vinetur

Campari Group crece en ventas y rentabilidad pese al retroceso global del consumo de alcohol

El grupo italiano aumenta un 2,4% sus ventas y mejora su margen operativo en un entorno sectorial adverso

jueves 5 de marzo de 2026



Campari Group ha presentado los resultados de su ejercicio 2025, mostrando un crecimiento en ventas y rentabilidad a pesar de las dificultades que atraviesa el sector de bebidas alcohólicas. La compañía italiana ha registrado unas ventas de 3.050 millones de euros, lo que supone un aumento orgánico del 2,4%. El beneficio operativo ajustado (Ebitda) alcanzó los 784 millones de euros, con un incremento orgánico del 7,6% y un margen del 25,7%.

La empresa ha explicado que estos resultados se han conseguido en un momento complicado para el sector, marcado por la caída del consumo, la situación económica y una mayor preocupación por la salud entre los consumidores. A pesar de ello, Campari Group ha logrado crecer de forma orgánica en 24 mercados repartidos por todas las regiones donde opera y en todas sus principales marcas. Si se excluye el impacto

negativo del huracán que afectó a Jamaica, la subida orgánica habría sido del 3%.

En cuanto a la evolución por categorías, el segmento de aperitivos —que incluye marcas como Aperol, Campari y Crodino— representa el 44% de las ventas totales y ha crecido un 2% durante 2025. Las divisiones de coñac y champán, que suponen el 10% del negocio, han aumentado un 14%, impulsadas sobre todo por el champán Lallier. Los vinos espumosos y el vermut también han mejorado sus cifras con una subida del 2%, apoyados principalmente en la marca Riccadonna.

La compañía ha señalado que la rentabilidad se ha visto favorecida por una mejora en el margen bruto y por la aplicación progresiva de un programa para contener los gastos. Esto ha permitido reforzar las inversiones en construcción de marca mediante un mayor presupuesto para publicidad y promoción, siguiendo la nueva estrategia de cartera definida por el grupo.

En términos patrimoniales, Campari Group ha conseguido una generación sólida de caja, lo que le ha permitido reducir su endeudamiento financiero más rápido de lo previsto. Esta situación ha facilitado aumentar el pago del dividendo a los accionistas sin perder flexibilidad financiera.

Simon Hunt, consejero delegado de Campari Group, ha explicado que durante 2025 la empresa ha afrontado las dificultades con resiliencia y ha conseguido una evolución positiva tanto en ventas como en rentabilidad. Hunt también ha puesto en valor el trabajo del equipo y la capacidad para ganar cuota de mercado en casi todos los países donde está presente.

De cara a 2026, la compañía espera mantener el ritmo de crecimiento orgánico en ventas y seguir mejorando su rentabilidad. Entre sus prioridades figuran centrarse en nuevos formatos para diferentes ocasiones de consumo, dar más peso a las marcas estratégicas y acelerar su expansión internacional. Además, Campari Group prevé mantener una gestión financiera prudente para garantizar estabilidad a largo plazo.