte años desarrollando un exitoso programa educativo en centros escolares en el que han participado **2.800.000 menores** con unos excelentes resultados de eficacia. Entre 2010 y 2015 el Instituto Deusto de Drogodependencias realizó una Investigación Longitudinal para evaluar la eficacia del programa. Los resultados de la auditoría demuestran que 7 de cada 10 menores que reciben las formaciones mejoran su actitud y sus hábitos de consumo de alcohol.

Entre otras actividades, la Fundación colabora con el Consejo General de Colegios de Farmacéuticos de España para prevenir el consumo de alcohol en menores y con la Sociedad Española de Ginecología y Obstetricia (SEGO) y la Asociación Española de Matronas para concienciar que el consumo de alcohol es incompatible durante el embarazo y la lactancia.

Además desarrolla su labor en colaboración con instituciones como la Xunta de Galicia, la Junta de Extremadura y la Junta de Andalucía, con quien tiene acuerdos para la prevención del consumo de alcohol en menores de edad mediante formaciones entre el alumnado de secundaria.



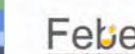
Acuerdo Nacional contra el consumo de Bebidas Alcohólicas



Manifiesto contra el consumo de bebidas alcohólicas por menores



Para más información [www.alcoholysociedad.org](http://www.alcoholysociedad.org)

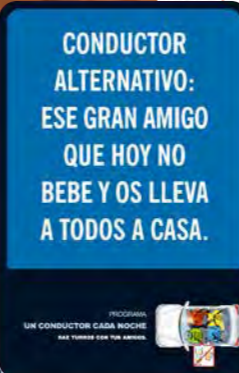


# El conductor alternativo, al volante cero alcohol

- En 2001 nace el programa El lince para promover la figura del conductor alternativo, que es aquel amigo que no bebe si va a conducir.
- En 2004 el Congreso por unanimidad de todos los grupos políticos aprueba una proposición no de ley para impulsar en España la figura del conductor alternativo.
- Ese mismo año, el programa de "Conductor Alternativo" empieza a desarrollar acciones en punto de consumo para promover el consumo cero de alcohol al volante.
- La estrategia desarrollada se revela como un auténtico éxito. Se realiza un spot televisivo que comienza a ser emitido en toda España.
- En 2005 La campaña "Conductor Alternativo" consigue el Premio Reina Sofía.
- En 2006 La Revista Actualidad Económica también le concede el Premio a la mejor Idea del año. Y Asociación Española de Anunciantes el Premio Eficacia Publicitaria. Además, su cuña de radio obtiene el Premio Ondas.
- En 2010 La Federación recibe el Premio Honorífico de Seguridad Vial Línea Directa Aseguradora, por su labor e implicación en la difusión de los comportamientos responsables al volante

- Desde el 2012 hasta la actualidad, la federación mantiene un acuerdo de colaboración con la Dirección General de Tráfico (DGT) para apostar por el consumo cero de alcohol al volante y firma la "Declaración por la seguridad Vial".
- Desde 2013 la federación realiza anualmente una Accion Transfronteriza Europea en materia de seguridad vial en la frontera entre España y Portugal, con la colaboración y el apoyo de la DGT, la Guardia Civil, Garda Nacional Republicana de Portugal y los Ministerios de Interior de ambos países.
- En 2021 se firma un acuerdo de colaboración con Unijepol, La Unión Nacional de Jefes y Directivos de Policía Local (UNIJEPOL) para impulsar acciones destinadas a la prevención del consumo de alcohol en colectivos de riesgo.
- En total, desde el año 2001, Espirituosos España ha alcanzado a **15.700 conductores** de forma directa con sus acciones. Y la campaña ha impactado en más de **300.000 jóvenes**, que en un **86%** afirma que no suelen beber alcohol si van a conducir.

Convenio de colaboración DGT



# De la mano con los profesionales de la hostelería y la distribución

Conscientes de su importancia y peso en nuestro país, desde 2004, el sector colabora con la Hostelería y la Distribución para promover el consumo responsable a través de formaciones específicas destinadas a profesionales de estos sectores.

Más de **12.000 profesionales** y futuros profesionales de toda España han participado ya en las acciones del programa de Formación para el Servicio Responsable, "Tú Sirves, Tú Decides".

- En 2007 El Programa "Tú Sirves, Tú Decides" firma un convenio de colaboración con FEHR (Federación Española de Hostelería) para ampliar la formación en el servicio y dispensación responsable de bebidas alcohólicas en profesionales de la hostelería.
- En 2008 El Programa "Tú Sirves, Tú Decides" obtiene el Premio Ocio de Calidad otorgado por los Empresarios Madrileños por la Calidad de Ocio (ECO)
- En 2017 la federación firma un acuerdo de colaboración con el Grupo Dia para promover una venta responsable de bebidas alcohólicas, poniendo especial atención a la protección a los menores de edad.
- En 2018 La Federación establece un acuerdo con Carrefour para desarrollar acciones e iniciativas destinadas a prevenir la venta de bebidas alcohólicas en menores de edad.

- En 2018 se lanza en colaboración con el Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente, la campaña "Auténticamente Auténtico" para promover el correcto etiquetado de licores en establecimientos de hostelería y restauración.

- En 2019 la Asociación de Barman de Andalucía premia a Espirituosos España y agradece su apoyo en la realización de formaciones de dispensación responsable a través del programa "Tú Sirves, Tú Decides".

- En 2022 Makro y Espirituosos España firman un acuerdo de colaboración para desarrollar acciones e iniciativas destinadas a prevenir el consumo de alcohol en menores de edad.

- En 2021 se une a la plataforma Juntos con la Hostelería, compuesta por AECOC, FIAB y Hostelería de España. Con motivo de la pandemia, y junto con España de Noche presentan un plan de reapertura del ocio, con el objetivo de dotar de garantías a la sociedad al tiempo que se promueve la seguridad sanitaria y jurídica en el sector.

- Desde 2020, Espirituosos España participa en las Jornadas Internacionales de Sumillería de Castilla y León con el objetivo de ampliar el conocimiento en materia de espírituosos.



EN BARES Y RESTAURANTES  
**UN LICOR AUTÉNTICAMENTE AUTÉNTICO**



LOS LICORES SIEMPRE EN SU BOTELLA ORIGINAL.

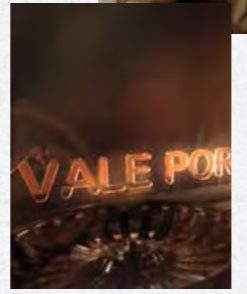


# Cultura de los espirituosos y promoción de hábitos responsables

La Federación de bebidas espirituosas, como voz del sector unido, desarrolla una importante tarea de difusión de la historia, el origen y la tradición milenaria del arte de la destilación. Conocer nuestros productos es la mejor manera de apreciarlos y disfrutarlos, consumiéndolos siempre con moderación y responsabilidad.

Bajo esa premisa, el sector ha impulsado diversas campañas de comunicación con el objetivo de dar a conocer ese mundo que conforman los espirituosos y que es fuertemente experiencial, repleto de sensorialidad y diversidad, con nuevas mezclas, rituales y presentaciones que permiten innovar y disfrutar de la versatilidad de las bebidas espirituosas, siempre de forma responsable.

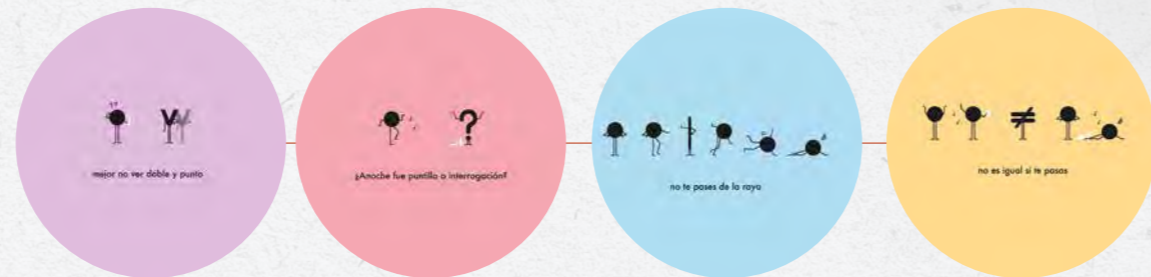
- En 2008 el sector lanza la campaña "Vale por Hoy". Es la primera vez que una industria española desarrolla una campaña televisiva para apostar por la responsabilidad y racionalizar el uso de sus productos.
- En 2017 el sector lanza la campaña "Comparte un medio" para promover nuevas formas de consumo.
- Entre 2019 y 2021 el sector lanza "Gurú of Spirits", una campaña del sector para aumentar el conocimiento de los consumidores sobre el origen, la historia, la tradición milenaria y la amplia gama de sensaciones organolépticas que hay detrás de los spirits. La campaña, que tuvo una duración de 5 años, contó con prescriptores como Boris Izaguirre o Carne Chaparro.
- A finales de 2023 y durante todo el 2024, desde la federación se ha lanzado una campaña para ampliar el conocimiento de las acciones de Responsabilidad Social llevadas a cabo en los últimos 25 años por el sector de bebidas espirituosas es la clave de esta campaña. '25 años de Espíritu Responsable' es el claim que vertebra las distintas activaciones con las que se trabaja el compromiso social del sector de bebidas espirituosas, en el marco del 25 aniversario de la asociación.



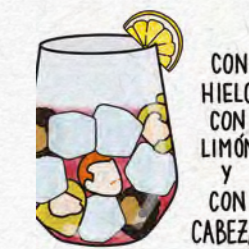


# Promoción Consumo Responsable en la Comunidad Universitaria

- Espirituosos España trabaja con universidades de toda España formando a estudiantes (mayores de edad) en pautas de consumo moderado y responsable, siguiendo para ello, las recomendaciones y límites de consumo pautados por el Ministerio de Sanidad y ofreciendo datos objetivos y científicos.
- Desde 2011 y hasta la fecha se han realizado formaciones en las universidades de Granada, Huelva, Extremadura, Rey Juan Carlos, País Vasco, Castilla La Mancha, Pontificia de Salamanca y Universidad de Cádiz.
- Además, desde el año 2018 esta iniciativa se completa con un concurso para estudiantes universitarios que se celebra anualmente y que premia la mejor creatividad publicitaria propuesta para promover el consumo responsable de bebidas alcohólicas.
- Las campañas ganadoras cada año, además tienen un amplio recorrido, pues son difundidas por los ayuntamientos con los que colabora la Federación, así como por otras instituciones públicas y privadas como Metro de Madrid, Autobuses Interurbanos de Madrid y de la EMT y ADIF.
- Más de **3000 universitarios** formados para prevenir consumos abusivos e indebidos de bebidas alcohólicas.

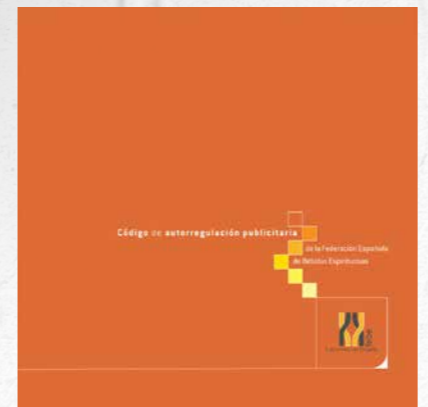


¿UNA LLANA EN LA CIUDAD?  
#YONOLOVEO



# Autorregulación de la publicidad

- En 1999 la Federación española de bebidas espirituosas aprueba su código de Autorregulación publicitaria. El sector de los espirituosos es pionero en adoptar este compromiso, dándose unas normas éticas que van más allá de la propia legislación.
- En el año 2003 firma un convenio con Autocontrol para la aplicación del "copy advice" previo a las piezas publicitarias de las empresas.
- En 2006 se modifica el Código de Autorregulación Publicitaria, ampliando el compromiso de los productores y distribuidores de bebidas espirituosas para asegurar la protección de los menores de edad, velar por el cuidado de la imagen de la mujer y evitar que la publicidad incida a un consumo abusivo e irresponsable
- En 2008 se modifica la leyenda de consumo responsable del sector, "Bebe con moderación. Es tu responsabilidad" por el mensaje "Disfruta de un consumo responsable".
- En 2009 la Universidad de Barcelona realizó un estudio sobre la evolución de la publicidad de bebidas espirituosas tras una década de autorregulación publicitaria, desvelaron que una vez analizados una década de anuncios de radio, prensa, publicidad exterior y radio, entre los años 1999 y 2009, en torno al 98% de los anuncios cumplía con los principios recogidos en el Código de Autorregulación del Sector.
- En 2023 el sector de bebidas espirituosas incluye nuevas modificaciones en su Código de Autorregulación para adaptarse a los cambios sociales de la era digital. 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, con especial protección a los menores.
- 25 años de compromiso con una publicidad honesta y veraz alejada de la promoción del abuso y protegiendo a colectivos vulnerables que ha dado excelentes resultados.



