vinetur

El beneficio de Lanson-BCC cae un 32% en 2025 por el encarecimiento de la uva y la pérdida de clientes populares

El grupo francés apuesta por relanzar marcas asequibles para recuperar cuota en el mercado nacional del champagne

lunes 16 de marzo de 2026



El grupo francés de champagne Lanson-BCC ha informado de una caída del 32% en su beneficio neto durante 2025, situándose en 16,2 millones de euros. Esta bajada se debe principalmente a la reducción de los volúmenes vendidos y al aumento tanto del precio de la uva como de los costes financieros relacionados con el almacenamiento de existencias. El grupo, que agrupa ocho casas de champagne, también ha visto disminuir su facturación un 8,7%, hasta los 233 millones de euros.

Bruno Paillard, presidente ejecutivo del grupo, ha explicado que el sector atraviesa un periodo complicado. Según sus palabras, el champagne lleva cerca de diez años sin crecer y uno de los factores principales es el fuerte incremento del precio de la uva. Paillard atribuye parte de esta subida a la influencia del grupo LVMH, que ha impulsado una competencia interna muy intensa para asegurarse el suministro de uva. Esto ha provocado que todas las casas hayan tenido que igualar precios elevados para poder seguir produciendo, lo que ha llenado las bodegas de vinos cuyo precio resulta demasiado alto para muchos consumidores.

Paillard ha señalado que el sector ha perdido a la clientela popular en Francia y considera que esto es un error importante. Por este motivo, Lanson-BCC tiene previsto reforzar su presencia en el segmento más asequible del mercado nacional. Para ello, relanzará la cuvée Chanoine Héritage y aumentará su presencia en la gran distribución. El objetivo es recuperar cuota entre los consumidores franceses que han dejado de comprar champagne por motivos económicos.

En cuanto a los costes, Paillard ha anunciado que Lanson aplicará este año una reducción del precio pagado por la uva, situada entre el 5% y el 10%. Sin embargo, no ha ofrecido previsiones concretas para 2026 debido a la incertidumbre económica internacional. El grupo se marca como meta recuperar volúmenes en los mercados donde se han perdido ventas y consolidar su rentabilidad. Paillard espera alcanzar al menos unos 20 millones de euros de beneficio.

Por otro lado, Lanson-BCC completó en enero la adquisición de Heidsieck & C° Monopole por 50 millones de euros. Esta operación refuerza su cartera con una marca reconocida dentro del segmento premium del champagne. La dirección confía en que esta compra ayude a mejorar su posición en un mercado cada vez más exigente y marcado por la presión sobre los precios y los márgenes.