vinetur

Pernod Ricard vende sus principales marcas de vino en California para centrarse en champán y espirituosos

La compañía francesa refuerza su estrategia tras desinvertir en Mumm Napa y Kenwood y negocia una posible fusión con Brown Forman

lunes 6 de abril de 2026



Pernod Ricard ha completado la venta de sus principales marcas de vino en California, según ha informado la compañía francesa este miércoles, 6 de abril. El grupo ha cerrado la transferencia de sus vinos espumosos Mumm Napa (excluyendo el champán)

al grupo californiano Trinchero Family Wine and Spirits, así como la venta del vino Kenwood a F. Korbel & Bros, otro productor de vinos espumosos en California.

La operación con Trinchero incluye las marcas Mumm Sparkling California, Mumm Napa y DVX. Trinchero, con sede en el Valle de Napa desde hace 75 años, es uno de los mayores productores de vino en Estados Unidos. El acuerdo no afecta a la marca de champán G.H. Mumm ni a otras actividades internacionales relacionadas con Mumm. El importe de la transacción no ha sido comunicado por ninguna de las partes.

Por otro lado, la venta de Kenwood a F. Korbel & Bros abarca aproximadamente ocho hectáreas de viñedos, las instalaciones de elaboración y el centro de visitantes situado en el Valle de Sonoma. Tampoco se ha hecho público el valor económico de esta operación.

Estas desinversiones forman parte del proceso iniciado por Pernod Ricard para centrarse en sus líneas prioritarias, especialmente los champanes y los espirituosos. En 2025, la empresa ya había vendido un conjunto de marcas internacionales de vino con el objetivo de reforzar su presencia en estos segmentos.

El grupo francés señala que estas decisiones responden a una revisión continua de sus oportunidades estratégicas. La compañía busca adaptarse a un mercado internacional complicado para las bebidas alcohólicas, marcado por una demanda irregular y cambios en los hábitos de consumo.

Además, Pernod Ricard mantiene conversaciones con Brown Forman, propietario estadounidense del whisky Jack Daniel’s, para una posible fusión. Ambas empresas confirmaron el pasado 26 de marzo que están negociando una integración que les permitiría aprovechar mejor su posición comercial en diferentes mercados y fortalecer su oferta conjunta.

Con estas operaciones, Pernod Ricard avanza en su estrategia para consolidar su negocio principal y responder a los cambios del sector. La empresa continúa evaluando nuevas oportunidades para ajustar su cartera y mejorar su rentabilidad en un entorno cada vez más competitivo.