DISFRUTA DE UN CONSUMO RESPONSABLE



# Colaboración público privada

Nuestra Industria apuesta decididamente por ahondar en el diálogo con los poderes públicos y cree firmemente en la colaboración público-privada.

Por este motivo, ponemos a disposición de toda la sociedad nuestro esfuerzo y recursos para contribuir a erradicar los consumos abusivos o indebidos de bebidas alcohólicas y para ello establecemos convenios de colaboración con CCAA y Ayuntamientos.

Desde sus orígenes, el sector se ha posicionado como un agente comprometido con la sociedad. La promoción del consumo responsable


ha formado parte de nuestro ADN y se ha convertido en la razón de ser y siempre de la mano de las instituciones que están más cerca del ciudadano.

El sector está convencido de que cuando se trata de incidir en comportamientos y cambiar hábitos, la única alternativa se encuentra en la educación y requiere trabajar conjuntamente, así como la implicación de toda la sociedad.



# Trabajar juntos, la clave del éxito





# QUIÉNES SOMOS



**25** AÑOS  
ESPIRITUOSOS  
ESPAÑA



# 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.



# Quiénes 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.  
Beam Suntory España Beverages, 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

Campani 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

Fedjerez  
Fernando Ferrer Cardona

## G

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

## H

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

## 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.  
Roicom, S.A.

## S

Salas Y Sirvent, S.L.  
Samson & Surrey Europe, S.L.  
Sánchez Romate Hermanos S.A.  
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  
ESPIRITUOSOS  
ESPAÑA



## Saluda del Director

### Cómo hemos cambiado

Hace 25 años, España era un país diferente en muchos aspectos, sociales, culturales, tecnológicos... Hemos evolucionado como sociedad y nuestro Sector ha evolucionado con ella.

Fieles a nuestro modo de vida y a la forma de disfrutar de ella, con un marcado carácter de socialización, ligado a la gastronomía y nuestra cultura, el patrón de consumo de bebidas alcohólicas en España se ha afianzado y ha mejorado en todos los indicadores. Así, de acuerdo con un informe elaborado en 2023 por Bloomberg con fuentes de la Organización Mundial de la Salud, España se posiciona como el país más sano del mundo y estamos a la cabeza de esperanza de vida, que lideraremos en 2040 según un estudio de la Universidad de Washington.

Basta una mirada a la evolución de los datos oficiales para comprobar cómo han mejorado.

Como ejemplo de aquella sociedad, era típico escuchar aquello de “yo controlo” al hablar del binomio alcohol y seguridad vial; mientras que hoy en día, los jóvenes conductores ponen en práctica de manera generalizada la figura del conductor alternativo, habiendo logrado reducir la siniestralidad al volante en un 82% entre los jóvenes conductores.



**Bosco Torremocha**  
Director Ejecutivo de  
Espirituosos España

La sociedad en su conjunto se enfrentaba a desafíos que requerían un cambio significativo que implicase a toda la sociedad. En ese momento, justo hace ahora 25 años, los productores y distribuidores de bebidas espirituosas dimos un paso al frente y nos unimos para iniciar un camino marcado por la calidad y la responsabilidad, no solo a la hora de elaborar nuestros productos, sino también a la hora de comercializarlos y publicitarlos.

Fue el comienzo de una apuesta firme por la autorregulación publicitaria y por el compromiso con el consumidor, que a lo largo de estos años hemos materializado en programas y acciones que han contribuido activamente a la construcción de una sociedad responsable en su relación con las bebidas alcohólicas.

Hoy, echamos la vista atrás y vemos con orgullo nuestra contribución al cambio. Nuestra apuesta por la prevención, concienciación y educación han dado frutos. El consumidor está cada vez más informado y cuenta con las herramientas necesarias para tomar decisiones razonadas, porque un consumidor informado es un consumidor responsable.

Hoy en día, la comunicación ha cambiado mucho y la publicidad con ella pero, como nos propusimos hace 25 años, seguimos esforzándonos por garantizar

que la publicidad de nuestros productos sea veraz, honesta, legal, y responsable, dirigida a adultos y fomentando la moderación como única premisa válida a la hora de disfrutar de nuestros productos.

A lo largo de estos 25 años, hemos demostrado nuestra capacidad de adaptación como sector. Movidos siempre por la responsabilidad. Innovando en formatos y productos, pero siempre con un fuerte compromiso con la responsabilidad y la sostenibilidad entendida no sólo a la hora de elaborar, comunicar y promocionar nuestros productos y marcas.

Hemos promovido, junto a otros sectores, el reciclado de vidrio y la protección del medioambiente, a través de Ecovidrio y el servicio y venta responsables, siempre de la mano de nuestros eternos aliados: la Hostelería y la Distribución.

El paso del tiempo es fundamental para muchos de nuestros productos. Nos ayuda a madurar y nos aporta unas cualidades y matices que nos hace especiales. En Espirituosos España sentimos que este proceso de “maduración” se ha ido produciendo también en el seno de la Federación y, a lo largo de estos 25 años hemos conseguido madurar nuestras iniciativas hasta convertirlas en lo que son hoy en día: el fruto del compromiso inamovible del sector con la sociedad, y su afán de promover un buen uso de sus productos, demostrando que, a veces, menos es más.

¿Cuál ha sido la clave de todo este éxito? Sin duda la fórmula mágica se llama colaboración público-privada. Con todos, ciudadanos, sectores o instituciones y administraciones; con las más cercanas al ciudadano, como son los ayuntamientos o las Comunidades Autónomas, para desarrollar nuestras iniciativas. Así, desde 1999 hasta hoy, hemos suscrito más de 300 convenios de colaboración con todo tipo de entidades, que nos han permitido estar presentes y ser útiles en la práctica totalidad del territorio.

25 años haciendo bien las cosas y construyendo en positivo desde la colaboración. Un modelo de éxito de ayer y de hoy, que debe servir de aprendizaje para seguir construyendo el mañana.

En todo este tiempo también hemos recibido el apoyo y el cariño de la sociedad, que nos ha premiado y avalado, contribuyendo a alentar nuestros esfuerzos. Para el sector tiene especial valor el reconocimiento de la Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas, que en 2019 nos otorgó la Cruz Blanca de la Orden al Mérito del Plan Nacional sobre Drogas, en consideración a los méritos y circunstancias de extraordinaria relevancia que concurren en la Federación Española de Bebidas Espirituosas, y por sus esfuerzos para evitar el consumo abusivo de bebidas alcohólicas promoviendo el consumo responsable.

Pero a lo largo de todos estos años hay algo que no ha cambiado: seguimos produciendo con el mismo cariño con que lo hacían los primeros destiladores. Conservando el mismo arte, seleccionando las mejores materias primas del campo... de la tierra. Un proceso que conjuga experiencias que han ido pasando de generación en generación, incorporando tecnología de vanguardia para adaptarse a los nuevos tiempos y triunfar en el reto de la internacionalización, accediendo a nuevos mercados cada vez más exigentes.

Todo ello ha permitido que España sea líder de la Unión Europea en la producción de brandy, ron y licores y, después del Brexit, también en ginebra y whisky, solo por detrás de Irlanda.

Ahora que la inteligencia artificial asoma -entre la esperanza y el temor- queremos romper una lanza a favor de la experiencia, la tradición, la cultura y la artesanía porque, seamos sinceros, este saludo podría haberlo redactado chat GTP, pero ninguna inteligencia artificial será capaz de destilar, aromatizar y extraer el espíritu de nuestros productos con la pasión de nuestros maestros destiladores.

¡Brindamos por otros 25 años más acompañándote!



# Hitos 2023



**25** AÑOS  
ESPIRITUOSOS  
ESPAÑA

# Hitos resumen 2023

Si tenemos que definir el año 2023, mirando hacia fuera, sin duda la palabra sería incertidumbre. Dos procesos electorales, autonómicas y generales, y varios meses de vacilación, de duda, en espera de saber si habría legislatura, han sumido al país en un parón no solo legislativo, sino a todos los niveles. Que también nos ha afectado como sector en aquellas normativas que nos aplican y cuya tramitación se quedó paralizada, sin un horizonte fijo de finalización.

Pero, sin embargo, si miramos en interno a nuestra Federación, la palabra es proactividad. Hemos dado un paso al frente y reforzado nuestro compromiso de información en el etiquetado para que el consumidor disponga de toda la información necesaria en materia de valor nutricional, el listado completo de ingredientes, así como sobre el consumo responsable de bebidas alcohólicas, nutrición, salud o sostenibilidad.

Y en materia de publicidad, hemos adaptado nuestro estricto código de autorregulación publicitaria también en nuestras comunicaciones digitales, incluyendo nuevas modificaciones que regulan las comunicaciones realizadas en redes sociales por influencers, así como la publicidad de las nuevas versiones

0,0 y bajas en alcohol, en la que se refleja nuestra responsabilidad frente a la protección de los colectivos más vulnerables y la promoción del consumo responsable.

Un año de cambios también en interno en la Federación, nuevo presidente, nueva campaña sectorial, nuevo marco estratégico y ampliación del equipo. Estamos listos para enfrentarnos al 2024.

En el entorno de incertidumbre actual, es muy difícil hacer previsiones y pedimos un entorno político y económico estable, sin incrementos, con apoyo a las empresas para desarrollar su labor empresarial y crear riqueza y empleo.

Debe apostarse por medidas de refuerzo de la economía y el consumo, apoyar a sectores clave como la agricultura, la hostelería, la distribución y el turismo, en el que debemos mantener el liderazgo mundial.

Nosotros, como sector, haremos lo propio dando lo mejor de nosotros mismos, como llevamos haciendo los últimos 25 años.



## Compromiso sectorial etiquetado. Toda la información en un QR

Ante una sociedad en la que los ciudadanos demandan cada vez más información sobre los productos que adquieren, el Sector de Bebidas Espirituosas ha reforzado su compromiso poniendo a su disposición información en el etiquetado para que el consumidor pueda llevar a cabo un consumo consciente e informado en materia de Nutrición, Salud y Sostenibilidad.

En este contexto, el Sector de Bebidas Espirituosas ha tomado la iniciativa de aportar en el etiquetado de sus productos información sobre el valor nutricional y el listado completo de ingredientes. Además de un QR con información adicional sobre el consumo responsable de bebidas alcohólicas, nutrición, salud o sostenibilidad.

Este compromiso con la información ha sido cuidadosamente diseñado desde las preferencias del consumidor. Por este motivo, el sector apuesta claramente por las nuevas tecnologías como canal de información preferido por los consumidores (en España el 96% de la población tiene móvil y el 26% incluso tiene dos móviles).

La medida se implantará paulatinamente, de manera que, cada vez que las empresas soliciten nuevas etiquetas, éstas ya incluirán esta información y asegurará su compatibilidad con la casuística de implantación de las compañías que disponen de plataformas de etiquetado a nivel transnacional.

**Lo relevante a efectos de salud es la cantidad de alcohol consumida no el tipo de bebida.**

10 g de alcohol equivalen a las siguientes bebidas

Vino	Cerveza	Espirituosos
 =	 =	
100 ml / 13% vol.	250 ml / 5% vol.	30 ml / 40% vol.

## Nuevo Código sectorial. Autorregulación en las redes sociales

El sector de las bebidas espirituosas da un paso más en su compromiso de Autorregulación publicitaria y amplía su código a las comunicaciones digitales, con el objetivo de adaptarse a los cambios sociales y seguir así garantizando una publicidad ética, honesta, responsable y veraz de sus productos, en la que se refleje la responsabilidad del sector frente a la protección de los colectivos más vulnerables y la promoción del consumo responsable.

