vinetur

Sazerac ha accettato di acquistare Au Vodka per £300 milioni

Charlie Morgan e Jackson Quinn dovrebbero ricevere almeno £75 milioni ciascuno dalla vendita.

lunedì 21 settembre 2026



Due amici di scuola del Galles hanno venduto il marchio di superalcolici premium che avevano avviato poco dopo aver lasciato le scuole superiori, e l’operazione è destinata a fruttare a ciascuno di loro almeno $100 milioni.

Charlie Morgan, 31 anni, e Jackson Quinn, 33 anni, hanno concordato questa settimana di vendere Au Vodka alla Sazerac, con sede nel Kentucky, per £300 milioni, secondo persone a conoscenza della materia e calcoli riportati da Bloomberg. In base ai termini dell'operazione, i due fondatori dovrebbero ricevere almeno £75 milioni ciascuno, pari a circa $101 milioni, dopo aver costruito l'azienda in poco più di un decennio.

Il pagamento potrebbe aumentare ulteriormente. Una persona a conoscenza dell'accordo, che ha chiesto di non essere nominata perché i dettagli finanziari sono riservati, ha detto che Morgan e Quinn potrebbero arrivare a guadagnare fino a £100 milioni ciascuno attraverso futuri pagamenti legati alla performance e royalties. Un portavoce di Au Vodka ha rifiutato di commentare gli introiti dei fondatori.

Morgan ha dichiarato in un comunicato che la scala di Sazerac aiuterà il marchio a crescere oltre i mercati attuali. «La portata globale, le risorse e l'expertise di Sazerac offrono una solida piattaforma per portare Au a nuovi consumatori e far crescere la sua presenza nei mercati internazionali, compresi gli Stati Uniti», ha detto.

La vendita segna una svolta importante per un'azienda nata a Swansea nel 2015. Morgan e Quinn, amici d'infanzia cresciuti entrambi lì, lanciarono il marchio quando avevano 19 e 21 anni. Il loro obiettivo iniziale era modesto: portare la vodka nei bar della loro città natale. Invece, hanno costruito un'azienda che è riuscita a imporsi in un affollato mercato globale dei superalcolici con bottiglie color oro metallico, packaging vivace e vodka aromatizzate come lampone, anguria e bubblegum.

Au Vodka è cresciuta rapidamente puntando con forza sui social media in un momento in cui i marchi alcolici più giovani competono per attirare l'attenzione online. L'azienda ha utilizzato marketing virale, video su TikTok e endorsement di celebrità per ottenere visibilità ben oltre la Gran Bretagna. Il sostegno di personaggi pubblici tra cui l'ex stella del calcio Ronaldinho e il rapper Gucci Mane ha contribuito a rafforzare il profilo del marchio nei primi anni.

Alcune promozioni dell'azienda erano pensate per generare attenzione tanto quanto vendite. All'epoca, i resoconti dicevano che lo YouTuber Jake Paul aveva ricevuto £200.000 per farsi tatuare temporaneamente un flacone Au sul braccio. In un'altra campagna, l'azienda ha inviato una bottiglia nella stratosfera usando un pallone a elio,

presentandolo come un tentativo di raffreddare la bevanda fino a una temperatura ideale.

Morgan era già noto ad alcuni tifosi britannici prima di lanciare il marchio. Nel 2013, quando aveva 17 anni, faceva il raccattapalle in una partita dello Swansea City quando l'allora giocatore del Chelsea Eden Hazard lo colpì durante un episodio a bordo campo molto ripreso, legato al pallone della partita. Il momento fece notizia in Gran Bretagna e diede a Morgan un primo, seppur insolito, assaggio dell'attenzione pubblica.

Con l'espansione di Au, l'azienda ha iniziato a preparare una raccolta di capitali più ampia e, infine, una vendita. Ha incaricato PwC di aiutare a esplorare l'interesse degli investitori. Alla fine del 2023, Metric Capital Partners è entrata come partner di capitale ibrido, fornendo debito ed equity in cambio di una quota di minoranza in un'operazione che valutava l'azienda circa £150 milioni. L'azienda ha anche inserito nel board ex dirigenti di Diageo e UBS mentre passava da startup guidata dai fondatori a realtà consumer più strutturata.

I fondatori avevano già chiarito in precedenza di voler trasformare Au in un player internazionale molto più grande. In un'intervista del 2022, Morgan e Quinn hanno detto di sperare che l'azienda potesse un giorno raggiungere una valutazione di $1 miliardo e affermarsi sul mercato statunitense. Quell'anno, l'azienda ha lanciato cocktail pronti da bere in lattina e nel 2023 è entrata negli Stati Uniti, dove ha dichiarato di aver venduto 50.000 bottiglie nella prima settimana.

I bilanci mostrano che l'azienda ha continuato a crescere anche mentre molti grandi gruppi del beverage erano in difficoltà. Au Vodka ha registrato ricavi per £82,8 milioni lo scorso anno, in aumento rispetto ai £65 milioni dell'anno precedente, secondo i documenti depositati presso Companies House nel Regno Unito. Questa crescita è arrivata in una fase debole per l'industria globale degli spirits, soprattutto per i marchi premium che dipendono dai consumatori più giovani e dalla spesa discrezionale.

Secondo IWSR, società di ricerca sul mercato delle bevande, i volumi di vodka sono scesi del 2% nei principali mercati, compresi Stati Uniti e Regno Unito, tra il 2024 e il 2025. I volumi complessivi degli spirits sono diminuiti del 3% nello stesso periodo, con una debolezza trainata in parte dalla Cina. Il rallentamento più ampio ha sottratto

centinaia di miliardi di dollari al valore di mercato delle grandi società di birra, vino e spirits e ha spinto produttori come Diageo e Pernod Ricard a ridurre i costi e lanciare nuovi prodotti.

In questo contesto, la crescita di Au l'ha resa un caso a parte. Il suo successo ha anche offerto a Sazerac l'opportunità di rafforzare aree del proprio business in cui la domanda resta più resiliente. Sazerac, i cui marchi includono Southern Comfort e BuzzBallz, è stata attiva sul fronte delle acquisizioni. Ha fallito un tentativo di combinarsi con la rivale Brown-Forman e ha anche studiato una possibile acquisizione del produttore tedesco di spirits Berentzen-Gruppe, secondo persone a conoscenza dei suoi piani.

Una persona vicina a Sazerac ha detto che l'acquisizione di Au aiuta la società americana a rafforzare la propria posizione nel Regno Unito, che considera un mercato strategico importante. L'accordo amplia anche la presenza di Sazerac nella vodka e nei cocktail ready-to-drink, due categorie nelle quali Au ha investito pesantemente.

Morgan e Quinn dovrebbero restare coinvolti nell'azienda dopo la vendita, secondo persone a conoscenza dell'accordo. Questa formula è comune nelle acquisizioni di marchi consumer, quando l'acquirente vuole mantenere il profilo pubblico dei fondatori, la direzione creativa e la conoscenza ravvicinata del pubblico del prodotto nella fase successiva di crescita.

L'operazione rappresenta anche l'ultimo esempio di un marchio consumer britannico venduto a un acquirente straniero prima di raggiungere da solo la scala di un gigante globale. Innocent Drinks è stata venduta a Coca-Cola nel 2013, e il cioccolatiere Hotel Chocolat è stato acquisito da Mars nel 2024. Au entra ora in questo elenco dopo essere passata da marchio locale da bar a Swansea a una delle etichette di vodka premium più note in Gran Bretagna.