

PRESS RELEASE
September 1, 2022

Rekordår för Absolut Vodka

Försäljningen ökade med 19 procent.



Pernod Ricard, världens näst största vin- och spritproducent och moderbolag till The Absolut Company, ökade försäljningen med 17 procent till 10,701 miljoner euro för räkenskapsåret 2021/2022 (juli 2021-juni 2022). Vinsten justerad för jämförelsestörande poster ökade med 19 procent till 3,024 miljoner euro. Den globala försäljningen av Absolut Vodka ökade med 19 procent. Den totala volymen innebar ett rekord på 12,4 miljoner 9-literslådor.

Absolut Vodka har upplevt ett rekordår tack vare en accelererad globalisering. Absolut Vodka är ett av spritindustrins mest globala varumärken med en närvaro på 140 marknader. Tillväxten är brett baserad och varumärket vinner mark på ett stort spektrum av marknader. Fler än tjugo av Absolut's marknader runt om i världen säljer mer än 1 miljon liter, vilket motsvarar cirka 100 000 9-literslådor, enhetsstandarden i branschen.

Europa uppvisar en diversifierad och stark utveckling, vilket ytterligare stärker Absolut position som ledande varumärke i regionen. Länder med turismorienterade ekonomier såsom Spanien har kommit tillbaka starkt och förenar sig med högpresterande marknader som Tyskland, Frankrike, Storbritannien och Polen.

I varumärkets ursprungliga starka fäste USA, håller Absolut ställningen som nummer två av vodsasorterna i premiumsegmentet, vilket gynns av att barer och restauranger åter öppnats upp.

Identifierade tillväxtmarknader i Latinamerika och Asien är på rätt spår. Absolut Vodka växer i storlek och ser ökade andelar på nyckelmarknader som Mexiko och Brasilien. I Asien drivs tillväxten av marknader som åter öppnar upp efter pandemin. Indien sticker ut särskilt med en exceptionell tillväxt.

– Vår globaliseringsstrategi fortsätter att löna sig. Ett flertal marknader i samtliga regioner ligger nu på signifikanta nivåer, säger Stéphanie Durroux, styrelseordförande och VD, The Absolut Company.

Rekordår trots stora utmaningar i den globala försörjningskedjan

Från ett tillverkande perspektiv har den globala varuflödessituationen varit dramatisk under det gångna året. Tillgången på resurser som vete, glas, aluminium och energi, liksom logistik, har varit en utmaning för hela industrin. Störningar i försörjningskedjan har lett till längre ledtider, i vissa fall de dubbla jämfört med en normal situation.

– Vi har lyckats leverera på all time high tack vare starka insatser från våra medarbetare och partners. Det är en anmärkningsvärd prestation att under rådande omständigheter lyckas leverera till så många växande marknader världen över utifrån Åhus som bas, säger Stéphanie Durroux.

Nylansering av smaksatta vodkor och färdigmixade cocktails för att möta cocktailtrenden

Intresset för smaksatt sprit ökade under pandemin sedan allt fler upptäckt glädjen i att göra cocktails hemma. Absolut Vodka har ett stort utbud av olika smaker och är väl positionerat för att dra fördel av cocktailboomen. En av årets höjdpunkter var nylanseringen av de smaksatta vodsorna. Ny design lyfter fram smakerna tydligare och gör att de står ut ordentligt på hyllan. Flera sorter har även förfinats för att bättre motsvara dagens förväntningar på ren och autentisk smak. Nylanseringen omfattar även en ny smak - Absolut Passionfruit.

Dagens konsumenter är ute efter mer premium- och hantverksmässiga erbjudanden inom den snabbväxande ready to drink-kategorin (färdigmixade drinkar). Ett skifte sker mot longdrinks och cocktails där Absolut och Malibu är med och spelar med lanseringarna av Absolut Pineapple Martini och Absolut Mango Mule, liksom den nya Malibu Cocktails-serien i USA.

Största globala kampanjen på över ett decennium

Absolut Vodka lanserade sin största globala marknadsföringskampanj på över ett decennium, BORN TO MIX, personifierande populära Absolut cocktails. Kampanjen lyfter fram varumärkets själ och värderingar – med övertygelsen om att oavsett om det är drinkar, idéer eller människor så är livet som mest intressant när olikheter möts. Detta uppmärksammades också på festivaler som Tomorrowland, där Absolut Vodka samarbetade för att inkludera en mångsidig uppställning av DJ:s, och på Coachella, där Absolut bjöd in fans att träffas i metaversen.

– Cocktailtrenden är inte över, långt därifrån. På de flesta marknader är cocktails inte bara på modet, de har till och med blivit populära. Ikoniska vodkacocktails som Cosmopolitan, som skapades i och med lanseringen av Absolut Citron på 80-talet, är tillbaka, säger Stéphanie Durroux.

