vinetur

LVMH mejora su división de espirituosas por el Año Nuevo chino

Hennessy impulsa un avance orgánico del 5% pese a la caída de la facturación en el trimestre

miércoles 15 de abril de 2026



LVMH arrancó 2026 con una mejora en su división de espirituosas, apoyada por el efecto del Año Nuevo chino y por un mejor comportamiento de Hennessy en el primer trimestre. El grupo francés informó de un avance orgánico del 5% en esta área entre

enero y marzo, aunque la facturación bajó a 610 millones de euros desde los 629 millones del mismo periodo del año anterior.

La compañía explicó que la fecha más tardía del Año Nuevo chino en 2026 favoreció las ventas de coñac en el trimestre. En particular, LVMH señaló ese efecto para Hennessy, una de las marcas centrales de su cartera de bebidas. También organizó acciones promocionales en tiendas de viaje y lanzó una colección especial vinculada al Año del Caballo de Fuego.

El grupo indicó que esa mejora ayudó a compensar la debilidad de la demanda en Estados Unidos, donde el consumo de coñac sigue bajo presión. En el mismo periodo del año pasado, la división de espirituosas había caído un 17%, arrastrada por la menor demanda en Estados Unidos y China.

En términos reportados, la división de vinos y espirituosas retrocedió un 2% por el efecto de los tipos de cambio, que restó siete puntos a los ingresos. En el conjunto de 2025, LVMH cerró esta actividad con una caída del 5%.

La rama de champán y vinos también tuvo un inicio mejor que el del año anterior. Sus ingresos orgánicos subieron un 5%, hasta 663 millones de euros. LVMH atribuyó parte de esa evolución al arranque favorable del ejercicio y al comportamiento de sus marcas en varios mercados.

Las ventas totales del grupo alcanzaron 19.100 millones de euros en el trimestre, con un avance orgánico del 1%. Asia, sin Japón, fue la zona con mejor evolución, con un aumento del 7% y una cuota del 32% de los ingresos totales. Estados Unidos, segundo mercado para la empresa con el 23% de las ventas, registró un alza del 3%.

La cartera de espirituosas de LVMH incluye Hennessy Cognac, Belvedere Vodka, el whisky estadounidense Sir Davis, las marcas escocesas Glenmorangie y Ardbeg, Volcan De Mi Tierra Tequila y Eminente rum. En las últimas semanas, Glenmorangie lanzó The Thirty, su expresión base más antigua hasta la fecha, mientras Eminente presentó Gran Reserva Edition N°2.

En una nota sobre sus resultados, LVMH afirmó que mantiene una posición prudente pero confiada al inicio del año, en un escenario geopolítico y económico alterado por el conflicto en Oriente Medio. La empresa añadió que seguirá apoyándose en la innovación, la inversión y su red comercial selectiva para reforzar su posición en productos de alta gama durante 2026.