vinetur

Raventós Codorníu bate su récord de ventas con 234 millones de euros

El EBITDA creció un 5% hasta 46 millones, su sexta mejora anual consecutiva

martes 22 de septiembre de 2026



Raventós Codorníu presentó este martes, 22 de septiembre, en Barcelona sus resultados del ejercicio comprendido entre julio de 2025 y junio de 2026, con nuevas marcas máximas en ventas y rentabilidad, según informó la propia empresa. El grupo

registró unas ventas brutas de 234 millones de euros y una facturación neta de 197 millones, ambas un 1% por encima del ejercicio anterior a tipo de cambio constante. El beneficio operativo, medido por el EBITDA, subió hasta 46 millones de euros, un 5% más.

La compañía prevé además cerrar el ejercicio con un beneficio neto de 14 millones de euros, un 17% superior al del año anterior. Si esa previsión se confirma, sería la mayor ganancia neta de su historia. Frente a 2019-2020, el EBITDA acumula una mejora del 130% en seis años y más que duplica el nivel de entonces. La comparación con el periodo previo a la pandemia también recoge un avance amplio: las ventas aumentan más de un 20%, el EBITDA un 77% y el beneficio neto pasa de unas pérdidas de 11 millones de euros en 2018-2019 a unas ganancias de 14 millones.

El margen de EBITDA sobre ventas alcanzó el 23%, frente al 22% del ejercicio anterior. Con esta evolución, Raventós Codorníu encadena seis ejercicios con mejora de ventas y rentabilidad. Sergio Fuster, consejero delegado del grupo, atribuyó estos resultados a una estrategia de premiumización, disciplina financiera y sostenibilidad, en un mercado marcado por la volatilidad y por unos costes elevados. Para el próximo ejercicio, la empresa fija como objetivo un EBITDA de entre 48 y 50 millones de euros.

Raventós Codorníu comercializa más de 55 millones de botellas al año en más de 63 países. Su cartera se reparte entre un 59% de cava, un 39% de vino y un 2% de bebidas sin alcohol o de baja graduación. Por origen de las ventas, el 57% procede del mercado español, el 41% del internacional y el 2% del canal digital.

En España, las ventas se mantuvieron estables tanto en hostelería como en alimentación y supermercados. La empresa afirma que conserva la primera posición del mercado español del cava en valor y volumen, con una cuota del 29,5%, de acuerdo con Nielsen 2026.

Fuera de España, el negocio avanzó ligeramente respecto al ejercicio anterior. La subida más intensa se produjo en Brasil, con un 207% más de ventas. También mejoraron Bélgica, con un 10%; Holanda, con un 8%; Suecia, con un 4%; México, con un 1%; y Latinoamérica, con un 15%. La compañía señala además que gana cuota en el cava por quinto año consecutivo y que su participación en el mercado mundial alcanzó

el 15,77%, según IWSR.

El canal digital creció un 7%. El área de enoturismo aumentó sus ventas un 4% y registró más de 139.000 visitantes, la cifra más alta de su historia, de acuerdo con los datos facilitados por la empresa.

La apuesta por referencias de mayor valor también se reflejó en el precio medio. El valor por botella subió un 2% respecto al ejercicio anterior y acumula un alza del 10% en los últimos cinco años. Dentro de esa línea, la colección Codorníu Ars Collecta incrementó un 25% sus ventas en restauración.

Raventós Codorníu recuerda que desde 2022 es el mayor elaborador de cava ecológico del mundo, con 16 millones de botellas al año, equivalentes al 43% del mercado mundial. La empresa añade que toda la marca Codorníu es ecológica desde 2023.

En el área ambiental, el grupo, certificado como B Corp desde marzo de 2025, asegura que el 100% de la energía que consume procede de fuentes renovables y que el 16% ya se autoproduce mediante biomasa y energía fotovoltaica. A ello suma una inversión anual de 14 millones de euros en personas, marcas, innovación y sostenibilidad, con una plantilla de más de 600 profesionales.

La compañía señaló también que ha reforzado sus iniciativas de agricultura regenerativa, preservación de la biodiversidad, adaptación al cambio climático y apoyo a viticultores, con el objetivo de asegurar la viabilidad de la actividad a largo plazo en las zonas donde opera.