vinetur

Pernod Ricard valuta la quotazione in Borsa delle attività in India

Per Pernod Ricard l’India potrebbe superare gli Stati Uniti e diventare il principale mercato del gruppo: la quotazione sarebbe una scelta strategica

lunedì 23 novembre 2026



Pernod Ricard sta svolgendo attività preparatorie in vista di una possibile offerta pubblica iniziale delle sue attività in India. Il gruppo francese degli alcolici afferma di valutare l'operazione per ragioni strategiche, più che puramente finanziarie, mentre l'India assume un ruolo sempre più centrale nella sua crescita globale.

Secondo quanto riportato da The Economic Times, il presidente Alexandre Ricard ha dichiarato agli azionisti, durante l'assemblea generale annuale della società del 20 novembre, che il consiglio di amministrazione potrebbe riunirsi in India a gennaio 2027 per discutere l'ipotesi. Ha precisato che non è stata presa alcuna decisione definitiva e ha avvertito che una quotazione comporterebbe più burocrazia, maggiore complessità normativa e una riduzione permanente della quota di proprietà della società madre.

Ricard ha definito l'India «assolutamente strategica» per Pernod Ricard e ha affermato che le proiezioni a medio termine indicano che il Paese potrebbe infine superare gli Stati Uniti e diventare il principale mercato del gruppo per ricavi. L'India è già il secondo mercato di Pernod Ricard dopo gli Stati Uniti, ha detto, un netto passo avanti rispetto a dieci anni fa, quando non figurava tra i primi 12 mercati della società.

La società che possiede Chivas Regal, Royal Stag e The Glenlivet non ha reso noti né l'entità né i tempi di un'eventuale offerta. Durante l'assemblea, un investitore ha ipotizzato un'IPO da oltre 1 miliardo di dollari, ma Ricard non ha confermato alcuna valutazione. Ha detto che circa un anno fa il consiglio gli aveva chiesto di esaminare le ragioni strategiche a favore di una quotazione e che ora la società sta preservando questa possibilità con attività preparatorie.

In base alle regole indiane per la quotazione, Pernod Ricard dovrebbe ridurre la propria partecipazione a circa il 75%, poiché è richiesto un flottante minimo del 25%. Ricard ha detto che un passo del genere sarebbe irreversibile e costringerebbe la società a rinunciare alla piena proprietà di un'attività che considera sempre più importante. Ha aggiunto che, prima di approvare qualsiasi operazione, il consiglio dovrebbe essere convinto sia dei vantaggi strategici sia della favorevolezza delle condizioni di mercato.

Ricard ha affermato che una società indiana quotata potrebbe migliorare la governance e la trasparenza, rafforzando al contempo i rapporti con autorità di regolamentazione, clienti, fornitori e altri interlocutori locali. Ha aggiunto che la quotazione in Borsa

potrebbe aiutare ad attrarre talenti in un mercato dove cresce la concorrenza per i lavoratori qualificati. Ha però sottolineato che il compromesso comporterebbe meno agilità e maggiori oneri amministrativi.

La discussione riflette una trasformazione più ampia nel settore globale delle bevande, in cui l'India sta acquisendo un peso crescente per le multinazionali degli alcolici. Per i produttori di distillati, la crescita del Paese sta ridisegnando i piani di investimento a lungo termine; l'eventuale quotazione di una grande controllata locale potrebbe indicare quanto l'India sia diventata importante sia come motore delle vendite sia come base strategica.

Ricard ha inoltre richiamato il crescente nazionalismo economico e la maggiore preferenza dei consumatori per i prodotti locali nei mercati emergenti, tra cui India, Cina e alcune aree dell'Africa. Ha detto che Pernod Ricard si sta adattando attraverso quella che ha definito una «de-occidentalizzazione» della strategia, che comprende legami più stretti tra i marchi internazionali e i contesti locali, oltre a collaborazioni con artisti del posto.

Questo cambiamento è particolarmente evidente nel mercato del whisky indiano. Nell'ultimo decennio, il mercato si è spostato dai blended whisky di fascia popolare verso i single malt prodotti localmente. Pernod Ricard e la concorrente Diageo hanno entrambe sviluppato single malt indiani per rispondere a questo cambiamento della domanda e all'attrattiva dei marchi nazionali.

L'India ha inoltre contribuito a compensare la performance più debole di altre aree dell'attività di Pernod Ricard. Ricard ha detto che il Paese sta attutendo la flessione negli Stati Uniti e in Cina. La società ha recentemente registrato un calo dello 0,9% delle vendite nel primo trimestre, con un contributo significativo dell'India nel limitare l'impatto delle contrazioni negli altri mercati.

I risultati finanziari della controllata locale mostrano perché l'India sia così importante. Pernod Ricard India ha registrato per l'esercizio fiscale 2026 ricavi, al netto delle accise, pari a ₹13.315 crore, in crescita dello 0,6%. L'utile prima delle voci straordinarie e delle imposte è aumentato del 5,7%, a ₹2.483 crore. L'utile netto è balzato a ₹4.559 crore, rispetto a ₹1.755 crore, grazie anche a una plusvalenza straordinaria di ₹3.223 crore

derivante dalla vendita del marchio Imperial Blue a Tilaknagar Industries.

Le dimensioni dell'attività della società in India risaltano anche nel confronto con la principale concorrente. United Spirits, controllata da Diageo, ha registrato un valore delle vendite nette di ₹12.467 crore, in crescita del 7,7%, mentre l'EBITDA è aumentato dell'11%, a ₹2.286 crore.

Ricard ha detto che, se il consiglio approverà un'IPO, lo farà per la rilevanza strategica dell'India e non perché la società madre abbia bisogno di liquidità. Ha aggiunto che l'eventuale riunione del consiglio in India a gennaio 2027 dipenderà dalle condizioni geopolitiche.

Per Pernod Ricard, la questione non è più se l'India sia un mercato importante, ma fino a che punto la società debba conferire a questo mercato un profilo aziendale più autonomo e pubblico. Per il settore delle bevande nel suo complesso, le valutazioni in corso sottolineano quanto sia sempre più difficile per i gruppi globali degli alcolici considerare l'India soltanto un altro grande mercato e quanto sia difficile ignorarla come polo della crescita futura.