Un sistema de Autorregulación que ha demostrado el compromiso del sector con una publicidad responsable y un código ético que fue pionero en el sector de alimentación y bebidas en su momento y, con el paso de los años, ha sabido adaptar su articulado a los cambios sociales.

En esta ocasión, Espirituosos España ha adaptado el articulado de su Código de Autorregulación a 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. Y dado que estas nuevas bebidas 0.0 no están destinadas a un público menor de edad, han de cumplir con una serie de restricciones para evitar que su publicidad llegue a este colectivo.

También se ha regulado la publicidad de bebidas espirituosas realizada por parte de los influencers para seguir garantizando la protección a los menores de edad y evitar el consumo abusivo.



Espirituosos España ha adaptado su Código de Autorregulación a las comunicaciones realizadas en redes sociales por influencers

## Premios Alimentos de España

Después de años solicitando la incorporación de las bebidas espirituosas a los Premios Alimentos de España, finalmente, el año pasado el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación convocó los Premios Alimentos de España a la Mejor Bebida Espirituosa con Indicación Geográfica, año 2023. Un galardón que pretende divulgar la calidad de los espirituosos españoles y el buen trabajo que se desarrolla en su producción y comercialización.

Junto a las tradicionales categorías (Aceite de oliva virgen extra, queso, vino y jamón), se convocó, por primera vez, el Premio **“Alimentos de España a la Mejor Bebida Espirituosa”** con la finalidad de promocionar y dar a conocer las bebidas espirituosas españolas sujetas a Indicación Geográfica Protegida de mayor calidad organoléptica, así como para contribuir a mejorar su imagen y posición en el mercado.

Desde Espirituosos España, hemos trabajado conjuntamente con la Subdirección General de Promoción de los Alimentos de España para impulsar esta categoría, y dar así a conocer nuestros productos y sus altos estándares de calidad, de los que tan orgullosos nos sentimos.

Las bases establecidas para la entrega de este premio han ido desde una cata ciega, con un panel compuesto de expertos catadores, hasta la consideración de aspectos como el esfuerzo comercializador e innovador de la empresa, el valor añadido sobre la agricultura local, el medio rural y sus habitantes, la sostenibilidad, así como su contribución a la imagen de los alimentos de España.

#alimentosdespaña



El galardón de esta primera edición ha sido otorgado a **“1866, Brandy de Jerez Solera Gran Reserva”**, de la Indicación Geográfica Brandy de Jerez, presentado por el Grupo Osborne



## Acuerdo Agencia Tributaria

La Agencia Estatal de Administración Tributaria (Agencia Tributaria) y Espirituosos España renovaron en 2023, el acuerdo de Entendimiento para la colaboración en la lucha contra el fraude en el Impuesto Especial sobre el Alcohol y Bebidas Derivadas y en el Impuesto sobre el Valor Añadido, mediante la cooperación entre las partes y el impulso de acciones formativas y campañas de sensibilización social.

El Acuerdo de Entendimiento dotará a ambas partes de mecanismos que permitan mejorar el intercambio de información, la transparencia de la operativa y la fluidez en la comunicación, y la colaboración en acciones de sensibilización social mediante la difusión de las actuaciones que se consideren de interés común, que permitirán seguir ampliando la colaboración público-privada entre la Agencia Tributaria y la Federación de Bebidas Espirituosas.

Además, dentro de este marco de colaboración, se establecerá un canal de comunicación permanente entre ambas instituciones y en el ámbito de lucha contra el fraude en el comercio de bebidas alcohólicas, en cuyo control España es líder europeo, se institucionaliza la colaboración y se incluyen formación al personal de la Agencia Tributaria para asesorarles en materia de etiquetado y comercialización de bebidas espirituosas.



## Cámara de Comercio

Con el objetivo de impulsar de forma conjunta la competitividad, la internacionalización, la digitalización y el posicionamiento del sector de bebidas espirituosas, en 2023 hemos firmado un acuerdo de colaboración con la Cámara de Comercio de España de cuatro años de duración prorrogables.

Entre las actividades a desarrollar conjuntamente se encuentran: la formación de los operadores de la industria de bebidas espirituosas, favorecer la comunicación y la interacción entre las empresas de bebidas espirituosas nacionales, facilitar la puesta en común de buenas prácticas de negocio y la definición de estrategias para la defensa de los intereses corporativos, así como el impulso de la internacionalización de las empresas del sector y la digitalización de las empresas del sector nacional de bebidas espirituosas.



## Acuerdo con Icx para la promoción internacional de nuestros espirituosos

Conscientes de la importancia de promover la competitividad, en 2023 firmamos un acuerdo con ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización del sector español de las bebidas espirituosas.

Este convenio establece un marco de colaboración entre ambas entidades para la coordinación de las acciones de divulgación, formación y promoción de los espirituosos españoles en los mercados internacionales, así como la promoción de la imagen internacional de los espirituosos españoles bajo el logo Spirits from Spain.

Bajo este el acuerdo, se establecerá un plan anual de trabajo donde se priorizará la realización de sesiones formativas, talleres y foros de debate y actividades de promoción internacional como jornadas técnicas, misiones inversas de compradores o prescriptores y seminarios de oportunidades en mercados estratégicos.

Además, se incentivará la participación de expertos nacionales de Espirituosos España en seminarios y catas internacionales organizadas por ICEX, y, en paralelo, Espirituosos España seleccionará técnicos especializados en el sector que contribuyan a generar contenidos específicos para la formación de profesionales extranjeros dentro la oferta educativa de FWS Academy, que ICEX imparte en los mercados internacionales.



## Convenios de colaboración con Ayuntamientos

La red colaborativa "Menores ni una gota", que cuenta ya con más de 300 ayuntamientos e instituciones, se ha visto ampliada en 2023 con la incorporación de nuevos ayuntamientos como Pamplona y Alicante y con la Diputación de Cádiz, así como con la renovación del compromiso de otros consistorios, que son ya veteranos en la prevención del consumo de alcohol por menores, como Boadilla del Monte, Tarancón y Jerez de la Frontera.

De esta manera, los ayuntamientos reforzarán su trabajo en la lucha contra el consumo de alcohol en adolescentes a través de compromisos que incluyen la realización de acciones dirigidas tanto a padres como a los propios menores de edad; pero también a otros colectivos de riesgo como jóvenes conductores.



# Concurso Universidad del País Vasco

Espirituosos España y la Universidad del País Vasco (UPV) han iniciado este curso una colaboración para prevenir el consumo de alcohol entre la comunidad universitaria. Así, han convocado un concurso creativo mediante el cual los alumnos del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación han diseñado cuñas radiofónicas destinadas al público universitario, para prevenir el consumo abusivo de bebidas alcohólicas, y apelar al consumo responsable. De este modo, a lo largo de este curso, unos setenta y cinco alumnos, agrupados en 17 grupos, han presentado propuestas creativas destinadas al público universitario, pensadas para ser emitidas en plataformas musicales como Amazon Music, Spotify o Apple Music.

Las dos campañas ganadoras son: "Baja un dedo si" y "Zeta respeta". La primera propuesta creativa traslada a la radio el clásico reto de TikTok mediante el que van enumerando una serie de recomendaciones para realizar un consumo responsable de bebidas alcohólicas, para terminar con el claim "Si te has quedado sin dedos es que sabes lo que es disfrutar de una buena noche de fiesta". "Zeta Respeta" es la segunda idea creativa ganadora, desarrollada por un grupo de seis estudiantes, también de la asignatura de Redacción Publicitaria del segundo curso del Grado de Publicidad y RRPP. Esta propuesta utiliza el rap para contar las bondades del consumo responsable frente al abuso de bebidas alcohólicas.

Para elegir las campañas ganadoras, en esta primera edición, el jurado ha estado compuesto por el director de Espirituosos España, Bosco Torremocha; la decana de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, Ana Irene del Valle; la profesora de Redacción Publicitaria, Blanca Miguélez; y el director creativo y realizador de la agencia CopyLoto&Co., Carlos Fernández.

Las campañas ganadoras se expondrán en los soportes digitales de la Universidad y en redes sociales, y se ofrecerán a los Ayuntamientos que conforman la Red "Menores ni una gota" para que sean utilizadas en sus redes y soportes municipales.



# Renovación acuerdo con la Universidad de Granada

La Facultad de Comunicación y Documentación de la Universidad de Granada y Espirituosos España han renovado el acuerdo de colaboración que mantienen desde 2020 por el que anualmente organizan un concurso de creatividades entre los estudiantes para el diseño de campañas que promuevan el consumo responsable en adultos o la prevención de cualquier consumo en menores de edad. Así, la Facultad de Comunicación pasa a integrar la Red "Menores ni una Gota", una red colaborativa que cuenta ya con más de 300 ayuntamientos e instituciones privadas y públicas.



Los ganadores de este año son un grupo compuesto por cuatro estudiantes de 2º curso de Comunicación Audiovisual. La campaña, destinada a concienciar al público adulto de la necesidad de realizar un consumo moderado y responsable de bebidas alcohólicas utiliza el mundo y lenguaje de los videojuegos para hacer un paralelismo entre el abuso y subir de nivel.

Esta campaña ganadora será emitida en TG7, como campaña del área de Juventud del Ayuntamiento de Granada, quien también forma parte de la Red "Menores ni una Gota".

## Jornadas de Sumillería en Peñafiel con el orujo 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 orujo, en la que se cataron una decena de aguardientes de orujo de toda España, de regiones como Cantabria, Galicia, Cataluña o Castilla y León.

Las jornadas fueron un éxito de organización y de participación, más de 130 participantes 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.



## Visitas a centros de producción. Dando a conocer nuestro buen hacer

Las bebidas espirituosas constituyen en España un patrimonio cultural y económico que está íntimamente ligado a nuestro carácter y forma de vida, ya que son producidas siguiendo métodos de elaboración tradicionales y aprovechando nuestra variedad topográfica y climatológica, excelente para el cultivo de sus materias primas agrarias. De hecho, una parte muy importante de la producción agrícola nacional es destinada a la producción de bebidas espirituosas, siendo mayoría las zonas de nuestro país donde existen familias, poblaciones y regiones cuyo desarrollo y bienestar está ligado a la producción de alguna bebida espirituosa.

Así, tenemos representantes de espirituosos españoles en las categorías de brandy, aguardiente, whisky, gin, ron, anís y licores y 19 Indicaciones Geográficas que se encuentran a la cabeza tanto en comercialización dentro del mercado nacional como en el mercado exterior.

Dar a conocer esta riqueza a través de visitas a los centros de producción en uno de los objetivos de nuestro plan de acción para mejorar el conocimiento de nuestros productos. En 2023 varios decisores públicos visitaron nuestros centros de producción en Chinchón, Vitoria, Santiago de Compostela y Navarra entre otros.



## Seminarios Formativos para Asociados

En el contexto de la insistente proliferación normativa que afecta a todos los ámbitos de la producción y comercialización de las Bebidas Espirituosas, desde Espirituosos España, fiel a su compromiso de servicio al asociado, se ha realizado a lo largo del año 2023 un Tour de Seminarios por toda España para informar y asesorar a todos sus asociados de las importantes novedades en las obligaciones a atender por las empresas.

Las jornadas formativas que se llevaron a cabo en Pamplona, Jerez de la Frontera, Santiago de Compostela, Alicante y Barcelona avanzaron todas las novedades normativas que afectan a la producción y comercialización de las bebidas espirituosas, a las numerosas empresas asociadas que están afectadas por la materia.

El resultado ha sido de una altísima participación, en torno a un centenar de empresas han participado en los cinco seminarios, en los que hemos contado con la colaboración de los consejos reguladores de IGs y con una valoración de los materiales y ponentes de sobresaliente.



## Congreso Nacional de Bebidas Espirituosas

La Federación Española de Bebidas Espirituosas, Espirituosos España, celebró su Congreso Nacional de Bebidas Espirituosas en Jabugo, en la sede de Cinco Jotas, del Grupo Osborne; una de las empresas más señeras del sector que en estos momentos ostenta la presidencia de la Federación en la figura de Ignacio Osborne, y en el Centro de Innovación y Promoción del Ibérico (CIPI).

El Congreso Nacional de Bebidas Espirituosas supone un punto de encuentro para numerosas empresas, en el que se dio a conocer los datos del Informe Socioeconómico del sector de bebidas espirituosas en 2022, al tiempo que se presentó el nuevo y novedoso compromiso del sector con el consumidor.

