vinetur

Campari confía en sostener la demanda pese a la inflación y la guerra en Oriente Próximo

La caída del travel retail y el alza del transporte presionan sus costes, pero el grupo ve sus marcas bien posicionadas

lunes 11 de mayo de 2026



Campari confía en que sus precios ayuden a sostener la demanda de espirituosos pese al efecto de la inflación ligada a la crisis en Oriente Próximo, según explicó su consejero delegado, Simon Hunt, en una entrevista con Reuters tras la publicación de los

resultados del primer trimestre.

La compañía italiana informó el miércoles de un aumento del 2,9% en los ingresos orgánicos trimestrales, una cifra inferior a lo previsto por el mercado. Hunt atribuyó esa diferencia al ajuste de inventarios en Estados Unidos y, en Europa, a unas negociaciones todavía abiertas con los distribuidores, que redujeron la actividad promocional en tienda.

El directivo señaló que espera una mayor presión sobre el gasto del consumidor por la inflación derivada de la guerra entre Irán e Israel, iniciada a finales de febrero. Aun así, afirmó que la cartera de marcas del grupo está bien situada para seguir siendo percibida como una opción de buena relación calidad-precio.

La crisis en Oriente Próximo también afectó al negocio de travel retail de Campari, que registró una caída del 13,5% a nivel mundial. La empresa no desglosa el volumen exacto de ventas en este canal.

Hunt añadió que el principal aumento de costes que observa ahora procede del transporte, por el encarecimiento de la gasolina y el gasóleo. También indicó que los contratos sobre vidrio son en su mayoría de largo plazo y que las bandas pactadas con los proveedores no deberían romperse, salvo que una guerra prolongada altere ese escenario.

Sobre la decisión del presidente de Estados Unidos, Donald Trump, de retirar los aranceles al whisky británico anunciada la semana pasada, Hunt dijo que no prevé un impacto material para Campari, porque el whisky del Reino Unido representa una parte pequeña del negocio del grupo.