vinetur

Constellation Brands acquiert SpikedAde dans le cadre d’une opération pouvant atteindre 353 millions de dollars

L’acquisition donne à Constellation la pleine propriété de SpikedAde, marque à base de vodka, avec des paiements conditionnels liés aux résultats sur cinq ans.

mercredi 7 octobre 2026


ELECTRIC
BLUE
POWERED BY VODKA
SPIKED
ADE
100
CALORIES
4.5%
ALC BY VOL.
ZERO
SUGAR
12 FL OZ (355mL)

Constellation Brands a annoncé mardi l’acquisition de SpikedAde, une marque de boissons prêtes à boire à base de vodka. L’opération lui confère la pleine propriété de la marque moyennant un paiement initial de 75 millions de dollars, auquel pourraient s’ajouter jusqu’à 278 millions de dollars au cours des cinq prochaines années si l’activité atteint ses objectifs de performance.

L’entreprise, basée à Rochester, dans l’État de New York, a indiqué que cette opération visait à renforcer sa position sur le marché des boissons prêtes à boire, un segment qui attire des investissements croissants de la part des grands producteurs, alors que les consommateurs se tournent vers les cocktails en canette et d’autres formats pratiques. Cette évolution prend une importance grandissante dans l’ensemble du secteur des boissons, car elle oriente les investissements vers les produits à base de spiritueux et pourrait intensifier la concurrence pour la distribution, l’espace en rayon et l’attention des détaillants sur le marché américain.

Selon Constellation, les paiements conditionnels liés aux résultats futurs de SpikedAde s’inscrivent dans la stratégie d’allocation du capital de l’entreprise. Celle-ci n’a pas dévoilé les autres conditions de l’opération.

SpikedAde commercialise des boissons à base de spiritueux déclinant des saveurs familières de boissons pour sportifs, avec une base de vodka. Constellation a précisé que ses produits sont sans sucre, contiennent 100 calories et ne sont pas gazéifiés. Ils se positionnent sur ce que l’entreprise décrit comme le segment émergent des « Ade » du marché des boissons prêtes à boire. Selon l’annonce, la marque est déjà bien implantée dans l’est des États-Unis.

Constellation a indiqué que l’équipe de SpikedAde serait intégrée à sa division bière et qu’elle prendrait en charge la supervision de la production, le marketing et la distribution de la marque. L’entreprise prévoit également d’aligner la distribution de SpikedAde sur celle de ses partenaires distributeurs Gold Network, sous réserve du droit applicable.

Cette acquisition ajoute une marque de boissons prêtes à boire à base de spiritueux au portefeuille d’une entreprise qui couvre la bière importée, le vin et les spiritueux artisanaux. Constellation est surtout connue pour ses marques de bière, notamment

Corona Extra, Modelo Especial, Pacifico et Victoria. Elle possède également des marques de vin et de spiritueux telles que Robert Mondavi Winery, Kim Crawford, High West Whiskey et Mi CAMPO Tequila.

Dans son annonce, Constellation a présenté la catégorie des boissons prêtes à boire à base de spiritueux comme l'un des segments les plus dynamiques du secteur des boissons alcoolisées, en citant les données de Circana, selon lesquelles les ventes en valeur de la catégorie ont progressé de 25 % au cours de l'année écoulée. L'entreprise estime que SpikedAde est bien placée pour tirer parti de la demande de boissons aromatisées et moins caloriques destinées aux moments de convivialité, ainsi que de l'évolution des préférences des consommateurs.

Dans le communiqué, Nicholas Fink, président-directeur général de Constellation, a déclaré que SpikedAde s'était imposée dans un segment en plein développement et que Constellation comptait s'appuyer sur ses capacités existantes en matière de développement de marques et de commercialisation pour étendre la présence de la marque aux États-Unis.

Dans la même annonce, Jason Cohen, fondateur et directeur général de SpikedAde, a déclaré que la marque avait été créée pour s'adresser aux consommateurs à la croisée de la performance, du mode de vie et des moments de convivialité, et que l'entreprise s'était développée plus rapidement que prévu grâce au soutien des distributeurs. Selon lui, la puissance de Constellation aidera la marque à toucher davantage de consommateurs.

Cette opération illustre la manière dont les grands groupes de boissons alcoolisées cherchent à profiter de la croissance de catégories qui brouillent la frontière entre les spiritueux traditionnels et les boissons pratiques. Les boissons prêtes à boire à base de spiritueux sont devenues un axe prioritaire, les producteurs réagissant au ralentissement de la croissance de certains segments historiques et à la demande de boissons aromatisées et faciles à transporter, qui ne nécessitent aucun mélange. Pour les brasseurs comme pour les producteurs de spiritueux, cette tendance renforce l'importance des relations avec les distributeurs, car les marques de boissons prêtes à boire sont souvent en concurrence directe pour l'espace réfrigéré en magasin et les

emplacements dans les chaînes, les stades et d’autres lieux très fréquentés.

Constellation n’a pas précisé à quel rythme SpikedAde serait déployée à l’échelle nationale, mais l’entreprise a indiqué que sa propre infrastructure commerciale devrait contribuer à étendre la distribution de la marque. Le communiqué présente SpikedAde comme une pionnière sur son créneau et indique que la marque a rapidement gagné des points de vente et enregistré des taux de réapprovisionnement élevés, sans toutefois fournir de chiffres de vente.

Une partie du prix d’acquisition étant liée aux résultats futurs, le coût final de l’opération dépendra de la croissance des ventes et de la distribution après l’acquisition. Constellation a indiqué que tout paiement supplémentaire serait effectué sur cinq ans, en fonction des résultats de l’activité SpikedAde.

L’annonce de l’entreprise comportait également la mise en garde habituelle précisant que les déclarations prospectives concernant l’expansion, l’intégration, les paiements conditionnels et les résultats futurs sont soumises à des risques et à des incertitudes. Elle a indiqué que les résultats réels pourraient différer des attentes actuelles.

L’acquisition a été annoncée mardi après-midi depuis le siège de Constellation, à Rochester.