Jabugo es Ciudad Gastronómica Española 2023, por lo que este Congreso no ha podido encontrar un emplazamiento mejor para dar a conocer las bondades de la gastronomía líquida que abanderan las empresas participantes.



En el transcurso del Congreso, la Junta Directiva y Asamblea de la Federación ratificó su Marco Estratégico para los próximos años. Plan de acción 2023-2027 del que se ha dotado el Sector, es una muestra de la ambición de las empresas de bebidas espirituosas, reforzando los compromisos por la calidad, el compromiso social, la información al consumidor, la Sostenibilidad, el I+D+I y la búsqueda constante de nuevos mercados y oportunidades.



## Encuentro Ministro Industria y la Junta Directiva

El Ministro de Industria, Comercio y Turismo, Héctor Gómez, ha mantenido un encuentro con los miembros de la Junta Directiva de la Federación, en la sede de Espirituosos España.

Durante la visita, el Presidente de Espirituosos España, Jean Paul Bouyat, aprovechó el encuentro para hacerle una breve presentación del Sector, destacando su importancia económica y social; la amplia representatividad industrial y su heterogeneidad del sector y la gran diversidad de productos que representa.

Por su parte, el Director de Espirituosos España, Bosco Torremocha, destacó la relación tan estrecha que el sector de bebidas espirituosas mantiene con las tres áreas que representa el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Seguidamente, ha querido resaltar la aportación económica del sector, capaz de generar riqueza y empleo (solo representamos el 5% del volumen de bebidas

alcohólicas y recaudamos el 72% de los IIEE), y la diversidad de las empresas que agrupa la Federación, que abanderan los últimos avances en innovación, pero también la cultura española más tradicional (19 Indicaciones geográficas protegidas). Así como el vínculo del sector con la hostelería y el turismo, destacando que el 60% de nuestros productos se comercializa en la hostelería, y que el 13% del gasto de los turistas que visitan España se destina al consumo de bebidas espirituosas.

En su intervención, el Ministro de Industria quiso dejar constancia de que en cuanto al turismo en general los indicadores son muy buenos y que se está superando los datos prepandemia. El Ministro destacó también el atractivo turístico que las bebidas espirituosas suponen, mostrando su predisposición a hacer un planteamiento conjunto en promoción amable de producto y felicitó al sector por su labor en Responsabilidad Social, instándonos a seguir desarrollando sus campañas.



## Campaña Equivalencias entre bebidas alcohólicas

Fruto de su compromiso de información al consumidor, el sector de bebidas espirituosas, agrupado en Espirituosos España, ha lanzado en redes sociales una campaña audiovisual sobre equivalencias entre bebidas alcohólicas, para que el consumidor final pueda tomar decisiones informadas, conscientes y responsables.

El objetivo de esta novedosa campaña es que el consumidor final tenga claro que todas las bebidas alcohólicas, independientemente de su graduación alcohólica o método de elaboración, contienen el mismo tipo de alcohol: el etanol. Lo relevante, a efectos de salud, es la cantidad de alcohol consumida no el tipo de bebida.

La campaña, que consta de dos vídeos, apuesta por un claim que se explica por sí solo: "Un espirituoso, un vino o una cerveza. Misma cantidad de alcohol, tú eliges. Al final, lo importante es disfrutarlo con responsabilidad."

Espirituosos España ha apostado por un formato sencillo y creativo, capaz de llegar al consumidor de bebidas alcohólicas de forma didáctica y amena.



PUEDES VER LA CAMPAÑA AQUÍ



## 25 AÑOS DE ESPIRITU RESPONSABLE



▲ ESPÍRITU RESPONSABLE ES  
DISFRUTAR CADA MOMENTO



▼ SABIENDO QUE UNO DE  
NOSOTROS SERÁ EL  
CONDUCTOR ALTERNATIVO



Más de 300.000 jóvenes han participado en nuestro programa para promover la figura del conductor alternativo y juntos hemos contribuido a mejorar la seguridad vial.

Disfruta de un consumo responsable. Compartir solo con mayores de 18 años.



## Campaña 25 años de espíritu responsable

Ampliar el conocimiento de las acciones de Responsabilidad Social llevadas a cabo en los últimos 25 años por el sector de bebidas espirituosas es la clave de esta campaña.

'25 años de Espíritu Responsable' es el claim que vertebra las distintas activaciones con las que se trabaja el compromiso social del sector de bebidas espirituosas, en el marco del 25 aniversario de la asociación.

En las últimas décadas, Espirituosos España ha invertido más de 30 millones de euros en el desarrollo de iniciativas destinadas a promover el consumo moderado y responsable en adultos, y a prevenir el consumo en menores y otros colectivos de riesgo como conductores con iniciativas tan conocidas como el programa "Los Noc-Turnos", para promover la figura del conductor alternativo; "Menores ni una Gota", para prevenir el consumo de alcohol en menores de edad; "Tú Sirves, Tú Decides", para trabajar de la mano de la hostelería y la distribución en la venta y dispensación de bebidas alcohólicas; así como otros programas destinados a prevenir consumos abusivos en la población universitario o a prevenir el consumo en mujeres embarazadas y lactantes.

Con la intención de dar visibilidad a este esfuerzo sectorial, la campaña de comunicación en la que, bajo el claim '25 años de espíritu responsable', se adelanta al 25º aniversario de la federación, al mismo tiempo que hace hincapié en las iniciativas de Espirituosos España que coinciden con los pilares destacados con anterioridad: 'Programa Noc-Turnos', 'Programa Tú sirves, tú decides', 'Programa de Formación a Universitarios' y 'Programa de Concienciación general sobre consumo responsable'.

En este sentido, el claim coincide plenamente con los valores y el esfuerzo realizado por el sector, al mismo tiempo que traslada el mensaje a la sociedad de que, aunque todavía queda mucho por hacer, cada vez va calando más ese espíritu y la necesidad de un consumo responsable.

Entre las piezas que han compuesto la campaña, destaca el 'Video concepto de campaña' de 1' de duración, las 3 adaptaciones de 20" para redes sociales y los 5 key visuals con los que se ha querido trabajar específicamente cada uno de los pilares de la federación, así como una pieza resumen de todos los programas.

## 25 AÑOS DE ESPIRITU RESPONSABLE



▲ ESPÍRITU RESPONSABLE ES  
OFRECER EL MEJOR SERVICIO



▼ FOMENTANDO UN OCIO DE  
CALIDAD PARA TUS CLIENTES

TÚ SIRVES X  
TÚ DECIDES ✓

Trabajamos con la hostelería para promocionar un servicio responsable en más de 330.000 establecimientos de toda España.

Disfruta de un consumo responsable. Compartir solo con mayores de 18 años.



## 25 AÑOS DE ESPIRITU RESPONSABLE



▲ ESPÍRITU RESPONSABLE ES  
LLEVAR 25 AÑOS DE LA MANO  
DE MARCAS Y PRODUCTORES



▼ FOMENTANDO UN OCIO DE  
CALIDAD Y UN CONSUMO  
RESPONSABLE

DISFRUTA DE UN CONSUMO RESPONSABLE

Compartir solo con mayores de 18 años.



PUEDES  
VER LA  
CAMPAÑA  
AQUÍ





# Sector en cifras 2023



**25** AÑOS  
ESPIRITUOSOS  
ESPAÑA

# Sector en cifras 2023

El balance del sector de las bebidas espirituosas en España durante 2023, arroja unos datos negativos de ventas. A pesar de los buenos datos que hemos venido teniendo en el pasado 2022, el año 2023 ha experimentado una caída en ventas frente al año anterior. Aunque los primeros seis meses de 2023 fueron prometedores, hemos observado una desaceleración del consumo durante el resto del año. Esta situación es muy preocupante, y por ello, debemos cuidar y fortalecer nuestro sector, trabajando para revertir esta tendencia y lograr resultados más positivos en el próximo año.

**En 2023 se ha registrado una disminución de las ventas globales que ha representado un 5,9% menos con respecto al año anterior.**

En el sector operan unos 3.800 centros de producción dedicados a la elaboración de bebidas espirituosas. La mayor parte son empresas de carácter familiar y de origen nacional, predominando las empresas de pequeño tamaño, si bien, en las primeras posiciones del mercado se sitúa un número reducido de grandes grupos de fabricantes/importadores.



En 2023 se ha registrado una **disminución de las ventas globales** que ha representado un **5,9% menos** con respecto al año anterior.

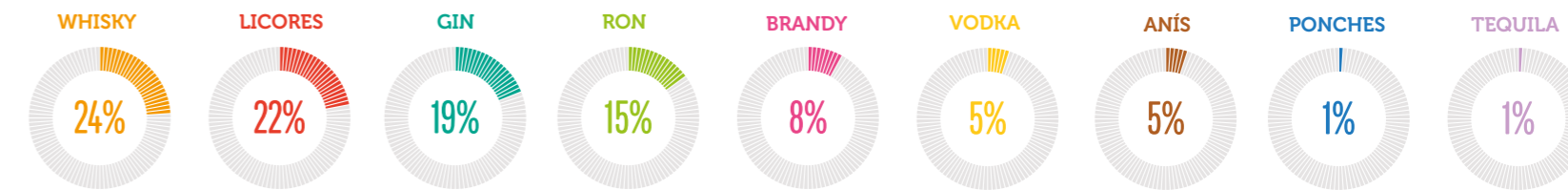
Este descenso en las ventas se produjo a pesar del incremento de turistas en 2023, que registró un récord. Y esto es relevante dado el destacado peso que tiene el turismo en las ventas de bebidas con contenido alcohólico, ya que representa el 13% del gasto de los turistas en España.

## PESO ECONÓMICO



## COMERCIALIZACIÓN 2023

CUOTA MERCADO  
BEBIDAS  
ESPIRITUOSAS  
EN VOLUMEN



## DIMENSIÓN EMPRESARIAL



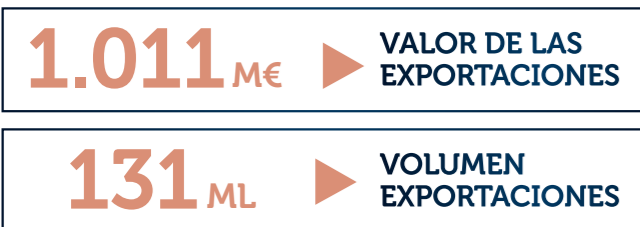
## CANALES DE VENTA



## SECTOR SOCIALMENTE COMPROMETIDO



## COMERCIO EXTERIOR



## CONTRIBUCIÓN TRIBUTARIA



## SECTOR SOSTENIBLE





# Consumo de bebidas espirituosas



**25** AÑOS  
ESPIRITUOSOS  
ESPAÑA

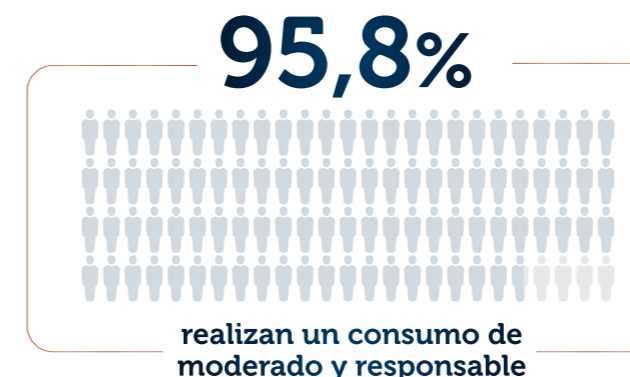


El consumo de bebidas espirituosas, en 2023 ha alcanzado los 187 millones de litros de bebidas espirituosas lo que supone un 5,9% menos que en 2022. Estos datos deben analizarse con cautela, ya que desde el sector entendemos que las cifras muestran una tendencia muy preocupante de cómo la situación puede evolucionar negativamente en el año 2024.

El sector de las bebidas espirituosas tiene un fuerte arraigo al canal de hostelería y su patrón de consumo social, asociado a momentos de ocio y disfrute. Prueba de ello es que una vez se han eliminado las restricciones a la hostelería y el turismo el sector ha recuperado los volúmenes prepandemia.

