vinetur

Heineken va racheter la costaricienne FIFCO pour 3,2 milliards de dollars

Cette acquisition donnerait au brasseur un contrôle accru de la distribution et des marques locales en Amérique centrale, sous réserve de l’approbation des régulateurs

jeudi 9 juillet 2026



Heineken a indiqué avoir conclu un accord définitif pour racheter Florida Ice and Farm Company, le producteur de boissons costaricien connu sous le nom de FIFCO, pour 3,2 milliards de dollars, une opération qui renforcerait le contrôle du brasseur néerlandais sur la distribution de bière et les marques locales en Amérique centrale.

Selon un communiqué de l'entreprise cité par AK&M, la transaction donnerait à Heineken le contrôle total des activités de distribution Distribuidora La Florida au Costa Rica et de Heineken Panama. L'entreprise a indiqué que cette opération élargirait sa

présence au Salvador, au Guatemala et au Honduras, en gagnant en taille dans une région où les brasseurs se concurrencent non seulement par les marques, mais aussi par l'accès aux circuits de vente au détail, aux réseaux logistiques et à la distribution sous chaîne du froid.

Heineken a également indiqué qu'elle acquérirait une participation de 75 % dans Nicaragua Brewing Holding, la pleine propriété de l'activité boissons de FIFCO au Mexique et la division bière Imperial au Costa Rica. L'accord comprend aussi une importante activité de boissons sans alcool avec ses propres marques et une licence d'embouteillage pour les produits PepsiCo, élargissant l'opération au-delà de la bière vers un portefeuille de boissons plus vaste.

Les entreprises ont indiqué que la transaction devrait être finalisée au premier semestre 2026, sous réserve des approbations réglementaires et de l'approbation des actionnaires. L'annonce n'a pas détaillé d'éventuels remèdes ou conditions que les autorités de la concurrence dans la région pourraient exiger avant la clôture.

Pour Heineken, cette acquisition renforcerait sa position dans le brassage sur ce qu'elle a décrit comme des marchés émergents attractifs en Amérique centrale, avec le Costa Rica au cœur de la stratégie. En 2024, Distribuidora La Florida a généré 1,13 milliard de dollars de chiffre d'affaires, selon le communiqué, soulignant la valeur du pôle de distribution inclus dans l'opération.

L'opération s'inscrit dans une relation de longue date entre les deux entreprises. Heineken a indiqué que son partenariat avec FIFCO a débuté en 1986 et qu'en 2002 elle avait acquis une participation de 25 % dans la division costaricienne de FIFCO. Au fil du temps, FIFCO s'est développée au-delà de son marché domestique et a pénétré de nouveaux pays, dont la Chine.

Cette acquisition est importante pour l'industrie des boissons car elle pourrait rebattre l'équilibre concurrentiel sur le marché de la bière en Amérique centrale, tout en donnant à Heineken un contrôle plus étroit sur les voies d'accès au marché pour les boissons alcoolisées et non alcoolisées. La maîtrise de la distribution peut être aussi importante que celle des marques dans une région où les supermarchés, les magasins de proximité, les bars et les commerces de quartier restent des points de vente clés. En

combinant des labels locaux comme Imperial avec une distribution régionale plus large et une plateforme de boissons sans alcool établie, Heineken pourrait être mieux placée pour défendre son espace en rayon et négocier avec les détaillants dans plusieurs pays.

FIFCO est basée à Heredia, au Costa Rica, et produit de la bière sous des marques telles qu'Imperial, Pilsen, Bavaria, Rock Ice et Heineken. Elle fabrique également des boissons sans alcool comme des jus, des nectars et des boissons gazeuses. Heineken, dont le siège est à Amsterdam, est l'un des plus grands brasseurs au monde et cherche à se développer sur des marchés où la consommation de bière et les marges offrent une marge de progression.

Le projet d'achat intervient à un moment où les groupes mondiaux de boissons se tournent de plus près vers l'Amérique latine pour y trouver de la croissance, en particulier là où les champions locaux bénéficient d'une forte fidélité à la marque et de systèmes de distribution établis. Dans ce contexte, FIFCO offre à Heineken davantage que des actifs de production. Elle lui apporte des positions bien ancrées au Costa Rica et sur les marchés voisins, une exposition à plusieurs catégories de boissons et une influence accrue sur la manière dont les produits passent des brasseries et des usines d'embouteillage aux magasins et aux restaurants.

Aucune des deux entreprises n'a divulgué d'autres conditions financières au-delà de la valorisation de 3,2 milliards de dollars mentionnée dans l'annonce. Le calendrier final dépendra des régulateurs et des actionnaires, mais si elle est approuvée comme prévu, la transaction marquerait l'une des opérations récentes les plus importantes dans le secteur des boissons en Amérique centrale.