vinetur

# Diageo India обошла Pernod Ricard и стала крупнейшей алкогольной компанией Индии по выручке

В FY26 выручка United Spirits составила 27,816 крор рупий, а показатели Pernod Ricard после продажи Imperial Blue снизились на 13,6%

воскресенье, 22 ноября 2026 г.



Diageo India обошла Pernod Ricard India и стала крупнейшей алкогольной компанией страны по выручке. Это произошло после резкого падения продаж Pernod Ricard в финансовом году, завершившемся 31 марта 2026 года, вслед за продажей бизнеса Imperial Blue.

Согласно финансовым документам, поданным в Реестр компаний Индии, выручка Pernod Ricard India от операционной деятельности в FY26 снизилась на 13,6%, до 23,701.27 крор рупий. Совокупный доход компании, включая прочие доходы, сократился на 12,8%, до 24,122.03 крор рупий.

Это снижение позволило Diageo India, работающей через публичную компанию United Spirits, выйти на первое место. В FY26 выручка United Spirits от операционной деятельности составила 27,816 крор рупий — на 4,38% больше, чем годом ранее. Совокупный консолидированный доход вырос до 28,294 крор рупий.

Эта перемена стала заметным событием на рынке, который международные алкогольные группы считают одним из важнейших для долгосрочного роста. Она также показывает, как изменения в портфеле могут быстро повлиять на расстановку сил в Индии — ключевом поле конкуренции производителей крепкого алкоголя и все более важном рынке для производителей премиальных спиртных напитков, пива и других напитков.

В последние годы первое место занимала Pernod Ricard. Снижение показателей в FY26 было обусловлено главным образом продажей Imperial Blue компании Tilaknagar Industries, в результате которой французская компания сократила присутствие в массовом сегменте. Diageo укрепила позиции спустя несколько лет после того, как в 2021 году United Spirits продала Inbrew Beverages несколько популярных виски-брендов нижнего ценового сегмента, реализуя стратегию более активного продвижения премиальной продукции.

Эти показатели отражают более масштабное перераспределение сил в индийской индустрии алкогольных напитков. Международные группы продолжают развивать премиальные и люксовые бренды, но укрепляются и местные компании. Radico Khaitan показала один из лучших результатов среди

ведущих игроков: совокупный консолидированный доход компании в FY26 вырос почти на 22,7%, до 20,976.4 крор рупий против 17,098.5 крор рупий в FY25. Индийская компания заняла третье место на рынке по выручке.

В портфель Radico Khaitan входят водка Magic Moments, виски 8PM, односолодовый виски Rampur Indian Single Malt, индийский крафтовый джин Jaisalmer Indian Craft Gin и виски Royal Ranthambore. Рост компании показывает, что местные производители, как и зарубежные группы, выигрывают от готовности индийских потребителей тратить больше на спиртные напитки в более высоком ценовом сегменте.

Производитель пива United Breweries, контролируемый Heineken, остался еще одним крупным игроком рынка, хотя его показатели ухудшились. Совокупный консолидированный доход компании в FY26 сократился почти на 10%, до 17,508.66 крор рупий против 19,444.44 крор рупий годом ранее.

В совокупности финансовые результаты Diageo India и Pernod Ricard India показывают масштаб рынка даже в год с неоднородной динамикой. Совокупный доход двух компаний в FY26 составил 52,416.03 крор рупий — на 5,17% меньше, чем в предыдущем финансовом году, когда он достиг 55,275.6 крор рупий.

Несмотря на снижение выручки, Pernod Ricard значительно увеличила чистую прибыль. Прибыль от продолжающейся деятельности выросла до 4,551.60 крор рупий против 1,734.59 крор рупий годом ранее. В основном этому способствовала разовая прибыль в размере 3,223.49 крор рупий от продажи Imperial Blue.

Без учета разовых статей Pernod Ricard также добилась улучшения операционных показателей. Прибыль до учета разовых статей и налогообложения в FY26 выросла на 5,68%, до 2,475.29 крор рупий против 2,342.24 крор рупий в FY25. Совокупные расходы компании сократились на 14,51%, до 21,646.74 крор рупий.

Компания также увеличила расходы на продвижение брендов. Затраты на рекламу и продвижение в FY26 выросли на 12,44%, до 971.69 крор рупий против 864.16 крор рупий годом ранее. Совокупные расходы на налоги увеличились на 88,8%, до 1,147.18 крор рупий против 607.65 крор рупий.

Индия остается крупнейшим рынком Pernod Ricard в мире по объему продаж и одним из важнейших рынков роста для компании. Здесь она продает международные бренды Absolut, Jameson, Chivas Regal, Ballantine’s и The Glenlivet, а также бренды из портфеля Seagram, в который входят Blenders Pride, 100 Pipers, Longitude 77 и Xclamat!on.

Согласно отчету, Pernod Ricard также продолжает подготовку к возможному первичному публичному размещению акций индийского бизнеса. Такое размещение, вероятно, привлечет пристальное внимание инвесторов из-за масштабов рынка и стремительных изменений в конкурентной среде.

Смена лидера по выручке может повлиять не только на две непосредственно вовлеченные в нее компании. В Индии, где крепкий алкоголь доминирует в потреблении спиртных напитков, а переход к премиальной продукции стал ключевой отраслевой стратегией, продажа крупного бренда массового сегмента может изменить доли рынка, ценообразование и инвестиционные планы во всей отрасли. Это может повлиять на то, как международные и местные производители будут выстраивать портфели виски, водки, джина и пива на одном из самых пристально отслеживаемых рынков напитков в мире.