El consumo de bebidas espirituosas en España está íntimamente vinculado al disfrute, sobre todo en un entorno social, en compañía de amigos o familiares y fundamentalmente ligado a la hostelería. Es el estilo de vida propio de los países mediterráneos, que también se refleja en su manera de integrar las bebidas alcohólicas en la alimentación y en los momentos de ocio, siempre con sentido común y mesura a la hora de beber.

El patrón de consumo mediterráneo ha dotado a España de uno de los modelos de consumo más responsables de la Unión Europea. Así, según datos del Ministerio de Sanidad, el 95,8% de los consumidores nacionales realizan un consumo de bebidas alcohólicas moderado y responsable.





# Ventas bebidas espirituosas



**25** AÑOS  
ESPIRITUOSOS  
ESPAÑA



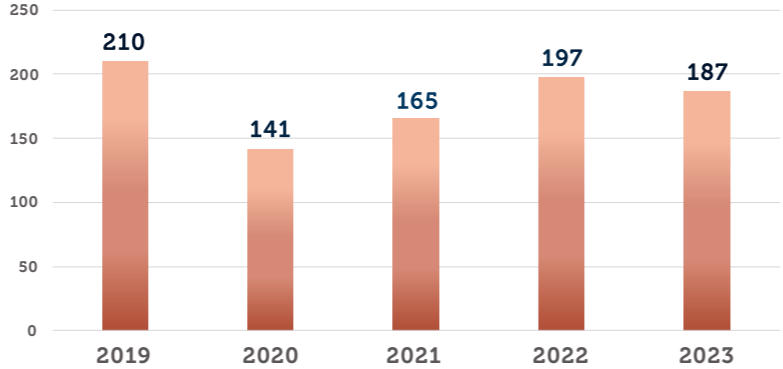
# Ventas bebidas espirituosas

Nuestro sector genera una contribución positiva a la economía española a través de las actividades económicas derivadas de la elaboración y distribución de nuestros productos, y también lo genera mediante del consumo de los mismos.

Ello se debe a que España es un país con tradición de consumo responsable de bebidas alcohólicas, donde más del 60% del consumo de bebidas espirituosas se realiza fuera del hogar.

Asimismo, la mayoría de los turistas extranjeros llegan a España con una motivación de ocio. En este tipo de viajes, la hostelería y restauración juega un papel clave. En concreto, España es uno de los líderes mundiales en el sector del ocio nocturno.

Millones Litros comercializados  
Bebidas Espirituosas



## Ventas por canales

En 2023, la hostelería ha vuelto a ser el principal canal de venta, representando el 62% del total de las ventas realizadas durante 2023, mientras que en 2022 ese porcentaje ascendía al 60%.

La Alimentación por su parte, ha representado el 38% de las ventas de bebidas espirituosas durante 2023.

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.

En relación con el turismo, el año 2023 ha cerrado con datos muy próximos a los registrados en prepandemia en número de llegadas internacionales. Con unas cifras récord de entradas (83,7 millones de turistas) y de gasto (92.700 millones de euros).

El gasto medio por turista en agosto ha sido de 1.343 euros, con un aumento anual del 5,3%, mientras que el gasto diario medio ha aumentado un 6,7% en comparación con el año anterior, llegando a los 173 euros, según la Encuesta de Gasto Turístico (Egatur), publicada por el INE fabricantes/importadores.



## 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.

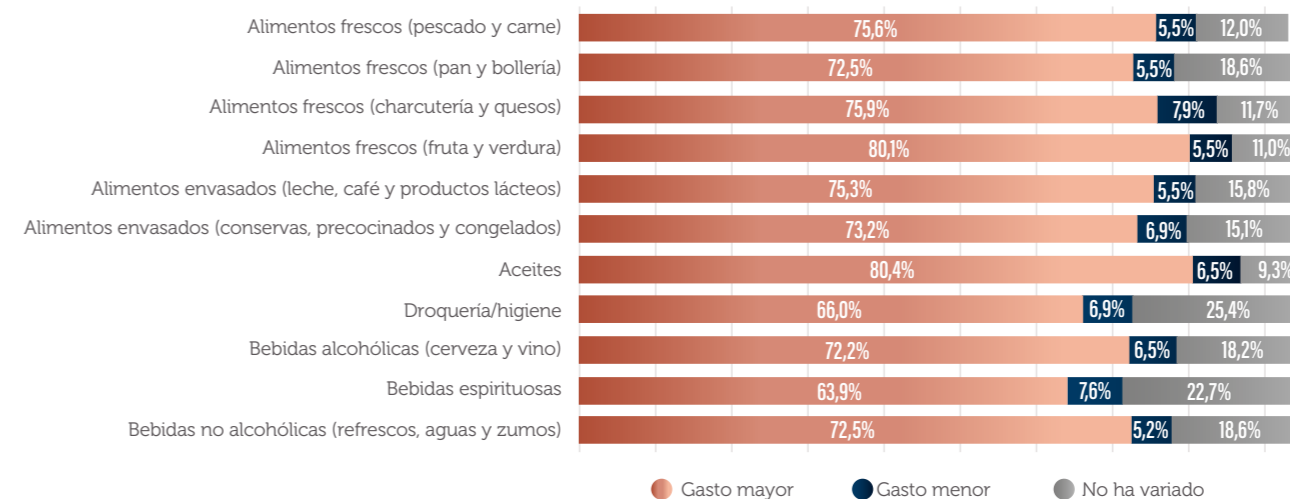
Los destilados son las bebidas con alcohol que aportan mayor rentabilidad a la hostelería. Esto es debido al mayor valor agregado de las bebidas espirituosas (€/L) que el de otras bebidas alcohólicas, que genera más valor en menos ventas.

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

En 2023, el 63,9% de los consumidores ha declarado haber realizado un mayor gasto en hostelería destinado a bebidas espirituosas que el año anterior, el 7,6% declara haber gastado menos, y el 22,7% señala no haber variado su gasto.

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 diarios de consumo.

Variación del gasto en hostelería respecto al año anterior



HOTELES Y RESTAURANTES

30%



BARES Y CAFETERÍAS

70%

52€

de media anual en gasto per cápita fuera del hogar

frente al consumo doméstico de casi

9€

63,9%


declara gastar más en bebidas espirituosas que en 2022

22,7%

declara que no varía su gasto con respecto a 2022

7,6%

declara gastar menos en bebidas espirituosas que en 2022



# Producción de bebidas espirituosas



**25** AÑOS  
ESPIRITUOSOS  
ESPAÑA

# Producción bebidas espirituosas en España

2023

ELABORACIÓN  
**318** MILLONES DE LITROS

EXPORTACIÓN  
**131** MILLONES DE LITROS

**40%**

EXPORTACIÓN DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS



PAÍS PRODUCTOR DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS EN LA UE

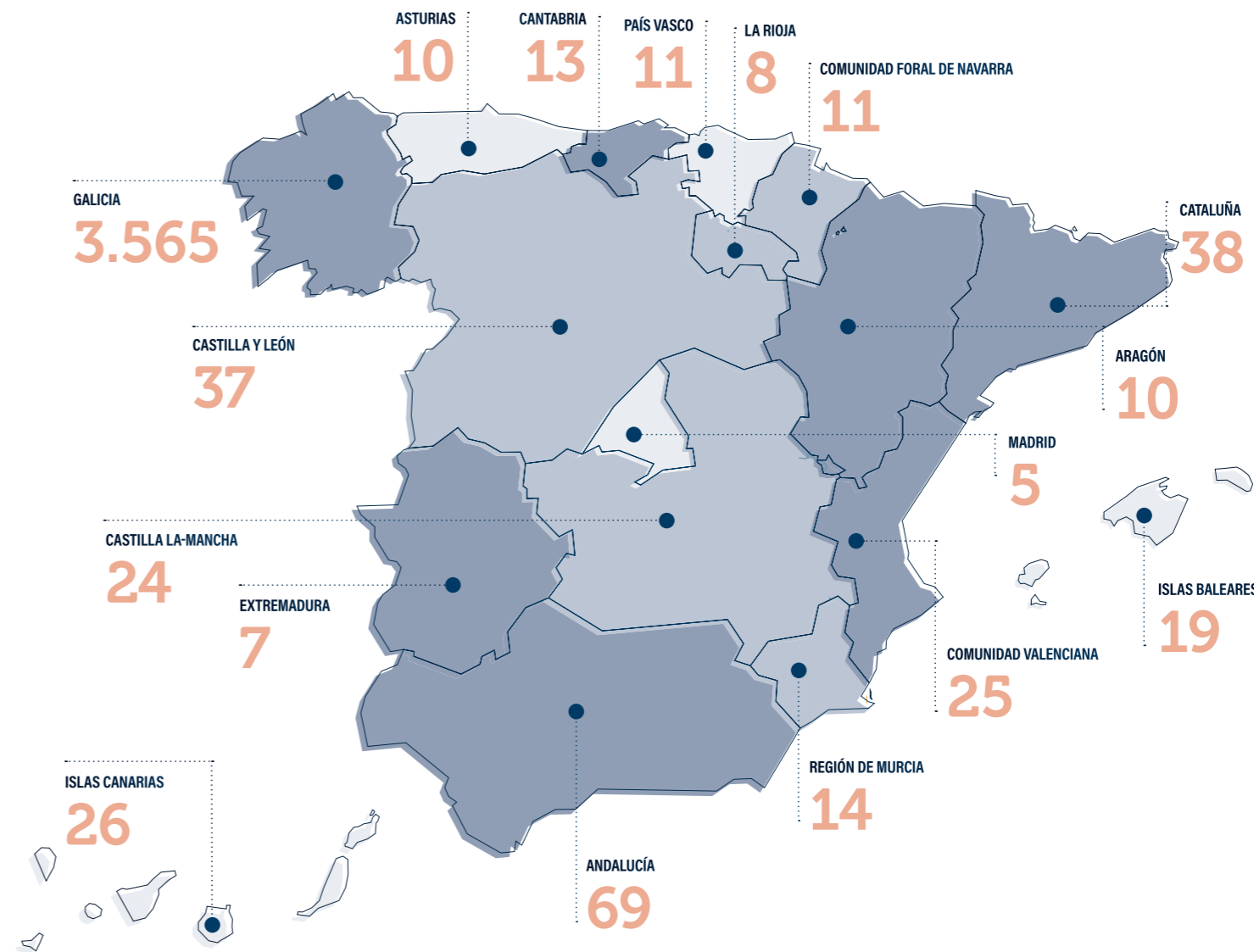
En 2023, se elaboraron **318 millones de litros de bebidas espirituosas**, de los cuales el **40%** se destinó a exportación (131 millones).

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.

## CENTROS DE PRODUCCIÓN DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS EN ESPAÑA



**+3.800**

centros de producción

**3.324**

destilerías artesanales

**85%**

del sector son PYMES

# Indicaciones geográficas de bebidas espirituosas en España 2023

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 2023 se elaboraron **23 millones de litros** adscritos a Indicaciones Geográficas, lo que representa más del **11% del consumo de bebidas espirituosas**.