Främjar ett mer hållbart jordbruk

Trots rådande omständigheter är Absolut Vodka fortsatt inriktat på att leva upp till sina ambitiösa hållbarhetsmål, en fossilfri produktion till 2025 och en klimatneutral produkt till 2030. Absolut Vodka köper cirka 10 procent av allt vete som produceras i Skåne och arbetar tillsammans med cirka 400 bönder för att främja ett mer hållbart jordbruk. I år lanserade Absolut ett uppdaterat veteodlingskoncept som ger incitament till jordbrukare som genomför initiativ som minskar klimatpåverkan, ökar jordhälsan och förbättrar den biologiska mångfalden.

Malibu och Kahlua visar fortsatta positiva resultat

Försäljningen av Malibu ökade med 7 procent från en hög nivå föregående år, då man passerade ribban 4 miljoner 9-literslådor, och landar nu på 4,9 miljoner 9-literslådor. Varumärket har sett en acceleration av sitt utbud med färdigblandade cocktails, vilket har påverkat varumärket positivt. Med lanseringen av kampanjen Do Whatever Tastes Good framhävde varumärket sin roll som en symbol för sommaren, i bemärkelsen en mental inställning snarare än en årstid.

Kahlua ökade försäljningen med 13 procent, med en volym på 1,9 miljoner 9-literslådor, vilket bibehöll momentum från de senaste åren. Som den största kaffelikören i världen, lyfte Kahlua fram kaffebaserade cocktails som en del av den övergripande kaffetrenden med sin Stir Up Your Routine-kampanj.

About The Absolut Company

The Absolut Company has the worldwide responsibility for the production, packaging innovation and strategic marketing of Absolut Vodka, Malibu and Kahlúa.

Malibu is the number one rum-based coconut spirit in the world.

Absolut Vodka is one of the world's top ten international spirits brands. Every bottle of Absolut Vodka comes from one source, Åhus in southern Sweden.

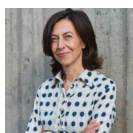
Kahlúa coffee liqueur is the world leader in its category.

The Absolut Company portfolio also includes Åhus Akvavit. The visitor center, Absolut Home, located next to the main production site for Absolut Vodka, was opened in 2018. The head office is located in Stockholm, Sweden. Chairman and CEO is Stéphanie Durroux. The Absolut Company is a part of Pernod Ricard, the world's second largest wine and spirits producer (source: IWSR).

About Pernod Ricard

Pernod Ricard is the No.2 worldwide producer of wines and spirits with consolidated sales of €10,701 million in FY22. Created in 1975 by the merger of Ricard and Pernod, the Group has developed through organic growth and acquisitions: Seagram (2001), Allied Domecq (2005) and Vin&Sprit (2008). Pernod Ricard, which owns 16 of the Top 100 Spirits Brands, holds one of the most prestigious and comprehensive brand portfolios in the industry, including: Absolut Vodka, Ricard pastis, Ballantine's, Chivas Regal, Royal Salute, and The Glenlivet Scotch whiskies, Jameson Irish whiskey, Martell cognac, Havana Club rum, Beefeater gin, Malibu liqueur, Mumm and Perrier-Jouët champagnes, as well as Jacob's Creek, Brancott Estate, Campo Viejo, and Kenwood wines. Pernod Ricard's brands are distributed across 160+ markets and by its own salesforce in 73 markets. The Group's decentralised organisation empowers its 19,000 employees to be true on-the-ground ambassadors of its vision of "Créateurs de Convivialité." As reaffirmed by the Group's strategic plan, "Transform and Accelerate," deployed in 2018, Pernod Ricard's strategy focuses on investing in long-term, profitable growth for all stakeholders. The Group remains true to its three founding values: entrepreneurial spirit, mutual trust, and a strong sense of ethics, as illustrated by the 2030 Sustainability and Responsibility roadmap supporting the United Nations Sustainable Development Goals (SDGs), "Good times from a good place." In recognition of Pernod Ricard's strong commitment to sustainable development and responsible consumption, it has received a Gold rating from Ecovadis. Pernod Ricard is also a United Nations Global Compact LEAD company. Pernod Ricard is listed on Euronext (Ticker: RI; ISIN Code: FR0000120693) and is part of the CAC 40 and Eurostoxx 50 indices.

För mer information



Paula Eriksson

VP Corporate Affairs & Communications.

+46701901207 paula.eriksson@pernod-ricard.com

Related links

- [Absolut Vodka BORN TO MIX](#)
- [Absolut Vodka nylansering av smaksatta vodkor](#)
- [Malibu Do Whatever Tastes Good](#)
- [Absolut koncept för veteodling](#)

Read this online

<https://theabsolutgroup.com/media-room/press-release/rekordar-for-absolut-vodka/>