vinetur

AdVini : l’EBITDA récurrent tombe à 6,4 millions d’euros sous l’effet des coûts d’intégration de Cordier

Le chiffre d’affaires du premier semestre progresse de 0,7 %, à 132,5 millions d’euros, après l’intégration des activités de Cordier.

lundi 5 octobre 2026



Le groupe viticole français AdVini a indiqué lundi que ses ventes du premier semestre avaient légèrement progressé après l’intégration des activités de Cordier, mais que son EBITDA récurrent avait fortement reculé, l’entreprise ayant absorbé les coûts

d’intégration et de démarrage liés à l’opération.

AdVini a réalisé un chiffre d’affaires de 132,5 millions d’euros au cours des six mois clos le 30 juin, contre 131,6 millions un an plus tôt, soit une hausse de 0,7 %. La société a indiqué que cette progression s’expliquait par le démarrage très récent des activités de Cordier nouvellement acquises. À périmètre et taux de change constants, les ventes ont toutefois reculé de 2,5 %, un résultat meilleur que la baisse de 3,7 % enregistrée au premier semestre 2025.

La société a décrit un marché toujours difficile. Le segment le plus en difficulté était la grande distribution française, où les ventes en valeur ont chuté de 15,0 %. L’activité a également baissé de 10 % dans les enseignes axées sur les marques de distributeur. À l’inverse, AdVini a indiqué que son activité européenne dans le circuit de la consommation sur place — bars, restaurants, hôtels et cavistes spécialisés — était stable, tandis que le groupe poursuivait sa stratégie axée sur des vins de marque à plus forte valeur ajoutée.

Cette évolution du mix de ventes a contribué à soutenir les marges malgré la pression sur les volumes. La marge brute a progressé à 52,6 millions d’euros, contre 51,6 millions, et son taux est passé de 39,2 % à 39,7 %. AdVini a indiqué que sa stratégie de marque avait compensé le recul des volumes grâce à un mix plus favorable dans un marché volatil.

L’EBITDA récurrent a toutefois chuté à 6,4 millions d’euros, contre 9,8 millions, et la marge d’EBITDA récurrent est passée de 7,4 % à 4,8 %. Le résultat opérationnel récurrent s’est également dégradé, reculant à 0,5 million d’euros contre 4,0 millions. Selon la société, la baisse de l’EBITDA s’explique principalement par une hausse de 2,5 millions d’euros des coûts externes et de 1,4 million des autres charges opérationnelles récurrentes, deux évolutions liées à l’acquisition de Cordier. Ces coûts comprenaient les dépenses liées au démarrage de l’activité et à l’ajustement des ressources en prévision du second semestre. Les charges de personnel sont restées stables.

Le résultat net publié s’est amélioré, passant d’une perte de 0,6 million d’euros un an plus tôt à un bénéfice de 7,0 millions. Cette progression tient en grande partie à 10,0 millions d’euros de produits opérationnels non récurrents, liés à la comptabilisation

provisoire d’un écart d’acquisition négatif, ou badwill, découlant de l’acquisition. AdVini a indiqué que l’affectation définitive du prix d’acquisition serait achevée dans les comptes annuels arrêtés au 31 décembre 2026. Le résultat financier s’est également légèrement amélioré, tandis que la dette financière nette est restée globalement stable, à 161,4 millions d’euros contre 160,2 millions un an plus tôt.

L’acquisition constitue un élément clé de la stratégie actuelle du groupe. AdVini a indiqué que le rachat d’une partie des actifs d’InVivo Wines avait pris effet le 30 avril, après une assemblée générale extraordinaire, et que l’opération avait également marqué l’entrée d’InVivo au capital d’AdVini. Au-delà de Cordier, l’opération apporte un réseau de distribution à l’exportation plus étendu, la marque Café de Paris et des capacités de production qui, selon AdVini, lui permettront de se développer sur les segments en croissance des vins effervescents de qualité et des vins sans alcool.

Les performances ont été contrastées selon les régions, mais la dynamique a été plus forte hors de France. AdVini a indiqué que plusieurs de ses marques, dont L’Oratoire des Papes, Champy, Kleine Zalze et Ken Forrester, avaient enregistré une forte croissance. L’Amérique du Nord a progressé de 23 %, l’Asie a rebondi de 24 % et l’Afrique du Sud a continué de surperformer, avec des ventes nationales en hausse de 13 % ainsi qu’une poursuite de la croissance à l’export. Le groupe a également indiqué que la part des exportations dans son activité avait augmenté au cours du semestre, renforçant son orientation vers les marchés internationaux et les circuits de distribution sélectifs.

Pour l’ensemble du secteur des boissons, ces résultats mettent en évidence plusieurs facteurs de pression qui dépassent les seuls comptes d’une entreprise. Le recul de 15,0 % des ventes dans la grande distribution française témoigne de la faiblesse persistante d’un important circuit de vente du vin. Parallèlement, la baisse de l’EBITDA d’AdVini malgré l’amélioration de sa marge brute montre que les marges peuvent rester sous pression lorsque des acquisitions entraînent des coûts à court terme. L’opération Cordier illustre également la tendance à la consolidation dans le secteur viticole, où les producteurs cherchent à renforcer leurs réseaux d’exportation, à élargir leurs portefeuilles de marques et à se positionner sur des catégories à plus forte croissance, comme les vins effervescents et les boissons sans alcool.

Pour la suite, AdVini a indiqué maintenir le cap sur une croissance organique rentable de ses marques de vins en propre, en particulier sur les marchés à l’export et dans les circuits sélectifs. Le groupe a également indiqué avoir renouvelé le 9 juillet sa ligne de crédit bancaire syndiquée, dont l’échéance a été prolongée jusqu’en 2032, un groupe plus restreint de banques s’engageant à fournir plus de 200 millions d’euros de financement. Cette opération vise à garantir des ressources financières à long terme, alors que le groupe intègre les nouveaux actifs et cherche à gagner des parts de marché dans un environnement international qu’il décrit comme incertain et volatil.