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



INDICACIONES GEOGRÁFICAS



PAÍS DE LA UNIÓN EUROPEA



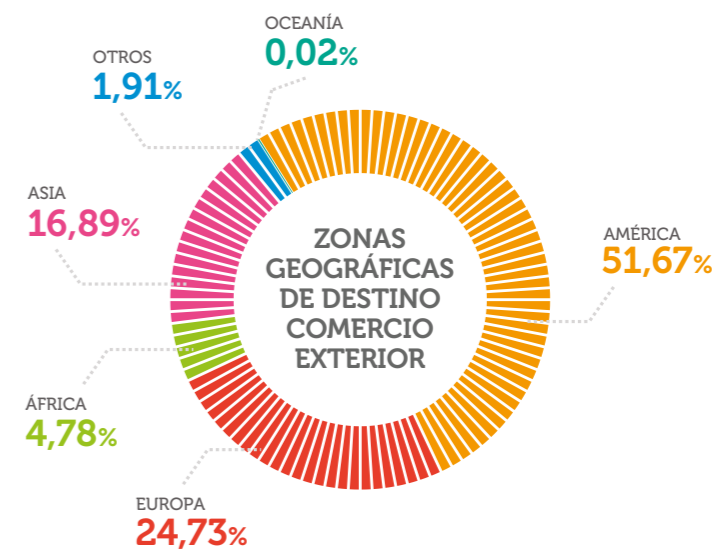
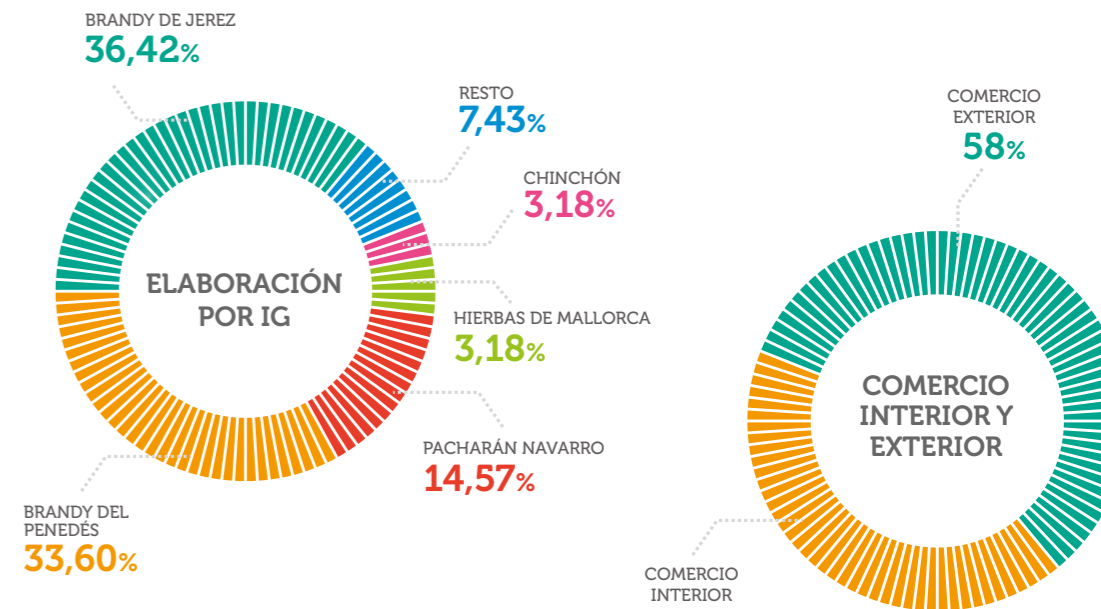
MILLONES DE LITROS



CONSUMO DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS



- El **número de empresas** dedicadas a la elaboración de bebidas espirituosas con indicación geográfica es de **149**, siendo su volumen de producción por industria muy diferente.
- La producción elaborada de **"Brandy de Jerez"** representa el **36,42%** de la producción de todas las bebidas espirituosas con Indicaciones Geográficas Protegidas, seguida de **"Brandy del Penedés"** con un **33,6%** y de **"Pacharán Navarro"** con un **14,57%**.
- La **producción comercializada** de las Indicaciones Geográficas Protegidas de bebidas espirituosas presenta 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**, lo que supone un aumento del **32,17%**.
- En el **mercado interior**, que representa el **42,28%** (**9.835.408 litros**) de la comercialización total, la IG **"Pacharán Navarro"** es líder en volumen comercializado con un **34,42%** del total, seguido de la IG **"Brandy de Jerez"** (**30,22%**) y la IG **"Brandy del Penedés"** (**8,99%**).
- Por su parte, el **mercado exterior** representa el **57,72%** (**13.427.002 litros**) del comercio total de las Indicaciones Geográficas de España.
- El **valor económico** estimado correspondiente a las Indicaciones Geográficas es de **170.321.873 €**, lo cual supone un **incremento del 10,03%** respecto a 2022.



VALOR ECONÓMICO  
**170 M€**

**+10%**  
RESPECTO A 2022



# Comercio exterior



**25** AÑOS  
ESPIRITUOSOS  
ESPAÑA

# Comercio exterior

Las **exportaciones** de bebidas espirituosas en **España** alcanzaron los **1.011 millones de euros**, lo que ha representado un **ligero descenso del 1,8%** respecto del año 2022.

En **2023**, el **40%** de la **producción nacional** de bebidas espirituosas se **destinó a la exportación**, un total de **131 millones de litros**.

## EXPORTACIONES 2023



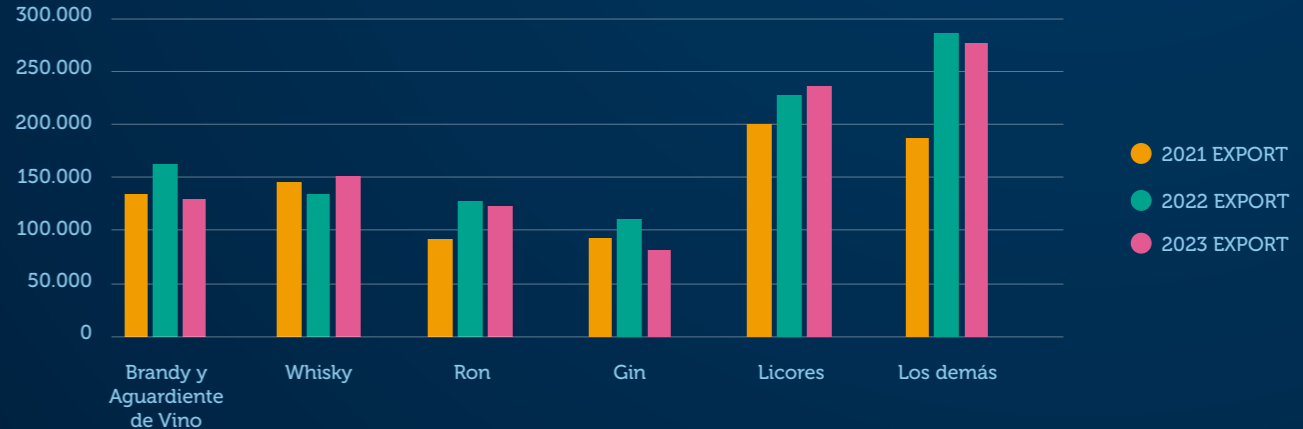
## PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN



## EXPORTACIONES BEBIDAS ESPIRITUOSAS (MILLONES DE EUROS)



## EXPORTACIONES POR TIPO DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS



# Peso económico del sector de las bebidas espirituosas en España

**25** AÑOS  
ESPIRITUOSOS  
ESPAÑA



# 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

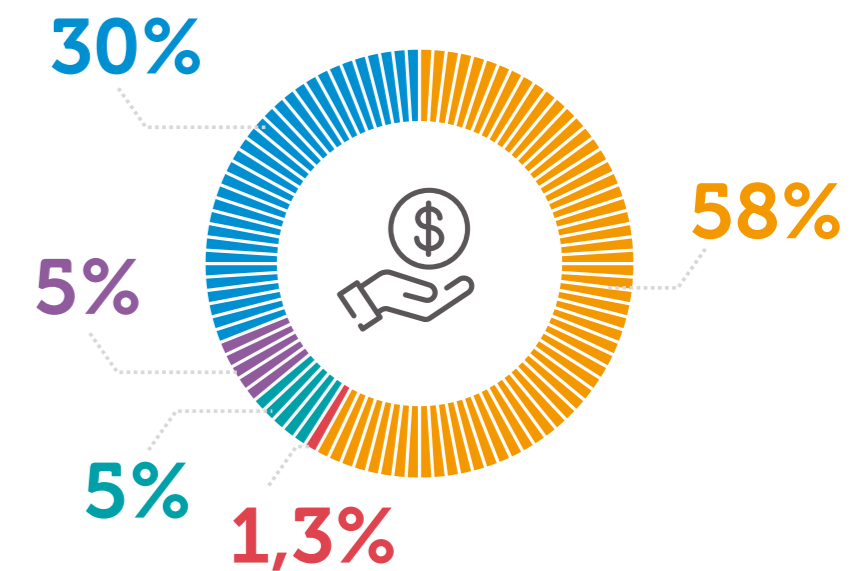
Las bebidas espirituosas representan la categoría de bebidas con contenido alcohólico que más contribuye a la Hacienda Pública en materia de impuestos especiales, concretamente el 73% de la recaudación por este concepto. Sin embargo, es necesario señalar que, aún siendo el tipo de bebida alcohólica que más impuestos especiales soporta, solo representa el 5% del volumen total de consumo de bebidas alcohólicas en 2023.

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**

Durante el año 2023, el total de **impuestos y gravámenes** pagados ascendió a **1.571 M€**

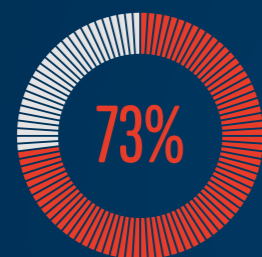


● Retenciones del impuesto sobre la Renta de Personas Físicas ● Cotizaciones a la Seguridad Social ● Impuesto sobre el Valor Añadido no deducible ● Impuestos especiales sobre el alcohol ● Otros impuestos

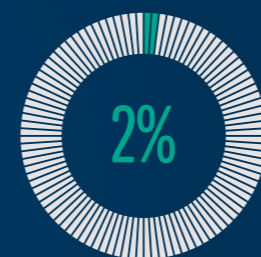
### RECAUDACIÓN IMPUESTOS ESPECIALES SOBRE ALCOHOL 2023



Cerveza



Bebidas espirituosas



Producto intermedio



859 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



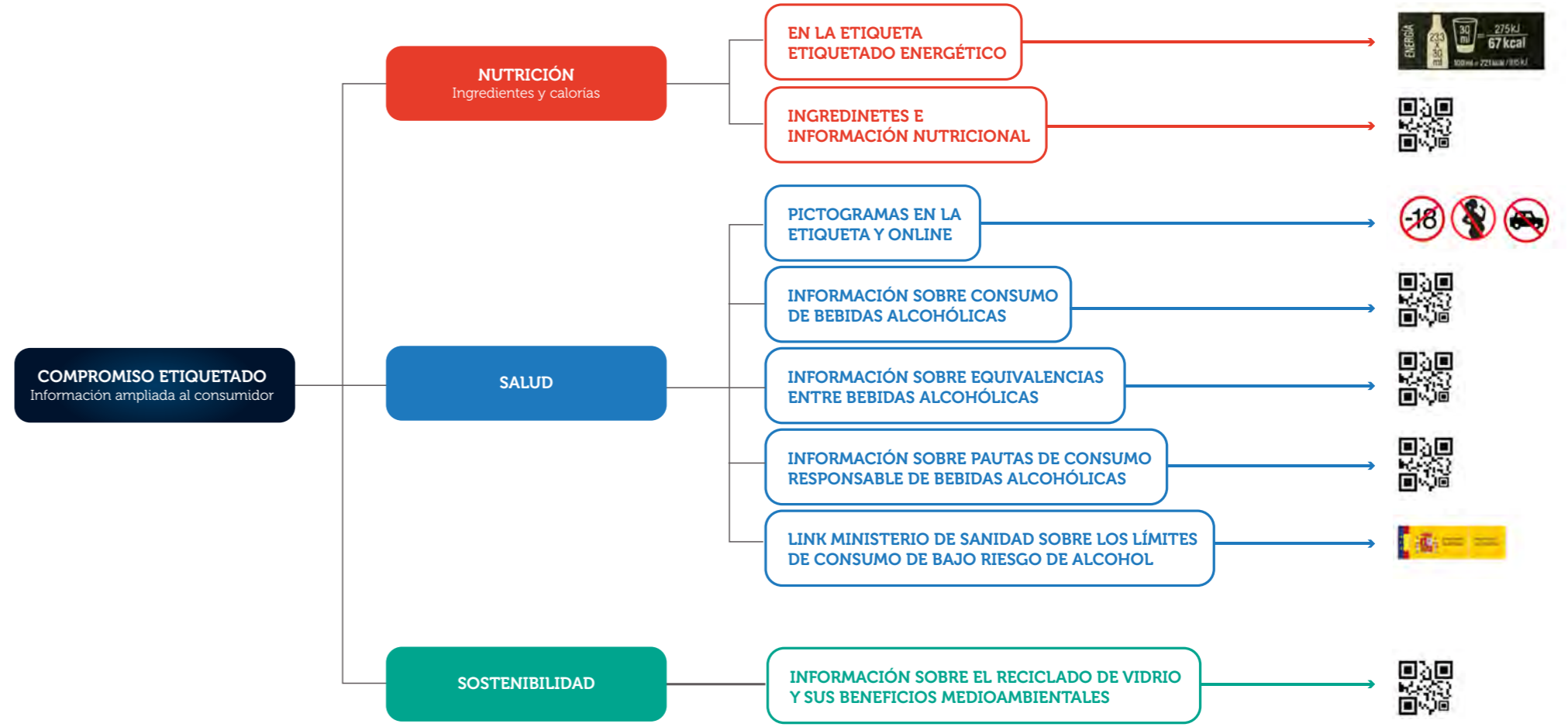
**25** AÑOS  
ESPIRITUOSOS  
ESPAÑA

# Espirituosos España refuerza su compromiso de información al consumidor

El sector de las bebidas espirituosas ha alcanzado durante 2023 un compromiso que va más allá de las obligaciones legales y pone a disposición del consumidor toda la información sobre listado de ingredientes y valor energético del producto en beneficio de los consumidores.

