vinetur

Diageo India ultrapassa a Pernod Ricard e torna-se a maior empresa de bebidas alcoólicas da Índia em receitas

A United Spirits registou 27,816 crore de rupias no exercício FY26, após as receitas da Pernod Ricard caírem 13,6% com a venda da Imperial Blue

domingo, 22 de novembro de 2026



A Diageo India ultrapassou a Pernod Ricard India e tornou-se a maior empresa de bebidas alcoólicas do país em receitas, depois de as vendas da Pernod Ricard terem caído acentuadamente no exercício financeiro terminado a 31 de março de 2026, na sequência da venda do negócio Imperial Blue.

Documentos financeiros apresentados ao Registo de Empresas da Índia mostram que as receitas operacionais da Pernod Ricard India diminuíram 13,6%, para 23,701.27 crore de rupias no exercício FY26. O rendimento total, que inclui outros rendimentos, caiu 12,8%, para 24,122.03 crore de rupias.

Esta queda permitiu à Diageo India, que opera através da sua subsidiária cotada United Spirits, assumir a liderança. A United Spirits registou receitas operacionais de 27,816 crore de rupias no exercício FY26, mais 4,38% do que no ano anterior, enquanto o rendimento consolidado total subiu para 28,294 crore de rupias.

Esta mudança representa uma alteração significativa num mercado que os grupos internacionais de bebidas espirituosas consideram um dos mais importantes para o crescimento a longo prazo. Mostra também como as mudanças de portefólio podem alterar rapidamente as posições no mercado indiano, um campo de batalha fundamental para as empresas de bebidas espirituosas e um mercado cada vez mais importante para os produtores de bebidas alcoólicas premium, cerveja e outras bebidas.

A Pernod Ricard ocupava a liderança nos últimos anos. A descida no exercício FY26 deveu-se sobretudo à venda da Imperial Blue à Tilaknagar Industries, um negócio que reduziu a presença da empresa francesa no segmento de mercado de massas. A ascensão da Diageo ocorre vários anos depois de a United Spirits ter vendido, em 2021, um conjunto de marcas populares de whisky de preço mais baixo à Inbrew Beverages, no âmbito da estratégia de maior aposta em produtos premium.

Os números refletem um realinhamento mais amplo na indústria indiana das bebidas alcoólicas. Embora os grupos multinacionais continuem a apostar em marcas premium e de luxo, as empresas nacionais também estão a ganhar terreno. A Radico Khaitan registou um dos desempenhos mais sólidos entre os principais operadores, com o rendimento consolidado total a aumentar quase 22,7%, para 20,976.4 crore de rupias

no exercício FY26, face a 17,098.5 crore de rupias no exercício FY25. A empresa indiana ficou assim em terceiro lugar no mercado em termos de receitas.

O portefólio da Radico Khaitan inclui a vodka Magic Moments, o whisky 8PM, o Rampur Indian Single Malt, o Jaisalmer Indian Craft Gin e o whisky Royal Ranthambore. O crescimento sugere que os produtores locais estão também a beneficiar, a par dos grupos estrangeiros, da disponibilidade dos consumidores indianos para gastar mais em bebidas espirituosas de preço mais elevado.

A cervejeira United Breweries, controlada pela Heineken, manteve-se como outro dos principais operadores do mercado, embora os seus resultados tenham enfraquecido. O rendimento consolidado total da empresa caiu quase 10%, para 17,508.66 crore de rupias no exercício FY26, face a 19,444.44 crore de rupias no ano anterior.

Em conjunto, os resultados financeiros da Diageo India e da Pernod Ricard India mostram a dimensão do mercado, mesmo num ano de desempenho desigual. As duas empresas registaram um rendimento total combinado de 52,416.03 crore de rupias no exercício FY26, menos 5,17% do que os 55,275.6 crore de rupias do exercício anterior.

No caso da Pernod Ricard, a descida das receitas não impediu um resultado líquido bastante mais forte. O lucro das operações continuadas subiu para 4,551.60 crore de rupias, face a 1,734.59 crore de rupias no ano anterior. O aumento foi em grande medida impulsionado por ganhos extraordinários de 3,223.49 crore de rupias com a venda da Imperial Blue.

Excluindo estes itens extraordinários, a Pernod Ricard registou ainda uma melhoria operacional. O lucro antes de itens extraordinários e impostos aumentou 5,68%, para 2,475.29 crore de rupias no exercício FY26, face a 2,342.24 crore de rupias no exercício FY25. As despesas totais diminuíram 14,51%, para 21,646.74 crore de rupias.

A empresa também aumentou o investimento nas suas marcas. As despesas com publicidade e promoção subiram 12,44%, para 971.69 crore de rupias no exercício FY26, face a 864.16 crore de rupias no ano anterior. A despesa fiscal total aumentou 88,8%, para 1,147.18 crore de rupias, face a 607.65 crore de rupias.

A Índia continua a ser o maior mercado da Pernod Ricard a nível mundial em volume e um dos seus mercados de crescimento mais importantes. A empresa comercializa marcas internacionais como Absolut, Jameson, Chivas Regal, Ballantine’s e The Glenlivet, além do seu portefólio Seagram na Índia, que inclui Blenders Pride, 100 Pipers, Longitude 77 e Xclamat!on.

Segundo o relatório, a Pernod Ricard continua também a desenvolver trabalhos preparatórios para uma possível oferta pública inicial do seu negócio indiano. Uma eventual entrada em bolsa deverá atrair grande atenção dos investidores, devido à dimensão do mercado e ao ritmo a que a concorrência está a mudar.

A mudança na liderança em receitas poderá ter implicações para além das duas empresas diretamente envolvidas. Na Índia, onde as bebidas espirituosas dominam o consumo de álcool e a premiumização se tornou uma estratégia central do setor, a venda de uma grande marca de massas pode alterar as quotas de mercado, o poder de fixação de preços e os planos de investimento em todo o setor. Isso poderá influenciar a forma como os produtores nacionais e internacionais posicionam os seus portefólios de whisky, vodka, gin e cerveja num dos mercados de bebidas mais atentamente acompanhados do mundo.