vinetur

Diageo India supera Pernod Ricard e diventa la prima azienda indiana di bevande alcoliche per fatturato

Nell’esercizio 2026 United Spirits ha registrato 27.816 crore di rupie, mentre i ricavi di Pernod Ricard sono calati del 13,6% dopo la cessione di Imperial Blue

domenica 22 novembre 2026



Diageo India ha superato Pernod Ricard India, diventando la principale azienda di bevande alcoliche del Paese per fatturato. Il sorpasso è arrivato dopo il forte calo delle vendite di Pernod Ricard nell'esercizio finanziario chiuso il 31 marzo 2026, in seguito alla cessione delle attività di Imperial Blue.

I documenti finanziari depositati presso il Registro delle imprese indiano mostrano che i ricavi operativi di Pernod Ricard India sono diminuiti del 13,6%, attestandosi a 23.701,27 crore di rupie nell'esercizio 2026. I proventi totali, che comprendono anche altri proventi, sono calati del 12,8%, a 24.122,03 crore di rupie.

Il calo ha permesso a Diageo India, presente sul mercato attraverso la controllata quotata United Spirits, di conquistare il primo posto. Nell'esercizio 2026, United Spirits ha registrato ricavi operativi pari a 27.816 crore di rupie, in aumento del 4,38% rispetto all'anno precedente, mentre i proventi totali consolidati sono saliti a 28.294 crore di rupie.

Il cambiamento segna una svolta significativa in un mercato che i gruppi internazionali degli spirits considerano tra i più importanti per la crescita a lungo termine. Mostra inoltre come le modifiche ai portafogli possano incidere rapidamente sulle posizioni di mercato in India, terreno di confronto cruciale per le aziende degli spirits e mercato sempre più importante per i produttori di liquori premium, birra e altre bevande.

Negli ultimi anni Pernod Ricard aveva occupato il primo posto. Il calo nell'esercizio 2026 è dovuto principalmente alla cessione di Imperial Blue a Tilaknagar Industries, un'operazione che ha ridotto la presenza della società francese nel segmento di massa. La crescita di Diageo arriva diversi anni dopo la vendita, nel 2021, da parte di United Spirits di un gruppo di popolari marchi di whisky di fascia bassa a Inbrew Beverages, nell'ambito della strategia volta a puntare maggiormente sui prodotti premium.

I dati evidenziano un più ampio riassetto del settore delle bevande alcoliche in India. Mentre i gruppi multinazionali continuano a puntare su etichette premium e di lusso, anche le aziende nazionali stanno guadagnando terreno. Radico Khaitan ha registrato una delle performance più solide tra i principali operatori, con un aumento dei proventi totali consolidati di quasi il 22,7%, da 17.098,5 crore di rupie nell'esercizio 2025 a 20.976,4 crore nell'esercizio 2026. L'azienda indiana si è così classificata terza sul

mercato per fatturato.

Il portafoglio di Radico Khaitan comprende la vodka Magic Moments, il whisky 8PM, il single malt indiano Rampur, il gin artigianale indiano Jaisalmer e il whisky Royal Ranthambore. La crescita suggerisce che i produttori locali stanno beneficiando, al pari dei gruppi stranieri, della disponibilità dei consumatori indiani a spendere di più per gli spirits di fascia alta.

Il produttore di birra United Breweries, controllato da Heineken, è rimasto un altro importante protagonista del mercato, anche se i suoi risultati si sono indeboliti. I proventi totali consolidati dell'azienda sono diminuiti di quasi il 10%, passando da 19.444,44 crore di rupie nell'anno precedente a 17.508,66 crore nell'esercizio 2026.

Nel loro insieme, i risultati finanziari di Diageo India e Pernod Ricard India mostrano le dimensioni del mercato anche in un anno caratterizzato da andamenti disomogenei. Nell'esercizio 2026 le due società hanno registrato proventi totali complessivi pari a 52.416,03 crore di rupie, in calo del 5,17% rispetto ai 55.275,6 crore dell'esercizio precedente.

Per Pernod Ricard, il calo dei ricavi non ha impedito un netto miglioramento dell'utile. L'utile delle attività continuative è salito a 4.551,60 crore di rupie, rispetto ai 1.734,59 crore dell'anno precedente. L'incremento è stato favorito in larga misura da proventi straordinari per 3.223,49 crore di rupie derivanti dalla cessione di Imperial Blue.

Al netto delle componenti straordinarie, Pernod Ricard ha comunque registrato un miglioramento operativo. L'utile prima delle componenti straordinarie e delle imposte è aumentato del 5,68%, passando da 2.342,24 crore di rupie nell'esercizio 2025 a 2.475,29 crore nell'esercizio 2026. Le spese totali sono diminuite del 14,51%, attestandosi a 21.646,74 crore di rupie.

L'azienda ha inoltre aumentato gli investimenti a sostegno dei propri marchi. Le spese per pubblicità e promozione sono cresciute del 12,44%, passando da 864,16 crore di rupie nell'anno precedente a 971,69 crore nell'esercizio 2026. Le imposte totali sono aumentate dell'88,8%, da 607,65 a 1.147,18 crore di rupie.

L’India resta il principale mercato mondiale di Pernod Ricard per volume e uno dei suoi mercati di crescita più importanti. L’azienda commercializza marchi internazionali come Absolut, Jameson, Chivas Regal, Ballantine’s e The Glenlivet, oltre al portafoglio Seagram in India, che comprende Blenders Pride, 100 Pipers, Longitude 77 e Xclamat!on.

Secondo il rapporto, Pernod Ricard sta inoltre proseguendo i preparativi per una possibile offerta pubblica iniziale della propria attività indiana. Un’eventuale quotazione attirerebbe probabilmente grande attenzione da parte degli investitori, per le dimensioni del mercato e la rapidità con cui sta cambiando la concorrenza.

Il cambio al vertice per fatturato potrebbe avere conseguenze che vanno oltre le due società direttamente coinvolte. In India, dove gli spirits dominano i consumi di alcolici e la premiumizzazione è diventata una strategia centrale per il settore, la cessione di un importante marchio di massa può ridisegnare quote di mercato, potere sui prezzi e piani di investimento in tutto il comparto. Ciò potrebbe influenzare il posizionamento dei portafogli di whisky, vodka, gin e birra dei produttori internazionali e nazionali in uno dei mercati delle bevande più osservati al mondo.