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.



# Requisitos de etiquetado y comercialización de las bebidas espirituosas

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.

### Idioma en el etiquetado

Las indicaciones obligatorias del etiquetado de los productos alimenticios que se comercialicen en España se expresarán, al menos, en la lengua española oficial del Estado.

En el caso de las bebidas espirituosas, estas menciones obligatorias son la denominación de venta, el grado alcohólico, la cantidad neta y la empresa comercializadora responsable de la bebida.

### Prohibición del Trasvase o Rellenado

Las bebidas espirituosas se presentarán y comercializarán siempre debidamente envasadas y etiquetadas, quedando expresamente prohibido el trasvase o rellenado en los establecimientos de venta, mayoristas, detallistas, cafeterías, bares, tabernas, restaurantes u otros establecimientos de consumo colectivo.

En los establecimientos de distribución, las etiquetas y precintas permanecerán adheridas a los envases y se dispondrá de los documentos legales que justifiquen las existencias de aquellos productos.

### Información Obligatoria en el etiquetado de las bebidas espirituosas

**NO es obligatorio en el etiquetado de las bebidas espirituosas**

- Listado de Ingredientes
- Información Nutricional
- Fecha de Caducidad

**MISMO CAMPO VISUAL:**  
Graduación alcohólica  
Denominación de venta  
Cantidad neta

### Tamaño del Envase

La comercialización de bebidas espirituosas por debajo de los 100 ml y por encima de los 2.000 ml puede realizarse en el tamaño que se desee, sin embargo, en el intervalo de los 100 ml a los 2.000 ml, sólo está permitido en los siguientes envases:

- 100 ml
- 200 ml
- 350 ml
- 500 ml
- 700 ml
- 1.000 ml
- 1.500 ml
- 1.750 ml
- 2.000 ml

### Precintas

Las bebidas espirituosas destinadas a su consumo en España deberán comercializarse en envases provistos de una precinta que se adherirá sobre sus tapones o cierres, en forma que no puedan ser abiertos sin romperla.

**No llevarán precinta:**

- Los envases ≤ a 0,5l y con graduación ≤ a 6%vol.
- Los envases ≤ a 0,1l cualquiera que sea su graduación

EN BARES Y RESTAURANTES

# UN LICOR AUTÉNTICAMENTE AUTÉNTICO...

**... DEBE IR SIEMPRE CORRECTAMENTE ENVASADO Y ETIQUETADO**

Los licores siempre en su botella original.

## Bebidas Espirituosas, siempre con etiqueta

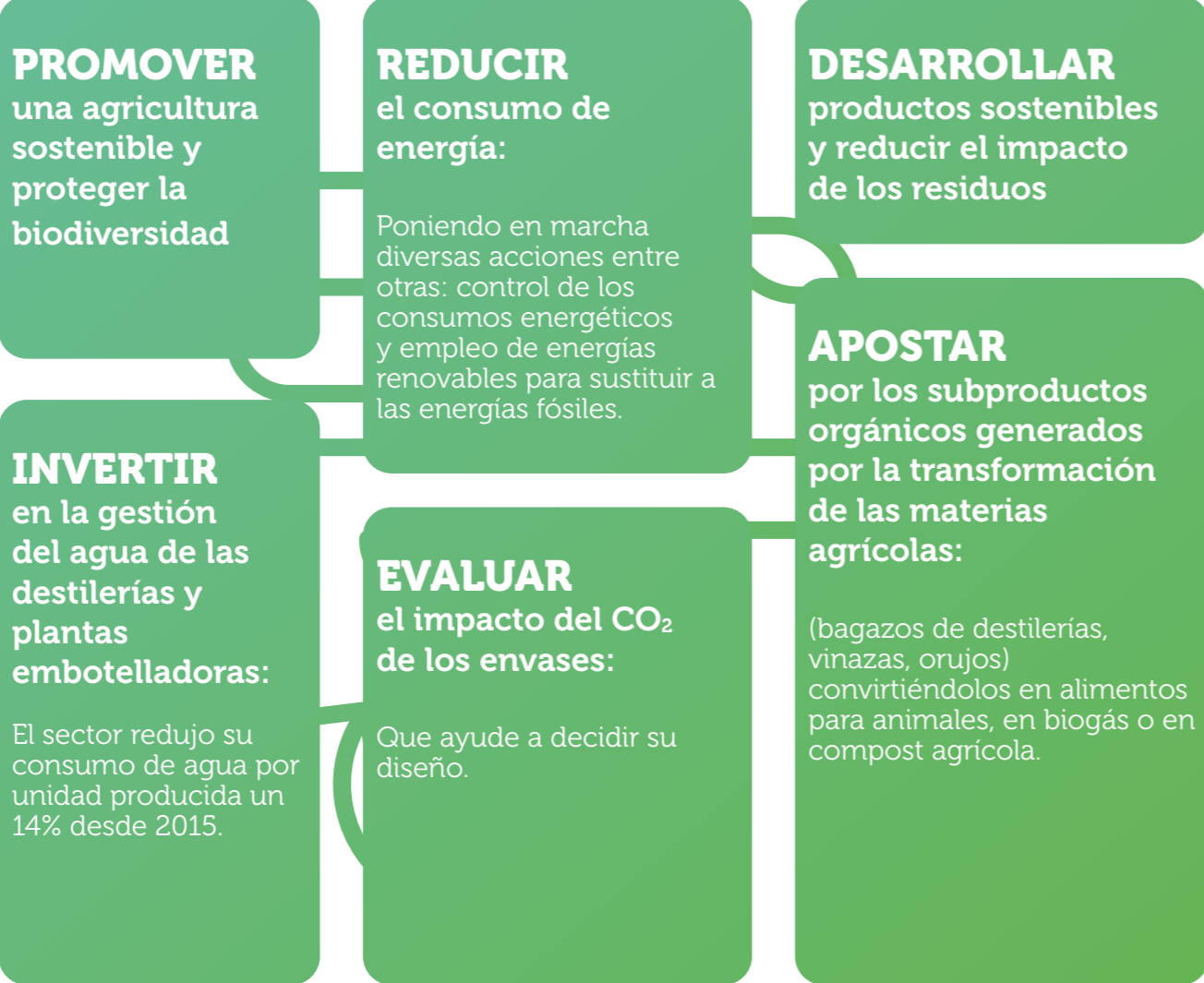
# Sostenibilidad y responsabilidad medio ambiental

**25** AÑOS  
ESPIRITUOSOS  
ESPAÑA

### Sostenibilidad y responsabilidad medio ambiental



Estrategia de sostenibilidad



## Guía ecodiseño para sector de las bebidas espirituosas

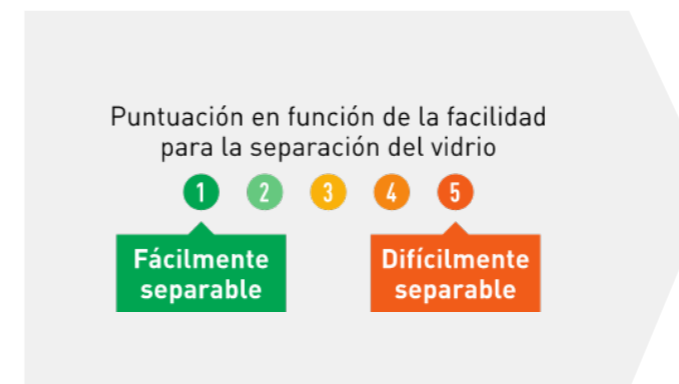
En diciembre de 2022, se aprobó el Real Decreto 1055/2022 de envases y residuos de envases, que incorpora al ordenamiento jurídico interno la Directiva 2018/852 relativa a los envases y residuos de envases. En el texto se recogen numerosos aspectos que ponen de relieve la importancia creciente del ecodiseño de los envases.

Con el objetivo de impulsar la circularidad en el sector del envasado, los productores de bebidas espirituosas podrán ser bonificados si el diseño de los envases que ponen en el mercado facilita su posterior proceso de selección y reciclado, y si incorporan materias primas secundarias en su fabricación.

Teniendo en cuenta todo ello, desde Espirituosos España se ha elaborado la Guía de Ecodiseño del Sector de las Bebidas Espirituosas que se centra en las posibles mejoras a implementar para la optimización del ecodiseño de sus envases a lo largo de toda la cadena de valor, abarcando el envasado primario, secundario y terciario. De esta forma, las empresas estarán más preparadas para adecuar su actividad a las nuevas medidas de ecomodulación.



## Resumen de los impactos asociados a la producción y el reciclado de las distintas tipologías de envases considerados en la guía





## 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

■ En **2023** 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 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 más 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



**25** AÑOS  
ESPIRITUOSOS  
ESPAÑA

# Comunicación

Espirituosos España mantiene con periodistas y medios de comunicación una fluida comunicación, informando puntualmente acerca de cualquier tema relevante para el sector, desde aspectos socioeconómicos a acciones de responsabilidad social. Así también mantenemos al día a nuestros seguidores en las redes sociales sobre aquellos temas que resulten relevantes para los productores de bebidas espirituosas.

La comunicación de la Federación abarca por tanto el ámbito interno como el externo (asociados y colaboradores). Nuestro posicionamiento en temas de relevancia para el sector ha sido recogido en numerosas entrevistas, artículos de opinión y en otras informaciones tanto en los medios de comunicación como en las redes sociales. En 2023 cabe destacar sobre todo la cobertura de nuestro Informe Socioeconómico y de las diferentes acciones de responsabilidad social de la Federación, nuestro compromiso de etiquetado y la actualización del código de autorregulación publicitaria.



MADRID, 12 (EUROPA PRESS). La Cámara de Comercio y Espirituosos España han firmado un acuerdo de colaboración con el objetivo de impulsar de forma conjunta la competitividad, la internacionalización, la digitalización y el posicionamiento del sector de bebidas espirituosas, según informan en un comunicado.

## Espirituosos España: Compromiso, Comunicación y Responsabilidad Social en el Sector de Bebidas Espirituosas



## Iniciativas de prevención

### 25 años apostando firmemente por un consumo responsable

Hace ahora 25 años los productores y distribuidores de bebidas espirituosas se unieron para juntos iniciar un camino marcado por la responsabilidad como sector no solo en el momento de elaboración de sus productos, sino también a la hora de comercializarlos y publicitarlos.

Fue el comienzo de una apuesta por la autorregulación publicitaria y por el compromiso con el consumidor, materializado en programas y acciones que han contribuido activamente en la construcción de una sociedad más responsable en su relación con las bebidas alcohólicas.

Muchas cosas han cambiado desde entonces, la siniestralidad al volante vinculada al consumo de alcohol se ha reducido en un 82%, la figura del conductor alternativo es una realidad que los jóvenes ponen en práctica cada fin de semana, la tolerancia al binomio alcohol y conducción se ha reducido notablemente, hemos pasado del “yo controlo” al consumo responsable, porque a la hora de coger el coche, el único consumo responsable es el consumo cero. Nuevas alternativas han llegado al consumidor, la innovación unida a la responsabilidad, aportando opciones responsables para esos momentos en los que no se debe consumir alcohol.

El mundo se ha digitalizado, vivimos en la red, las redes sociales son nuestro punto de encuentro más visitado a diario, y a esos nuevos “lugares de ocio” también hemos llevado la responsabilidad en el consumo, apostando por unas comunicaciones responsables, dirigidas a adultos y fomentando la moderación como única premisa válida a la hora de disfrutar de nuestros productos.

