vinetur

Marie Brizard gana menos lastrada por la debilidad del mercado de espirituosos

El EBITDA cae a 4,9 millones tras el aumento de accisas y el impacto exterior de la guerra de Ucrania

jueves 24 de septiembre de 2026



Marie Brizard Wine & Spirits comunicó este jueves, 24 de septiembre, a través de GlobeNewswire, que cerró el primer semestre de 2026 con un EBITDA de 4,9 millones de euros, 0,9 millones menos que un año antes, y con un beneficio neto atribuido de 2,1 millones, frente a los 2,6 millones del mismo periodo de 2025. La empresa vincula este descenso a la debilidad del mercado de espirituosos, a la subida de las accisas en algunos países y al efecto de la guerra de Ucrania sobre sus ventas de exportación y su cadena logística.

Las ventas netas, descontadas las accisas, quedaron en 84,0 millones de euros, un 4,4% menos a perímetro y tipos de cambio constantes y un 3,0% menos en datos publicados. El margen bruto bajó de 33,7 a 32,6 millones, aunque la tasa de margen bruto apenas varió y pasó del 38,9% al 38,8%. El resultado operativo corriente se redujo de 3,0 a 1,8 millones y el beneficio por acción se mantuvo en 0,02 euros.

Si se toma la facturación antes de impuestos especiales, el grupo ingresó 106,1 millones de euros, casi en línea con los 106,4 millones del primer semestre de 2025. La diferencia entre ambas magnitudes responde a que las accisas subieron hasta 22,1 millones, desde 19,8 millones.

Francia fue el único gran mercado con avance en el semestre. Las ventas de esa área alcanzaron 35,6 millones de euros, un 1,2% más. La mejora fue más clara en el segundo trimestre, con 18,6 millones y un alza del 6%, apoyada en la recuperación gradual de William Peel en la distribución alimentaria y en cambios estructurales ligados al lanzamiento de nuevos productos de Marie Brizard y Sobieski.

En hostelería, la facturación del semestre en Francia aumentó un 10,1% y en el segundo trimestre lo hizo un 16%, impulsada por Marie Brizard y por el desarrollo de nuevas marcas de agencia. La firma añade que un contrato de servicios industriales para coñac firmado a finales de 2025 también aportó crecimiento.

El negocio internacional facturó 48,4 millones de euros, con una caída del 8,3% a perímetro y divisa constantes y del 5,8% en cifras publicadas. En el segundo trimestre el retroceso se moderó: las ventas bajaron un 3,1%, hasta 26,7 millones, y casi quedaron estables en términos publicados, con un descenso del 0,3%.

MBWS atribuye esta mejora parcial al retorno a plena capacidad de los servicios industriales en España tras las paradas técnicas del primer trimestre, a un calendario de pedidos más favorable para Gautier en Martinica y Guadalupe y a un alivio temporal en Estados Unidos por la reducción gradual de existencias de su importador. En paralelo, Marie Brizard y Gautier vendieron mejor en ese mercado y avanzó la integración de un distribuidor en Dinamarca.

La compañía también recoge varios focos de presión en el exterior. Cayeron las ventas de Sobieski en Reino Unido y de William Peel en la región Belux. En Lituania, el consumo siguió a la baja por las subidas continuas de las accisas, mientras que el negocio exportador hacia Ucrania acusó tanto el impacto directo de la guerra como sus efectos indirectos sobre toda la cadena de distribución y las infraestructuras. A eso se sumó la menor actividad de la filial búlgara de servicios industriales, por un fuerte recorte de pedidos de un cliente con dificultades.

Por áreas, el EBITDA de Francia fue de 3,7 millones, muy cerca del dato de un año antes. El internacional bajó de 4,7 a 3,4 millones, y la sociedad matriz mejoró en 0,4 millones por el control del gasto, hasta un EBITDA negativo de 2,1 millones. En conjunto, el EBITDA del grupo retrocedió un 14,3% a perímetro y divisa constantes y un 15,9% en cifras publicadas.

MBWS señala que el beneficio neto empeoró en 0,5 millones por la caída del resultado operativo corriente, aunque ese efecto se compensó en parte con el reconocimiento de activos fiscales diferidos y con un resultado financiero neto estable. El balance a 30 de junio muestra unos fondos propios atribuidos de 223,9 millones de euros, frente a 221,5 millones al cierre de 2025. La deuda bruta permaneció en 6,7 millones y la caja bruta subió en 1,4 millones, hasta dejar una posición de caja neta de 46,8 millones.

Las existencias y la producción en curso ascendieron a 54,4 millones de euros, 1,6 millones más que a 31 de diciembre de 2025. La empresa relaciona ese aumento con la recuperación progresiva de William Peel en la distribución francesa, que elevó de forma temporal el nivel de inventario. Las cuentas semestrales recogen además un flujo de caja operativo de 3,6 millones, frente a 0,1 millones un año antes, y unas inversiones de 2,6 millones en inmovilizado material e intangible.

Fahd Khadraoui, consejero delegado del grupo, afirmó que las cuentas del semestre no reflejan por completo los avances recientes. A su juicio, la recuperación de William Peel en el canal minorista francés ha ido más lenta de lo previsto por la complejidad de esa red y por el efecto todavía visible de las retiradas de referencias, aunque el repunte del segundo trimestre, la ampliación de la distribución desde finales de junio y la pauta estacional de ventas deberían permitir un mejor aprovechamiento en la segunda mitad del año.

El ejecutivo añadió que el grupo sigue con la mejora de sus instalaciones en Brasil para poner en marcha nuevas operaciones de servicios industriales y con la integración de Interbrands en Dinamarca. Para el segundo semestre, MBWS prevé reforzar los servicios industriales y las marcas de agencia, acelerar las innovaciones en sus marcas estratégicas internacionales y regionales y mantener la disciplina financiera.

La empresa espera que Francia conserve un tono positivo gracias a la recuperación de la distribución de William Peel, a las novedades de Marie Brizard y Sobieski y a nuevos contratos. Fuera de Francia, anticipa una caída en Europa del Este por factores externos que afectan a varias filiales y clientes, así como por las transiciones abiertas este año en Brasil y Dinamarca.

El grupo añade que sigue expuesto a las guerras de Oriente Próximo y Ucrania, que están elevando los costes de materias primas, energía y transporte marítimo y terrestre, además de alargar plazos, retrasar pedidos y reducir ventas en algunos mercados. Más allá de esta empresa, sus cifras ofrecen una referencia útil para el sector de bebidas: muestran cómo las accisas, los insumos y la inestabilidad internacional pueden presionar los precios, la logística y la demanda en la segunda mitad del año en un negocio de espirituosos con presencia en Europa y Estados Unidos.

Marie Brizard Wine & Spirits publicará las ventas de los nueve primeros meses de 2026 el próximo 29 de octubre.