vinetur

Tianyoude affiche une chute de 79,7 % de son bénéfice au premier semestre.

Le producteur de baijiu à base d’orge tibétaine a creusé sa perte au deuxième trimestre après une baisse de 30,4 % du chiffre d’affaires, reflet d’une demande plus faible pour les marques régionales de spiritueux.

mardi 25 août 2026

Tianyoude, un producteur chinois de baijiu à base d’orge des hauts plateaux tibétains, a enregistré un net recul de son bénéfice au premier semestre et une perte plus lourde au deuxième trimestre, soulignant la pression qu’exerce sur les petites marques régionales une demande de spiritueux plus faible au fil de l’année.

La société a indiqué dans son rapport semestriel 2026, publié mardi, que le résultat net attribuable aux actionnaires a chuté de 79,7 % sur un an, à 10,44 millions de yuans, sur les six premiers mois. Sur la base de ce recul, le bénéfice était d’environ 51,4 millions de yuans sur la même période l’an dernier, ce qui signifie que la société a laissé échapper quelque 41 millions de yuans de bénéfice.

Le chiffre d’affaires s’est lui aussi affaibli. Tianyoude a indiqué que les ventes du premier semestre ont reculé de 14,7 %, à 575 millions de yuans, soit environ 99 millions de yuans de moins qu’un an plus tôt. Le résultat hors éléments non récurrents a chuté de 81,6 %, à 8,99 millions de yuans, montrant que le recul ne s’expliquait pas uniquement par des facteurs comptables exceptionnels.

La pression s’est accentuée sur la période d’avril à juin. Le chiffre d’affaires du deuxième trimestre a reculé de 30,4 %, à 169 millions de yuans. La société a enregistré une perte nette attribuable aux actionnaires de 38,04 millions de yuans, contre une perte de 16,04 millions de yuans au même trimestre l’an dernier. La perte trimestrielle s’est ainsi alourdie d’environ 22 millions de yuans. La perte nette hors éléments non récurrents s’est également dégradée, à 37,62 millions de yuans, contre 17,06 millions de yuans un an plus tôt.

Les chiffres du premier semestre suggèrent que la demande et les conditions de prix sont restées difficiles pour la société, alors même qu’elle a maintenu inchangée la structure de son cœur de métier. Tianyoude a indiqué dans le rapport que son activité principale consiste toujours dans la recherche, la production et la vente de baijiu d’orge des hauts plateaux tibétains. Elle utilise toujours la fermentation en milieu solide pour la production et s’appuie sur un modèle de vente combinant distributeurs et ventes directes du fabricant.

La société a précisé que son réseau de distribution continue de fonctionner via des distributeurs de premier et de deuxième rang, chargés de la livraison et des ventes vers les marchés finaux. Elle exploite également des boutiques spécialisées en propre dans le Qinghai, le Gansu et à Pékin, tout en poursuivant le développement de ses canaux de vente hors de sa province d’origine. Dans le même temps, elle a indiqué chercher à améliorer sa gamme de produits et à se concentrer davantage sur les occasions de consommation liées aux banquets ainsi que sur un service différencié, afin d’améliorer les ventes au détail et d’augmenter les achats répétés.

Malgré la baisse des ventes et du bénéfice, Tianyoude a fait état d’une génération de trésorerie d’exploitation plus solide. Le flux net de trésorerie lié aux activités opérationnelles a augmenté de 119,4 %, à 118 millions de yuans, au premier semestre. Cette hausse contraste avec la faiblesse du compte de résultat, mais elle n’indique pas à elle seule un redressement de la demande ou de la rentabilité. Le flux de trésorerie peut s’améliorer pour des raisons telles que l’évolution des encaissements, des stocks ou du calendrier des paiements, et la tendance des ventes publiée par la société est restée négative sur le semestre comme sur le deuxième trimestre.

Le bilan n’a évolué que modestement. À la fin du deuxième trimestre, Tianyoude a indiqué que le total des actifs s’élevait à 3,147 milliards de yuans, en baisse de 1,4 % par rapport à la fin de l’an dernier. Les actifs nets attribuables aux actionnaires atteignaient 2,843 milliards de yuans, en hausse de 0,4 % sur la même période. Le bénéfice par action pleinement dilué pour le premier semestre était de 0,0219 yuan, tandis que celui du deuxième trimestre était de -0,0799 yuan.

Ces résultats s’ajoutent aux signes montrant que le ralentissement du marché chinois du baijiu dépasse les plus grandes marques nationales du pays et pèse plus lourdement sur les producteurs régionaux. Tianyoude est connue pour son baijiu élaboré à partir d’orge des hauts plateaux tibétains, un produit de niche par rapport aux spiritueux grand public à base de sorgho. Son dernier rapport suggère que la société fait face à un affaiblissement du chiffre d’affaires, à une baisse du bénéfice et à une détérioration plus rapide de la performance trimestrielle, alors même qu’elle continue d’investir dans les canaux de distribution et le positionnement de ses produits.

L’analyse des opérations par la société elle-même n’a pas signalé de changement de modèle économique durant la période de référence. Le rapport semestriel décrit plutôt des efforts pour répondre à un marché en mutation par le développement des canaux, l’exploitation de magasins dans certaines régions et des ajustements de la structure de l’offre. Ces mesures n’ont toutefois pas empêché la forte baisse du chiffre d’affaires au deuxième trimestre ni l’alourdissement de la perte trimestrielle.

Les chiffres s’appuient sur le rapport semestriel de la société et doivent être considérés comme des communications d’entreprise plutôt que comme des résultats annuels audités. Pour les investisseurs et les observateurs du secteur, le principal signal de ce dépôt est que la pression sur les bénéfices de Tianyoude s’est aggravée au deuxième trimestre, tandis que l’amélioration du flux de trésorerie d’exploitation ne s’est pas encore traduite par un redressement des ventes ou des marges.