**Un cuarto de siglo de compromiso y responsabilidad: el impacto positivo de la unión en el sector de bebidas espirituosas.**

La edad de inicio en el consumo ha aumentado a la vez que se ha reducido la prevalencia de consumos abusivos en menores. Poco a poco, juntos, vamos ganando la batalla al consumo de atracón, a esos modelos anglosajones que hasta su denominación nos suena extranjera, ese *binge drinking*, que queremos erradicar en favor de un consumo mediterráneo, moderado y sensato, más propio de nuestros patrones de consumo y de nuestra sociedad.

La noche se ha reducido en favor de un tardeo que triunfa. El sol, la calle, las terrazas algo tan nuestro y que hemos visto evolucionar positivamente en estos 25 años.

Y siempre unidos, de la mano de hostelería y distribución, fieles aliados en la puesta a disposición del consumidor nuestros productos, porque desde Espirituosos España somos elaboradores, con mimo y cuidada atención producimos bebidas para ser disfrutadas, pero no servimos ni vendemos una sola copa. Y por eso, la importancia de contar con compañeros de camino tan comprometidos en el servicio responsable.

La sociedad también ha cambiado en estos 25 años en este sentido, el *delivery* ha crecido considerablemente y también ahí nos hemos adaptado, ofreciendo un servicio de calidad y evitando el acceso de los menores de edad a las bebidas alcohólicas.

## 25 AÑOS DE ESPÍRITU RESPONSABLE

ESPÍRITU RESPONSABLE ES LLEVAR 25 AÑOS DE LA MANO DE MARCAS Y PRODUCTORES

FOMENTANDO UN OCIO DE CALIDAD Y UN CONSUMO RESPONSABLE

DISFRUTA DE UN CONSUMO RESPONSABLE

Compartir sólo con mayores de 18 años.

ESPIRITUOSOS  
ESPAÑA

**De ‘Yo controlo’ a ‘Consumo Cero’:  
25 años de transformación hacia una sociedad más responsable con las bebidas alcohólicas.**

## Menores, conductores y embarazadas... cuando el único consumo responsable es el CERO

### Menores, ni una gota

25 años concienciando a los adultos en la tolerancia cero ante el consumo de bebidas alcohólicas por menores. Una sociedad que paso a paso ha dejado atrás la permisividad ante el acceso de los menores al alcohol, porque no podemos olvidar que cuando un menor consume bebidas alcohólicas es porque un adulto se lo vende, se lo ofrece o se lo permite. Y ahí es donde incide nuestra iniciativa "Menores ni una Gota" con diferentes acciones, en función de los públicos a los que se dirigen, menores, familias y educadores, hosteleros, farmacéuticos, pero siempre desde la base de la colaboración y la implicación de todos en la concienciación de que a los menores ni una gota de alcohol.



### Cuanto antes, mejor. Prevención desde los 12 años

La Fundación Alcohol y Sociedad (FAS) lleva desde el año 2000 impartiendo una completa oferta educativa denominada "Menores ni una Gota" en centros escolares. Así, FAS actúa en escolares desde los 12 hasta los 18 años, con el firme objetivo de 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.

2023 se ha caracterizado por la presencialidad en las aulas. Aunque desde la fundación se oferta la posibilidad formaciones telemáticas, el grueso de las intervenciones de la Fundación Alcohol y Sociedad ha sido presencial. Sin duda el contacto personal de los monitores es uno de los éxitos de este programa que ha demostrado su eficacia, con unos excelentes resultados.

Se demuestra el hecho de que el **97%** de los centros repita año tras año las formaciones y valore con **un 4,9 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 2022/2023 se ha formado a 75.686 alumnos de Madrid, Cataluña, Andalucía, Extremadura, Cantabria y Galicia en prevención de consumo de alcohol en menores de edad, llegando a un total de 2.762.137 alumnos desde el curso 2001/2002

**2.762.137**  
estudiantes, de entre  
12 y 18 años, han  
participado en  
este programa.

**40.000**  
familias

**El 97%**  
de los centros  
escolares repiten  
y lo solicitan  
cada año.

Valorando el  
programa, materiales  
y a los formadores  
con una nota de **4,9**  
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



## Familias en el centro de la prevención

La campaña impulsada en colaboración con el Ministerio de Sanidad "Menores ni una Gota" cumple diez años y lo hace con unos excelentes datos en lo que respecta a las formaciones para padres. Partiendo del papel primordial que las familias tienen en la educación de los menores, una de las principales iniciativas de esta campaña son los encuentros de familias en los que se trata de dotar a padres, madres y educadores de 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 están apoyadas por la guía gratuita "Más de 100 razones para que un menor no beba alcohol", elaborada por la psicóloga Rocío Ramos-Paúl, que contiene 101 argumentos para que padres, madres y educadores puedan abordar, desde una perspectiva educativa y preventiva, la problemática del consumo de alcohol en menores de entre 12 y 18 años. Esta guía puede descargarse de forma gratuita en [www.menoresniunagota.es](http://www.menoresniunagota.es)

En el 2023 hemos realizado nueve encuentros con familias en San Martín de la Vega, Andújar, Pamplona, Huelva, Cuenca, Arganda del Rey, Ávila y un encuentro especial on line en colaboración con MAKRO para todos sus empleados que ha sido un éxito de participación con más de 800 asistentes. En total la participación en 2023 ha sido de 1.435 familias lo que hace un acumulado de **12.000 familias** en más de 60 encuentros que hemos desarrollado desde 2013.

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 millones de personas.

En el año 2023 se sumaron a esta Red el Ayuntamiento de Alicante, el Ayuntamiento de Pamplona, la Diputación de Cádiz y renovó su adhesión el Ayuntamiento de Boadilla, el Ayuntamiento de Jerez y el Ayuntamiento de Tarancón.

**Una década de impacto:**  
**'Menores ni una Gota'** celebra 10 años formando a padres y expandiendo su red de prevención contra el consumo de alcohol en menores.



Ayuntamiento de Tarancón



Ayuntamineto de Alicante



Ayuntamiento de Jerez



Diputación de Cádiz

### Al volante, el conductor alternativo

Desde el año 2000, Espirituosos España trata de concienciar a la población general, especialmente a los jóvenes (entre 18 y 30 años), de la incompatibilidad de combinar alcohol y conducción.

El principal objetivo de "Los Noc-Turnos" es contribuir a reducir, hasta poder eliminar, la incidencia del alcohol en los accidentes de tráfico. Con este fin, se promueve la opción más segura para aquellos grupos de amigos que en momentos de ocio se desplazan en coche: el conductor alternativo. Esta iniciativa tiene el apoyo del Congreso de los Diputados y de instituciones como la Dirección General de Tráfico (DGT) o Unijepol (Unión Nacional de Jefes y Directivos de Policía Local). El programa ha recibido numerosos premios: Premio Reina Sofía, Premio Ondas y Premio a la Eficacia Publicitaria, entre otros.

En 2023 se realizaron 17 acciones de "Los Noc-Turnos" en diferentes ciudades de Andalucía, Cataluña, Aragón, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Extremadura y Madrid. En estas acciones se premiaron a más de 500 conductores que demostraron llevar la tasa más segura al volante, la cero.

**En total, desde el año 2001, Espirituosos España ha alcanzado a 15.700 conductores de forma directa con sus acciones.**



### Renovación compromiso matronas

Tras la reciente renovación del convenio de colaboración con la Asociación Española de Matronas que está en vigor desde 2019, el pasado año se lanzó una nueva campaña que consta de una guía y carteles informativos que se distribuirán en las consultas de matronas de 1.000 centros de salud a nivel nacional. El objetivo es fomentar el consumo cero de bebidas alcohólicas en mujeres embarazadas y madres en periodo de lactancia.

Aunque en España los datos sobre incidencia del Síndrome Alcohólico Fetal son mínimos, desde el sector seguimos apostando firmemente en facilitar toda la información necesaria a las mujeres embarazadas para que esta tendencia positiva se mantenga en nuestro país,

Aumentar la concienciación de las mujeres embarazadas y en periodo de lactancia sobre la incompatibilidad del consumo de alcohol en esta etapa de su vida es el objetivo de los carteles informativos que bajo el claim es "Si estás embarazada, sal de cuentas con un cero en alcohol", disponen de un código QR que permitirá a las usuarias descargarse una completa guía informativa con un decálogo de consejos saludables y respuestas concretas a las preguntas más frecuentes con respecto al consumo de alcohol y otras bebidas por parte de las mujeres embarazadas y lactantes.

### 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

## Apostamos por el CONSUMO RESPONSABLE en adultos

### Formando al sector hostelero

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.

“Tú Sirves, Tú Decides” es un programa destinado a 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 50 escuelas de hostelería.

En 2023 se realizaron 23 acciones de formación del programa “Tú Sirves, Tú Decides” en Madrid, Andalucía, Castilla y León, Castilla-La Mancha y Galicia, en las que participaron 671 profesionales.



### Formaciones a la comunidad universitaria

Jóvenes universitarios y alcohol, una combinación que en estos 25 años ha dado para numerosos titulares de prensa. Pero las fiestas de la primavera, de fin de exámenes y los botellones en los campus también se han ido diluyendo. Las nuevas generaciones realizan un ocio más responsable en la que poco a poco el consumo de alcohol abusivo no tiene cabida.

Espirituosos España organiza formaciones sobre consumo responsable de bebidas alcohólicas dirigidas a estudiantes universitarios, especialmente de ciencias sociales, para que sean los propios estudiantes formados los nuevos prescriptores, trasladando los diferentes mensajes de consumo responsable a sus compañeros y compañeras.

Esta iniciativa de Espirituosos España cuenta con el apoyo la Universidad Complutense, la Universidad de Huelva, la Universidad Rey Juan Carlos, la Universidad de Granada, la Universidad de Cuenca, la Universidad de Extremadura y la Universidad del País Vasco.

Además, esta iniciativa se completa con un concurso para estudiantes universitarios que se celebra anualmente y que premia la mejor creatividad publicitaria propuesta para promover el consumo responsable de bebidas alcohólicas.

Este año, un grupo formado por tres estudiantes del primer año del Doble Grado de Publicidad y Relaciones Públicas y ADE, ha sido el responsable de la creatividad y diseño de la campaña gráfica que ha resultado ganadora del certamen.

La campaña gráfica “Con cabeza” está realizada con ilustraciones propias e interpela directamente al espectador a través del hashtag #disfrutadeunconsumoresponsable. Una campaña directa y divertida que destaca sobre todo por su sencillez y su conexión con el público joven.

Para elegir a la campaña ganadora en esta ocasión se ha contado con un jurado de altura compuesto por un comité de profesores de la Facultad de Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos; un Comité formado por miembros de Espirituosos España (el director de Espirituosos España, Bosco Torremocha, y la Secretaria de Espirituosos España, María Méndez); el director de la Asociación de Agencias de Medios, Leo Farache; la directora adjunta de la Asesoría Jurídica de Autocontrol de la Publicidad, Leticia Ruiz de Ojeda; y los periodistas Esther Esteban y Carmelo Encinas, que han tenido que elegir al ganador entre los nueve trabajos que han llegado hasta la final.



La campaña ganadora, como en años anteriores, se expondrá en los soportes digitales de la Universidad y en redes sociales, especialmente en Instagram.



## 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. Nuevas formas de consumo, nuevas maneras de llegar al consumidor y contarle quienes somos y lo que ofrecemos.

La fina línea entre una recomendación y una promoción ha hecho eclosionar un mundo de personajes de relevancia e influencia, 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.

Un sistema de Autorregulación que ha demostrado el compromiso del sector con una publicidad responsable y un código ético que fue pionero en el sector de alimentación y bebidas en su momento y, con el paso de los años, ha sabido adaptar su articulado a los cambios sociales.

En esta ocasión, Espirituosos España ha adaptado el articulado de su Código de Autorregulación a 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.

También se ha regulado la prescripción 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. En las plataformas en las que los mecanismos de verificación de edad no estén disponibles, solo se podrá colaborar con influencers que tengan al menos 25 años y se dirijan principalmente a audiencias mayores de edad (70% mayores de 18 años).

Los influencers elegidos para promocionar bebidas espirituosas no deberán de tener ninguna relación con el consumo abusivo o indebido de bebidas alcohólicas, ni tendrán ninguna reputación asociada a consumos irresponsables.



