vinetur

AdVini resiste la caída del vino francés con más margen y menos deuda

El principal grupo vitivinícola francés mejora beneficios y resultado operativo pese al golpe de Estados Unidos y China

martes 28 de abril de 2026



AdVini, el principal grupo vitivinícola francés, líder en la producción y comercialización de vinos de terruño de alta gama, cerró 2025 con una caída de las exportaciones francesas de vinos tranquilos del 4,5% en valor y del 4,2% en volumen, en un año

marcado por la debilidad de dos mercados clave para el sector: Estados Unidos, con un descenso del 19%, y China, con una bajada del 19,5%. La compañía francesa difundió este lunes sus resultados anuales y situó esas cifras como uno de los factores que explican el deterioro del comercio exterior del vino francés.

La empresa señaló también que la paridad del euro restó impulso en varios países. Pese a ese escenario, AdVini mantuvo su actividad y mejoró sus cuentas. La facturación bajó un 2,7%, hasta 270,1 millones de euros, aunque a perímetro constante el retroceso fue del 1,3%, con una combinación de ventas más favorable para el grupo.

El margen bruto subió hasta 104,6 millones de euros, frente a 99,9 millones un año antes, y pasó del 36% al 38,7% sobre ventas. El EBITDA corriente avanzó un 12%, hasta 20,6 millones, y el resultado operativo corriente se situó en 9,2 millones, un 61% más que en 2024. La deuda financiera neta bajó a 149,8 millones.

AdVini explicó que esa mejora respondió a una política de precios que resistió la presión deflacionista y a un control de los gastos de personal y de los costes externos. También ayudó la gestión de los stocks, que mejoró el fondo de maniobra y elevó el free cash-flow hasta 15,5 millones.

Por canales y zonas, el grupo registró avances en América del Norte, con un alza del 26%, en Europa on trade, con un 1%, en travel retail, con un 13%, y en Sudáfrica, con un 21%. En Francia, las ventas para hostelería subieron un 3%, mientras que la gran distribución cayó un 13% en valor y los mercados EDMP retrocedieron un 4%. La empresa vinculó esa caída a una decisión para proteger márgenes.

La dirección de AdVini afirmó que el export ya representa el 60% de su actividad y que sigue orientando su oferta hacia gamas más altas. El grupo dijo que quiere centrar su crecimiento en marcas propias y en redes selectivas fuera de Francia.

De cara a este año, la compañía mantiene su plan de crecimiento orgánico rentable en exportación y en canales selectivos. También prevé cerrar el próximo 30 de abril la compra de parte de los activos de InVivo Wines, una operación que incorporará al grupo InVivo al capital de AdVini. Esa adquisición incluye la marca Cordier y la entrada en vinos espumosos de calidad y vinos desalcoholizados con Café de Paris y su planta de producción.