vinetur

Underberg prévoit une émission obligataire de 45 millions d’euros pour refinancer sa dette à échéance 2028

Le groupe allemand de spiritueux prévoit une émission obligataire assortie d’un taux de 6,00 % à 6,75 % et arrivant à échéance en 2032

lundi 16 novembre 2026



Semper idem Underberg AG a annoncé lundi 16 novembre son intention de lever jusqu'à 45 millions d'euros au moyen d'une nouvelle obligation arrivant à échéance en 2032. Le groupe allemand de spiritueux prend ainsi les devants pour refinancer une dette due en 2028 et mise sur sa croissance à l'international pour compenser l'affaiblissement de son marché domestique.

L'entreprise a indiqué que son conseil d'administration, avec l'accord du conseil de surveillance, avait décidé d'émettre cette nouvelle obligation d'entreprise avec une fourchette indicative de taux d'intérêt annuel de 6,00 % à 6,75 %. Le taux définitif sera fixé à l'issue de la constitution du livre d'ordres. Underberg a précisé que l'émission visait principalement à refinancer avant son échéance son obligation 2022/2028 en circulation.

Les détenteurs de l'obligation existante pourront échanger leurs titres contre ceux de la nouvelle obligation 2026/2032 selon un rapport de un pour un. Underberg a précisé qu'ils recevraient également un versement en espèces de 5 euros pour chaque obligation échangée, ainsi que les intérêts courus. La période d'échange doit se dérouler du mardi 17 novembre au 1er décembre à 18 h, heure d'Europe centrale.

Le groupe proposera également la nouvelle obligation aux investisseurs dans le cadre d'une souscription publique. Selon l'entreprise, les ordres passés sur son site Internet seront acceptés du mardi 17 novembre au 3 décembre à 18 h. Ceux transmis via le système DirectPlace de la Bourse de Francfort devraient pouvoir être passés du mercredi 18 novembre au 4 décembre à midi. La souscription minimale est de 1 000 euros et l'entreprise a indiqué qu'elle pouvait clôturer l'offre par anticipation. L'obligation devrait être admise sur le segment Open Market de la Bourse de Francfort.

Underberg a indiqué que l'offre au public s'appuierait sur un prospectus de valeurs mobilières, dont l'approbation par l'autorité de régulation financière luxembourgeoise, la Commission de Surveillance du Secteur Financier, était attendue lundi 16 novembre. Le groupe prévoit également un placement privé auprès d'investisseurs institutionnels dans certains pays européens, avec B. Metzler seel. Sohn & Co. comme unique chef de file.

L’annonce du refinancement intervient alors que l’entreprise a fait état d’une légère hausse de son chiffre d’affaires au premier semestre de son exercice 2026/27. Celui-ci a progressé de 1,2 %, à 68,4 millions d’euros entre avril et septembre, contre 67,7 millions d’euros un an plus tôt, a indiqué l’entreprise.

Cette hausse est intervenue malgré la faiblesse persistante du marché allemand des spiritueux. Underberg a cité des données de NielsenIQ faisant état d’un recul de 3 % du chiffre d’affaires de l’ensemble du secteur des spiritueux en Allemagne au cours des neuf premiers mois de l’année. Dans ce contexte, l’entreprise a indiqué avoir gagné des parts de marché et rester en bonne voie pour réaliser sur l’ensemble de l’exercice un chiffre d’affaires globalement conforme à celui de l’année précédente. L’EBITDA ajusté est attendu dans le haut de la fourchette cible de 11 à 12 millions d’euros.

Le groupe a réalisé un chiffre d’affaires de 136,9 millions d’euros et un EBITDA ajusté de 12,3 millions d’euros lors de l’exercice 2025/26.

Hors d’Allemagne, les volumes d’Underberg au premier semestre ont dépassé d’environ 16 % ceux de la même période un an plus tôt. L’entreprise a indiqué que cette progression était portée par ses marques phares Underberg et Asbach, qui ont chacune enregistré une hausse d’environ 20 % de leurs volumes à l’international. Le Brésil, les États-Unis et les pays nordiques figurent parmi les marchés les plus dynamiques.

En Allemagne, la marque St. Hubertus s’est distinguée, avec une hausse d’environ 17 % de ses volumes de vente au premier semestre par rapport à l’année précédente. Underberg attribue cette performance à une série d’extensions de gamme lancées ces dernières années.

Le projet de refinancement et la progression des exportations illustrent clairement les pressions qui pèsent sur le secteur allemand des boissons, en particulier sur les producteurs de spiritueux. Alors que la demande intérieure reste atone, l’accès au financement et la capacité à se développer à l’étranger prennent une importance croissante pour les entreprises qui cherchent à préserver leurs marges et à continuer d’investir dans leurs marques.

Underberg développe également son activité de distribution afin d’élargir son portefeuille. L’entreprise a annoncé que Diversa Spezialitäten GmbH, sa filiale de distribution en Allemagne, prendrait en charge la commercialisation des whiskies Loch Lomond dans le pays. Elle a décrit la distillerie écossaise comme associant une production traditionnelle de whisky à une gamme de styles adaptés à différents circuits de vente.

L’accord avec Loch Lomond fait suite à de précédents ajouts au portefeuille de distribution d’Underberg. L’entreprise a indiqué avoir élargi son partenariat avec ANORA Group en 2024 pour distribuer Linie Aquavit, Malteserkreuz et Aalborg, puis avoir ajouté la marque autrichienne STROH et des produits de l’italien Gancia en 2025, notamment la vodka The Standard 1894.

Basé à Rheinberg, Underberg est un producteur et distributeur familial de spiritueux haut de gamme. Ses principales marques sont Underberg, Asbach et PITÚ. Son portefeuille comprend également St. Hubertus-Tropfen, XUXU, Zwack Unicum et Grasovka, ainsi que plusieurs marques distribuées pour le compte de tiers.

Le directeur général Michael Söhlke a déclaré que cette opération de refinancement anticipée visait à apporter de la visibilité pour les années à venir, tandis que les résultats du premier semestre témoignaient de progrès sur les plans stratégique et opérationnel. Le directeur commercial Thomas Mempel a indiqué que la progression continue des ventes à l’international confortait le groupe dans sa volonté de poursuivre l’internationalisation de ses marques.