vinetur

Diageo India détrône Pernod Ricard et devient le premier groupe d’alcools d’Inde par son chiffre d’affaires

United Spirits a réalisé 27 816 crores de roupies en FY26, après le recul de 13,6 % du chiffre d’affaires de Pernod Ricard consécutif à la vente d’Imperial Blue

dimanche 22 novembre 2026



Diageo India a détrôné Pernod Ricard India pour devenir le premier groupe de boissons alcoolisées du pays par son chiffre d'affaires, après la forte baisse des ventes de Pernod Ricard au cours de l'exercice clos le 31 mars 2026, à la suite de la cession de son activité Imperial Blue.

Les documents financiers déposés auprès du Registre des sociétés indien montrent que le chiffre d'affaires opérationnel de Pernod Ricard India a reculé de 13,6 %, à 23 701,27 crores de roupies en FY26. Son revenu total, qui inclut les autres produits, a baissé de 12,8 %, à 24 122,03 crores de roupies.

Ce recul a permis à Diageo India, qui exerce ses activités par l'intermédiaire de sa filiale cotée United Spirits, de prendre la première place. United Spirits a déclaré un chiffre d'affaires opérationnel de 27 816 crores de roupies en FY26, en hausse de 4,38 % sur un an, tandis que son revenu total consolidé a atteint 28 294 crores de roupies.

Ce changement marque une évolution notable sur un marché que les groupes mondiaux de spiritueux considèrent comme l'un des plus importants pour leur croissance à long terme. Il montre aussi à quelle vitesse les changements de portefeuille peuvent modifier le classement du marché indien, un terrain de bataille clé pour les entreprises de spiritueux et un marché de plus en plus important pour les producteurs de boissons haut de gamme, de bière et d'autres boissons.

Pernod Ricard occupait la première place ces dernières années. Son recul en FY26 s'explique principalement par la cession d'Imperial Blue à Tilaknagar Industries, une opération qui a réduit la présence de l'entreprise française sur le marché de masse. La progression de Diageo intervient plusieurs années après la vente par United Spirits d'un ensemble de marques de whisky populaires et abordables à Inbrew Beverages en 2021, dans le cadre de sa stratégie visant à se concentrer davantage sur les produits haut de gamme.

Ces chiffres illustrent un réalignement plus large du secteur indien des boissons alcoolisées. Si les groupes multinationaux continuent de miser sur les marques haut de gamme et de luxe, les entreprises nationales gagnent elles aussi du terrain. Radico Khaitan a enregistré l'une des meilleures performances parmi les grands acteurs, avec une hausse de près de 22,7 % de son revenu total consolidé, à 20 976,4 crores de

roupies en FY26, contre 17 098,5 crores de roupies en FY25. L’entreprise indienne s’est ainsi classée troisième du marché par son chiffre d’affaires.

Le portefeuille de Radico Khaitan comprend la vodka Magic Moments, le whisky 8PM, le single malt indien Rampur, le gin artisanal indien Jaisalmer et le whisky Royal Ranthambore. Sa croissance laisse penser que les producteurs locaux profitent, comme les groupes étrangers, de la propension des consommateurs indiens à dépenser davantage pour des spiritueux plus chers.

Le brasseur United Breweries, contrôlé par Heineken, est resté un autre acteur majeur du marché, même si ses résultats se sont dégradés. Le revenu total consolidé de l’entreprise a chuté de près de 10 %, à 17 508,66 crores de roupies en FY26, contre 19 444,44 crores de roupies un an plus tôt.

Pris ensemble, les résultats financiers de Diageo India et de Pernod Ricard India témoignent de l’ampleur du marché, même au cours d’une année aux performances contrastées. Les deux entreprises ont affiché un revenu total cumulé de 52 416,03 crores de roupies en FY26, en baisse de 5,17 % par rapport aux 55 275,6 crores de roupies de l’exercice précédent.

Pour Pernod Ricard, le recul du chiffre d’affaires n’a pas empêché une forte hausse du résultat net. Le bénéfice des activités poursuivies est passé de 1 734,59 crores de roupies un an plus tôt à 4 551,60 crores de roupies. Cette progression tient en grande partie à des produits exceptionnels de 3 223,49 crores de roupies issus de la vente d’Imperial Blue.

Hors éléments exceptionnels, Pernod Ricard a néanmoins enregistré une amélioration de son résultat opérationnel. Le bénéfice avant éléments exceptionnels et impôts a progressé de 5,68 %, à 2 475,29 crores de roupies en FY26, contre 2 342,24 crores de roupies en FY25. Ses charges totales ont reculé de 14,51 %, à 21 646,74 crores de roupies.

L’entreprise a également accru ses investissements dans ses marques. Les dépenses de publicité et de promotion ont augmenté de 12,44 %, à 971,69 crores de roupies en FY26, contre 864,16 crores de roupies un an plus tôt. Sa charge fiscale totale a

progressé de 88,8 %, à 1 147,18 crores de roupies, contre 607,65 crores de roupies.

L’Inde reste le premier marché mondial de Pernod Ricard en volume et l’un de ses marchés de croissance les plus importants. L’entreprise y commercialise des marques internationales, dont Absolut, Jameson, Chivas Regal, Ballantine’s et The Glenlivet, ainsi que son portefeuille Seagram en Inde, qui comprend Blenders Pride, 100 Pipers, Longitude 77 et Xclamat!on.

Selon le rapport, Pernod Ricard poursuit également les préparatifs en vue d’une éventuelle introduction en Bourse de ses activités indiennes. Une telle cotation devrait retenir toute l’attention des investisseurs, compte tenu de la taille du marché et de l’évolution rapide de la concurrence.

Ce changement de leader en termes de chiffre d’affaires pourrait avoir des conséquences au-delà des deux entreprises directement concernées. En Inde, où les spiritueux dominent la consommation d’alcool et où la montée en gamme est devenue une stratégie centrale du secteur, la vente d’une grande marque de marché de masse peut redessiner les parts de marché, le pouvoir de fixation des prix et les plans d’investissement de l’ensemble du secteur. Cela pourrait influer sur le positionnement des producteurs internationaux et nationaux pour leurs portefeuilles de whisky, de vodka, de gin et de bière dans l’un des marchés des boissons les plus suivis au monde.