vinetur

La DO Almansa elevó un 15,86% sus ventas en España durante 2025

El mercado nacional ya representa el 29,17% de su comercialización total mientras el exterior supera el 70% del volumen

miércoles 8 de julio de 2026



La Denominación de Origen Almansa cerró 2025 con un avance en el mercado español, donde incrementó un 15,86% su comercialización respecto a la campaña anterior. La entidad también sitúa en el 4,16% el aumento del valor económico generado en el mercado interior, una evolución que, a su juicio, consolida la presencia de sus vinos en España.

La DO Almansa sostiene además que el valor económico total de su comercialización se mantuvo prácticamente en línea con el de la campaña anterior, pese al descenso registrado en los mercados exteriores. La denominación vincula ese comportamiento a la estabilidad de sus vinos en un escenario internacional más difícil.

Por tipos de vino, los tintos siguieron siendo la categoría con mayor peso por volumen dentro de la denominación y crecieron un 12,73% en el mercado nacional. Los blancos aumentaron un 32,43% y los rosados registraron el mayor avance relativo, con una subida del 52,97%, aunque con un volumen menor dentro del conjunto comercializado.

La campaña de 2025 también dejó un cambio en el reparto de ventas entre España y el exterior. El mercado nacional elevó su peso hasta el 29,17% de la comercialización total, frente al 24,16% de la campaña anterior. Ese aumento de cinco puntos refleja, según la DO Almansa, el trabajo de sus once bodegas para acercar sus vinos al consumidor español y reforzar su identidad en el mercado interno.

La producción también avanzó con fuerza. La denominación alcanzó 35.188 hl de vino obtenido, frente a los 24.947 hl de la campaña anterior. El incremento supera los 10.000 hl y equivale a un 41,05%, de acuerdo con los datos facilitados por la propia DO Almansa.

En el exterior, la campaña de 2025 registró un descenso respecto al ejercicio previo. Aun así, el mercado internacional siguió concentrando la mayor parte de la comercialización total, con más del 70% del volumen vendido fuera de España. En concreto, durante 2025 se comercializaron 21.793,36 hl en mercados exteriores.

La denominación señala que el retroceso de las exportaciones debe leerse en un escenario marcado por la incertidumbre en algunos destinos, cambios en el consumo y dificultades comerciales que han afectado a distintas zonas productoras. Pese a ello, afirma que el valor económico de la comercialización exterior se mantuvo en niveles similares a los de la campaña anterior.

Entre los principales destinos internacionales de los vinos de la DO Almansa figuran Canadá, Finlandia, Alemania, Suecia, Países Bajos, Estados Unidos, Hong Kong y Japón. Por áreas geográficas, Europa concentró el 54,61% del volumen comercializado en el

exterior, seguida de América, con el 32,74%, y Asia, con el 12,45%.

La DO Almansa también identifica varios mercados con evolución al alza durante la campaña, entre ellos Suecia, Finlandia, Hong Kong, Estados Unidos y México, donde aumentó el volumen comercializado respecto al año anterior.

Con estos datos, la denominación defiende que 2025 refuerza tanto su implantación en España como su presencia fuera del país. La entidad asegura que seguirá trabajando con sus bodegas para impulsar la calidad, la identidad y la promoción de sus vinos dentro y fuera del mercado español.