vinetur

Freixenet renombra su negocio en España para operar como Freixenet Iberia

La nueva identidad llega también con el rediseño de Henkell Freixenet y el lema Making life sparkle

miércoles 26 de agosto de 2026



La unidad de negocio de Freixenet responsable del mercado español ha pasado a llamarse Freixenet Iberia. La empresa ha informado este martes, 25 de agosto, desde Sant Sadurní d'Anoia, de que la modificación afecta solo a la entidad corporativa en España y no altera la identidad ni el posicionamiento de Freixenet como marca comercial dirigida al consumidor.

Con la nueva denominación, la compañía busca vincular de forma más explícita su actividad en España con el mercado ibérico. Freixenet explica que el cambio rinde homenaje a sus orígenes y refleja tanto sus raíces en el Penedès como el papel que desempeña en el conjunto de la península ibérica.

La firma añade que esta decisión pretende facilitar una alineación empresarial más estrecha en Iberia y aportar más valor a clientes y socios de la región. Esa reorganización se mantiene dentro de la estructura de Henkell Freixenet, grupo al que pertenece la sociedad y que la propia empresa presenta como la principal compañía mundial de vinos espumosos.

Junto al cambio de nombre, Freixenet Iberia presenta en España el nuevo diseño corporativo de Henkell Freixenet, una imagen que ya se está implantando de forma progresiva en otros mercados internacionales del grupo. La compañía señala que el rediseño quiere reflejar una evolución apoyada en su legado, en la pasión por el producto y en la experiencia acumulada durante generaciones, sin perder sus raíces locales.



El elemento central de esa nueva identidad visual es la X, utilizada por Henkell Freixenet desde 2018. En esta versión aparece rodeada de líneas curvas que, en la interpretación de la empresa, remiten al sol mediterráneo, a las colinas de los viñedos y al ADN propio de la compañía.

La identidad corporativa se completa con el lema "Making life sparkle". Freixenet explica que esa frase resume una misión compartida: crear momentos para el consumidor a través de marcas consolidadas y una cartera de productos con y sin alcohol. En el caso de Freixenet Iberia, la empresa vincula ese mensaje con sus raíces en España y con su papel dentro del mercado ibérico, sin separarlo de la proyección internacional de la marca Freixenet.

Según informa la compañía, Freixenet Iberia cuenta con más de 150 años de experiencia y forma parte de Henkell Freixenet. Dentro de ese grupo conviven marcas de cava, prosecco, sekt, champagne y crémant, además de vinos tranquilos y espirituosos.

En la cartera de Freixenet Iberia figuran marcas como Freixenet, Segura Viudas, Mionetto, Alfred Gratien, Mangaroca Batida, Monólogo, I Heart y Wodka Gorbatschow. La empresa sostiene que ese portafolio responde a estándares altos de calidad e innovación en las distintas categorías en las que opera.

Freixenet Iberia añade que su equipo trabaja con criterios de calidad y rigor y que su intención es seguir introduciendo innovaciones y productos elaborados de forma responsable en sus diferentes líneas de negocio. El cambio de denominación y de imagen sitúa así a la filial española bajo una identidad que la compañía considera más ajustada a su implantación en Iberia y a su vínculo histórico con el Penedès.