vinetur

Lark Distilling registra una svalutazione di magazzino da A $15.49 million dopo vendite più lente del previsto delle scorte di whisky acquisite.

L’onere non monetario ha ridotto nettamente gli utili annuali, nonostante le vendite nette dell’esercizio 2026 siano aumentate del 15.1% a A $18.00 million.

martedì 18 agosto 2026



Lark Distilling ha detto martedì che le vendite nette sono aumentate del 15.1% nell'esercizio fiscale 2026, ma il produttore australiano di whisky ha anche contabilizzato una pesante svalutazione non monetaria sulle scorte di whisky acquisite in precedenza, ammettendo che quelle rimanenze si stavano vendendo più lentamente del previsto.

La società ha comunicato una svalutazione delle rimanenze da A $15.49 million per l'anno chiuso il 30 giugno, legata soprattutto a whisky in maturazione acquisiti in operazioni precedenti. Lark ha affermato che l'adeguamento ha riportato il valore contabile di quelle scorte più vicino al valore del whisky prodotto internamente. L'onere non comporta un immediato esborso di cassa, ma ha ridotto drasticamente l'utile riportato e ha evidenziato il rischio finanziario di detenere grandi scorte in invecchiamento in un mercato più lento.

Dopo la svalutazione, Lark deteneva ancora rimanenze totali per A $49.44 million. Di queste, circa 2.4 million liters di whisky in maturazione al 43% di alcol in volume, che secondo la società sostengono la crescita futura nei canali domestico, export, travel retail e vendita diretta.

Le vendite nette, che Lark riporta al netto delle accise, sono salite a A $18.00 million da A $15.63 million un anno prima. L'incremento di A $2.37 million è stato trainato dalla crescita in tutti i suoi canali principali ed è stato sostenuto dal lancio di nuove gamme di prodotto. La società vende soprattutto whisky, insieme a un portafoglio più piccolo di gin, ma non ha divulgato i volumi venduti in litri, casse o suddivisioni per paese.

L'aumento delle vendite non si è tradotto in margini più forti. L'utile lordo è sceso dell'1.7% a A $9.88 million da A $10.05 million. L'utile lordo normalizzato di Lark, che esclude gli aggiustamenti al fair value, è salito del 7.5% a A $10.90 million, ma il margine lordo normalizzato è sceso al 60.5% dal 64.8%, con un calo di 4.3 punti percentuali.

La società ha detto che la pressione sui margini è dipesa in larga misura dal mix di canale e dal mix di prodotto. La crescita delle vendite è stata più forte nell'export e nel travel retail globale, canali che garantiscono margini inferiori rispetto all'attività direct-to-consumer di Lark. La società ha inoltre affermato che i cambiamenti nella propria

architettura di portafoglio hanno aiutato a far salire le vendite ma hanno pesato sulla redditività.

La perdita di EBITDA operativo di Lark si è ampliata a A $4.49 million da A $4.19 million, con un aumento di A $301,000 o del 7.2%. L'EBITDA statutario è sceso a una perdita di A $18.95 million, rispetto a una perdita di A $5.92 million un anno prima, dopo aver incluso la svalutazione delle rimanenze e una separata svalutazione non monetaria dell'avviamento di A $20.7 million.

La crescita più forte in termini di ricavi è arrivata dai canali internazionali. Le vendite export sono aumentate del 69% a A $1.9 million, trainate soprattutto dalla Cina. In base a quel tasso di crescita, le vendite export comparabili dell'anno precedente sarebbero state di circa A $1.12 million. Ciò implica un aumento di circa A $776,000, anche se il dato precedente è una stima perché deriva da una percentuale arrotondata.

Lark ha detto di aver completato la sua prima spedizione in Cina nel corso dell'esercizio e di essere ora presente in 10 mercati asiatici. Le vendite nel global travel retail sono aumentate del 43% a A $2.2 million, favorite da nuove gamme esclusive e dalla distribuzione negli aeroporti. La società ha detto che i suoi prodotti sono ora disponibili in tutti e quattro i terminal dell'aeroporto Changi di Singapore e ha aggiornato un display permanente all'aeroporto di Sydney.

Le vendite complessive export e travel retail hanno raggiunto A $4.1 million, in aumento rispetto a A $2.7 million un anno prima. Si tratta di un incremento di A $1.4 million, pari al 53.7%. Anche con questa crescita, quei canali internazionali rappresentavano comunque meno di un quarto delle vendite nette di gruppo dell'anno.

Anche i canali domestici sono cresciuti, sebbene a un ritmo più lento. Le vendite nette direct-to-consumer sono aumentate del 10.0% a A $7.5 million. All'interno di quel segmento, le vendite ecommerce sono salite del 21.5% a A $3.4 million, mentre le vendite hospitality sono cresciute dell'1.9% a A $4.1 million. Lark ha detto che la crescita nell'hospitality è avvenuta nonostante la chiusura temporanea del cellar door legata ai lavori di riqualificazione. Le vendite business-to-business tramite il distributore Spirits Platform sono aumentate del 7% a A $4.9 million, favorite dal lancio della nuova gamma Signature della società.

La società ha chiuso l’anno con A $14.3 million in cassa e mezzi equivalenti e senza debiti. Ha detto che questa posizione patrimoniale le offre spazio per continuare a investire nella costruzione del marchio, nella nuova distribuzione e nella commercializzazione del proprio whisky bank. Lark ha anche detto di avere accesso a una linea di credito non utilizzata da A $5.0 million.

La liquidità, tuttavia, era in calo rispetto a A $23.1 million un anno prima. La liquidità netta impiegata nelle attività operative è salita a A $5.81 million da A $2.92 million. Lark ha detto che ciò rifletteva i continui investimenti nelle attività operative e nelle iniziative di crescita, insieme a movimenti temporanei del capitale circolante a cavallo di fine anno. I crediti commerciali sono aumentati di A $3.05 million, che secondo la società erano concentrati in un numero ridotto di saldi e in gran parte si sono invertiti poco dopo il 30 giugno.

Le attività materiali, impianti e macchinari sono saliti a A $14.08 million da A $13.47 million dopo gli investimenti nei locali hospitality di proprietà di Lark e nella distilleria di Pontville. La società ha detto che la riqualificazione di Pontville è completata e che non è richiesto altro capitale per finanziare gli attuali piani di crescita o gli investimenti in conto capitale.

I risultati di Lark indicano un’azienda che sta ancora ampliando la propria base di vendite, soprattutto in Asia e nel retail aeroportuale, pur adattandosi al minor turnover delle scorte di whisky acquisite. La svalutazione delle rimanenze riflette la rivalutazione, da parte del management, delle ipotesi precedenti sulla rapidità con cui quel whisky potesse essere venduto sul mercato. Allo stesso tempo, la società punta sul fatto che una distribuzione più ampia, una nuova gamma di prodotti e il suo ampio stock di whisky in maturazione sosterranno la crescita futura dei ricavi.