vinetur

Marie Brizard sufre por la caída del mercado de espirituosos

Las ventas bajan 8,6% y Francia concentra el retroceso, aunque España crece 17,6%

viernes 17 de abril de 2026



Marie Brizard Wine & Spirits cerró 2025 con una caída de ingresos netos excluidos los impuestos especiales del 8,6%, hasta 172 millones de euros, en un ejercicio marcado por la desaceleración del mercado de espirituosos y por las subidas de impuestos especiales en varios países, sobre todo en vodka y whisky escocés.

La compañía francesa, con sede en Charenton-le-Pont, comunicó este jueves sus resultados anuales y explicó que el retroceso de las ventas se concentró sobre todo en Francia, donde algunas cadenas de distribución retiraron referencias tras no aceptar las subidas de precios aplicadas al inicio del año para compensar el aumento del coste de los espirituosos envejecidos.

El grupo registró un resultado bruto de explotación, EBITDA, de 13,6 millones de euros, frente a 15,2 millones un año antes. El margen sobre ventas quedó en el 7,9%, dos décimas menos que en 2024. El beneficio neto atribuido al grupo fue de 9,1 millones, frente a 9,6 millones en el ejercicio previo.

La dirección atribuyó parte de la presión sobre los márgenes al encarecimiento de la producción de espirituosos envejecidos, un efecto que no siempre pudo trasladar al precio final. Aun así, la empresa afirmó que mantuvo el margen bruto gracias a ajustes comerciales y a un control estricto del gasto.

En Francia, las ventas bajaron un 17,6%, hasta 69,1 millones de euros. La caída afectó especialmente a William Peel en el canal off-trade, mientras que Marie Brizard ganó cuota gracias a nuevas referencias y a una buena evolución comercial. En el canal on-trade, la compañía señaló una evolución favorable durante el año y un cierre más firme en los últimos meses.

Fuera de Francia, el grupo facturó 102,9 millones de euros, un 1,4% menos. España fue una de las plazas con mejor evolución dentro del perímetro internacional, con un avance del 17,6% hasta 29 millones de euros. Ese comportamiento respondió al negocio industrial y a una recuperación parcial de las marcas internacionales.

En los países bálticos, las ventas bajaron un 1,4%, hasta 29,6 millones de euros. La empresa explicó que el mercado doméstico sufrió por la desaceleración del consumo y por fuertes subidas de impuestos especiales. En Estados Unidos, las ventas cayeron un 19,4%, hasta 5,8 millones, por la reducción de inventarios del distribuidor. En Brasil, el descenso fue del 10,9%, afectado por problemas de poder adquisitivo y por cambios fiscales en São Paulo.

Marie Brizard cerró el ejercicio con una posición neta de caja de 45,3 millones de euros, frente a 48,4 millones un año antes. El patrimonio neto atribuido al grupo subió hasta 221,7 millones. La compañía explicó que la variación del circulante respondió a mayores existencias de whisky y a cambios en cobros y pagos ligados a la negociación comercial en Francia.

La empresa también señaló que las tensiones macroeconómicas y geopolíticas observadas en el mercado de espirituosos siguieron presentes al inicio de 2026. Entre los factores que vigila figuran las alteraciones en el transporte marítimo internacional por el conflicto en Oriente Próximo y los cambios arancelarios en Estados Unidos.

De cara a este ejercicio, Marie Brizard dijo que seguirá ajustando precios, lanzando innovaciones y reforzando su red comercial. También prevé apoyarse en nuevas alianzas y en la modernización industrial para mejorar su actividad en la segunda mitad del año. La compañía añadió que presta atención al menor consumo entre los adultos jóvenes y al mayor interés por la salud para adaptar su oferta comercial.