vinetur

Constellation Brands affiche une croissance de 6 % de ses ventes au deuxième trimestre de son exercice

Les ventes de bière ont tiré la croissance et porté le bénéfice par action à 3,32 dollars, malgré une charge de dépréciation qui a réduit le résultat opérationnel de 8 %.

mercredi 7 octobre 2026



Constellation Brands a annoncé mardi une hausse de 6 % de son chiffre d'affaires net au deuxième trimestre de son exercice, à 2,633 milliards de dollars. La croissance de ses activités bière, vins et spiritueux a contribué à faire progresser le bénéfice par action, alors même que le résultat opérationnel publié a reculé sous l'effet de la hausse des coûts et d'une charge de dépréciation.

Le groupe, basé à Rochester, dans l'État de New York, a fait état d'un bénéfice net attribuable à Constellation Brands de 565,8 millions de dollars pour le trimestre clos le 31 août, contre 466,0 millions un an plus tôt. Le bénéfice dilué publié par action a progressé de 25 %, à 3,32 dollars contre 2,65 dollars. Le groupe a indiqué que son bénéfice comparable par action, un indicateur non conforme aux normes comptables, avait augmenté de 3 %, à 3,74 dollars. Le résultat opérationnel publié a reculé de 8 %, à 805,0 millions de dollars contre 874,0 millions, tandis que le résultat opérationnel comparable a légèrement progressé de 1 %, à 897 millions de dollars.

Constellation a expliqué le recul de son résultat opérationnel publié par la hausse des frais commerciaux, généraux et administratifs, qui ont atteint 538,2 millions de dollars contre 436,0 millions, ainsi que par la comptabilisation, au cours du trimestre, de 49,8 millions de dollars de dépréciations d'actifs et de charges connexes. La marge brute a progressé à 1,393 milliard de dollars, contre 1,310 milliard.

La bière est restée le principal moteur de l'activité. Le groupe a indiqué que le chiffre d'affaires net de cette division avait augmenté de 5 %, à 2,474 milliards de dollars, grâce notamment à une hausse de 5,5 % des expéditions, qui ont atteint l'équivalent de 123,9 millions de caisses de 24 canettes de 12 onces. Le résultat opérationnel de la division bière a progressé de 1 %, à 964,2 millions de dollars. Les ventes des distributeurs aux détaillants, un indicateur des ventes de bière, ont toutefois reculé de 0,6 % au cours du trimestre. Constellation a précisé que la division avait bénéficié d'une journée de vente supplémentaire, mais que cet effet avait été largement compensé par le calendrier du Labor Day, avec un impact minime sur les tendances sous-jacentes des ventes aux détaillants.

L’écart entre la croissance des expéditions et l’évolution des ventes aux détaillants devrait retenir l’attention de l’ensemble du secteur des boissons, car il permet de distinguer les ventes des fournisseurs aux distributeurs du rythme d’écoulement des produits dans les circuits de vente au détail. Pour les brasseurs, les producteurs de vin et les producteurs de spiritueux, cette distinction permet de mieux déterminer si la croissance provient de la demande des consommateurs, d’une hausse des stocks dans le réseau de distribution ou d’une combinaison des deux.

Dans la catégorie bière, Constellation a indiqué que les ventes de Modelo Especial aux détaillants avaient reculé d’environ 2 % et celles de Corona Extra d’environ 5 %. Ces baisses ont été en partie compensées par la croissance plus soutenue de Pacifico, en hausse d’environ 19 %, de Victoria, en progression d’environ 15 %, et des marques Modelo Chelada, qui ont gagné environ 5 %. Le groupe a déclaré que son portefeuille de bières avait enregistré la plus forte progression en valeur et en volume de parts de marché dans les circuits américains suivis par Circana, devançant l’ensemble de la catégorie bière de 4 points de pourcentage pour les ventes en valeur comme en volume. Selon Constellation, Modelo Especial est restée la première marque de bière en valeur dans les circuits suivis, tandis que Pacifico a intégré le top 10.

