vinetur

Pernod Ricard resiste en ventas, pero teme el golpe del turismo por la guerra en Irán

El grupo francés mejora un 0,1% en el trimestre y avisa de una caída anual de entre el 3% y el 4%

viernes 17 de abril de 2026



Pernod Ricard registró un aumento del 0,1% en sus ventas del tercer trimestre, mejor de lo previsto por el mercado, pero advirtió de que la caída del turismo por la guerra en Irán afectará a su negocio de travel retail y a sus ventas del ejercicio completo.

El grupo francés de bebidas espirituosas, segundo mayor del mundo occidental por detrás de Diageo, informó este jueves desde París de unas ventas de 1.950 millones de euros entre enero y marzo. La cifra superó las previsiones de los analistas, que esperaban una caída media del 0,7%, según una encuesta elaborada por la propia compañía.

La mejora llegó después de una caída del 5% en el segundo trimestre. Pernod explicó que el avance se apoyó en India y en la recuperación parcial de las ventas ligadas al viaje internacional, aunque esa evolución no compensó la debilidad que sigue viendo en Estados Unidos y China. En esos dos mercados, las ventas bajaron un 12% y un 7%, respectivamente.

La empresa señaló que espera una caída orgánica de las ventas del grupo de entre el 3% y el 4% en el ejercicio fiscal que comenzó el 1 de julio. Sus acciones cedieron un 1,7% tras la publicación de los resultados.

El impacto del conflicto en Oriente Próximo ya se deja notar en varias compañías francesas con negocio ligado al consumo y al viaje. Pernod advirtió de que el menor flujo turístico perjudica a las tiendas libres de impuestos y a los aeropuertos con restricciones o cierres parciales en rutas hacia la región. Ese canal representó el 6% de sus ventas netas en 2025.

La compañía, fabricante del coñac Martell y del vodka Absolut, mantiene además conversaciones para fusionarse con Brown-Forman, propietaria de Jack Daniel’s. Si la operación prospera, ambas empresas crearían el segundo mayor grupo mundial de espirituosos por ventas, solo por detrás de Diageo.

Las negociaciones siguen abiertas, según explicó la directora financiera, Helene de Tissot, a los analistas. La empresa no quiso hacer más comentarios sobre ese proceso. Al mismo tiempo, el grupo estadounidense Sazerac ha presentado una oferta para comprar Brown-Forman por unos 15.000 millones de dólares, lo que añade presión a esas conversaciones.

Pernod también reiteró su previsión de crecimiento de ventas de entre el 3% y el 6% para el periodo 2027-2029, pese a la debilidad que arrastra el sector desde hace varios ejercicios. Las empresas del ramo lidian con menor consumo, ajustes de inventario y

tensiones arancelarias en mercados clave como Estados Unidos y China.