La division vins et spiritueux a enregistré une croissance plus forte, mais sur une base plus réduite. Constellation a fait état d’une hausse de 17 % du chiffre d’affaires net de cette activité, à 159,4 millions de dollars. Les volumes expédiés ont progressé de 15,4 %, à l’équivalent de 1,5 million de caisses de 9 litres, et les ventes des distributeurs aux détaillants ont augmenté de 10,2 %. Le résultat opérationnel est passé à 6,1 millions de dollars, contre une perte de 19,8 millions un an plus tôt, et la marge opérationnelle s’est améliorée à 3,8 %. Le groupe a attribué cette amélioration à un coût des produits vendus favorable, lié aux remboursements de droits de douane américains, ainsi qu’à la baisse des dépenses marketing et des autres frais commerciaux, généraux et administratifs résultant de ses efforts d’optimisation et de restructuration.

Constellation a indiqué que la croissance de ses activités vins et spiritueux avait notamment été portée par Kim Crawford, dont les ventes aux détaillants ont progressé d’environ 11 %, et par Mi CAMPO, en hausse d’environ 51 %. Dans les circuits

américains suivis par Circana, le groupe a déclaré que son portefeuille vins et spiritueux avait dépassé les performances de l'ensemble de la catégorie, en valeur comme en volume, et que son portefeuille de vins était le troisième plus gros contributeur à la progression des parts de marché en valeur dans l'ensemble de la catégorie vin.

Sur les six mois clos le 31 août, Constellation a déclaré un chiffre d'affaires net de 5,066 milliards de dollars, contre 4,996 milliards un an plus tôt. Le bénéfice net attribuable au groupe a progressé à 1,220 milliard de dollars, contre 982,1 millions, et le bénéfice dilué par action est passé de 5,55 à 7,11 dollars. Le flux de trésorerie opérationnel du premier semestre de l'exercice s'est établi à 1,5 milliard de dollars, en baisse de 1 %, tandis que le flux de trésorerie disponible a progressé de 4 %, à 1,1 milliard.

Le groupe a révisé ses prévisions pour l'exercice 2027, en relevant la fourchette de son bénéfice publié par action à 11,85-12,55 dollars. Il a confirmé ses prévisions d'un bénéfice comparable par action compris entre 11,20 et 11,90 dollars, d'un flux de trésorerie opérationnel de 2,4 à 2,5 milliards de dollars et d'un flux de trésorerie disponible de 1,6 à 1,7 milliard. Pour l'ensemble de l'exercice, il continue de prévoir une évolution du chiffre d'affaires net organique du groupe, du chiffre d'affaires net de la bière et du chiffre d'affaires net organique des vins et spiritueux comprise entre un recul de 1 % et une progression de 1 %. Constellation a précisé que ces prévisions de croissance sur un an excluaient 142 millions de dollars de ventes réalisées sur une période de l'exercice 2026 qui n'entre plus dans la comparaison à la suite des cessions de ses activités vin en 2025.

Constellation a également indiqué avoir reversé des capitaux à ses actionnaires au cours de la période, par le biais de rachats d'actions et de dividendes. Les rachats d'actions ont totalisé 530 millions de dollars depuis le début de l'exercice et jusqu'en septembre. Le conseil d'administration a déclaré un dividende trimestriel de 1,03 dollar par action ordinaire de catégorie A, payable le 13 novembre aux actionnaires inscrits dans les registres à la clôture des marchés le 30 octobre.

Après la clôture du trimestre, le groupe a acquis SpikedAde, une marque de boissons à base de spiritueux prêtes à boire dans le segment « Ade ». Constellation a indiqué avoir versé 75 millions de dollars à la clôture pour acquérir la totalité de l’entreprise et pouvoir payer jusqu’à 278 millions de dollars supplémentaires sur cinq ans si les objectifs de performance sont atteints. Le groupe a précisé que cette acquisition ne modifiait pas ses prévisions pour l’exercice 2027.

Constellation avait programmé une conférence téléphonique pour le 7 octobre 2026 à 8 h (heure de l’Est), avec son directeur général, Nicholas Fink, et son directeur financier, Garth Hankinson, afin de présenter les résultats et les perspectives.