vinetur

Constellation Brands registra una crescita del 6% delle vendite nel secondo trimestre fiscale

Le vendite di birra trainano la crescita di Constellation Brands: utile per azione a 3,32 dollari, nonostante un calo dell’8% del risultato operativo.

mercoledì 7 ottobre 2026



Martedì Constellation Brands ha comunicato che le vendite nette nel secondo trimestre fiscale sono aumentate del 6%, a 2,633 miliardi di dollari. La crescita della birra e del comparto vini e alcolici ha contribuito a incrementare l'utile per azione, nonostante il calo del risultato operativo dichiarato, dovuto all'aumento dei costi e a un onere per svalutazione.

La società, con sede a Rochester, nello Stato di New York, ha registrato un utile netto attribuibile a Constellation Brands di 565,8 milioni di dollari nel trimestre chiuso il 31 agosto, rispetto ai 466,0 milioni dell'anno precedente. L'utile diluito per azione dichiarato è aumentato del 25%, passando da 2,65 a 3,32 dollari. La società ha riferito che l'utile per azione su base comparabile, una misura non GAAP, è cresciuto del 3%, a 3,74 dollari. Il risultato operativo dichiarato è sceso dell'8%, da 874,0 a 805,0 milioni di dollari, mentre quello su base comparabile è aumentato dell'1%, a 897 milioni.

Constellation ha attribuito il calo del risultato operativo dichiarato all'aumento delle spese di vendita, generali e amministrative, salite a 538,2 milioni di dollari dai 436,0 milioni dell'anno precedente, e alla contabilizzazione nel trimestre di 49,8 milioni di dollari in svalutazioni di attività e oneri correlati. L'utile lordo è aumentato a 1,393 miliardi di dollari da 1,310 miliardi.

La birra è rimasta il principale motore dell'attività. La società ha dichiarato che le vendite nette di birra sono cresciute del 5%, a 2,474 miliardi di dollari, sostenute da un aumento del 5,5% delle spedizioni, che hanno raggiunto l'equivalente di 123,9 milioni di casse da 24 confezioni da 12 once. Il risultato operativo della birra è aumentato dell'1%, a 964,2 milioni di dollari. Le vendite dei distributori ai rivenditori, un indicatore della domanda, sono tuttavia diminuite dello 0,6% nel trimestre. Constellation ha spiegato che nel trimestre la divisione birra ha beneficiato di una giornata di vendita in più, effetto in gran parte compensato dalla collocazione temporale del Labor Day, con un impatto minimo sulle tendenze sottostanti delle vendite ai rivenditori.

La divergenza tra la crescita delle spedizioni e l'andamento delle vendite ai rivenditori sarà probabilmente osservata con attenzione nel settore delle bevande, perché permette di distinguere le vendite dei fornitori ai distributori dall'andamento dei prodotti nei canali retail. Per birrifici, produttori di vino e distillati, questa distinzione

può chiarire se la crescita è riconducibile alla domanda dei consumatori, all'accumulo di scorte nel sistema distributivo o a entrambi i fattori.

Nel comparto birra, Constellation ha riferito che le vendite di Modelo Especial sono diminuite di circa il 2% e quelle di Corona Extra di circa il 5%. Il calo è stato in parte compensato dalla crescita più rapida di Pacifico, in aumento di circa il 19%, Victoria, del 15% circa, e dei marchi Modelo Chelada, cresciuti di circa il 5%. La società ha dichiarato che il suo portafoglio di birre è stato quello che ha guadagnato più quote in valore e in volume nei canali statunitensi monitorati da Circana e che ha superato la crescita dell'intera categoria della birra di 4 punti percentuali sia nelle vendite in valore sia nei volumi. Secondo la società, Modelo Especial è rimasta la birra con le maggiori vendite in valore nei canali monitorati, mentre Pacifico è entrata nella top 10.

La divisione vini e alcolici ha registrato una crescita più sostenuta, partendo da una base inferiore. Constellation ha dichiarato che le vendite nette del comparto sono aumentate del 17%, a 159,4 milioni di dollari, con volumi di spedizione in crescita del 15,4%, a 1,5 milioni di casse equivalenti da 9 litri, e vendite ai rivenditori in aumento del 10,2%. Il risultato operativo è salito a 6,1 milioni di dollari, dopo una perdita di 19,8 milioni un anno prima, mentre il margine operativo è migliorato al 3,8%. La società ha attribuito l'aumento del margine ai minori costi del venduto, legati ai recuperi dei dazi statunitensi, e alla riduzione delle spese di marketing e delle altre spese generali e amministrative, nell'ambito delle iniziative di ottimizzazione e ristrutturazione.

Constellation ha riferito che la crescita di vini e alcolici è stata trainata in parte da Kim Crawford, con vendite ai rivenditori in aumento di circa l'11%, e da Mi CAMPO, in crescita di circa il 51%. Nei canali statunitensi monitorati da Circana, il portafoglio vini e alcolici della società ha superato l'andamento della categoria nel complesso sia nelle vendite in valore sia nei volumi; il portafoglio vini si è inoltre classificato al terzo posto per incremento della quota in valore nell'intera categoria.

Nei sei mesi chiusi il 31 agosto, Constellation ha registrato vendite nette per 5,066 miliardi di dollari, rispetto ai 4,996 miliardi dell'anno precedente. L'utile netto attribuibile alla società è salito a 1,220 miliardi di dollari da 982,1 milioni e l'utile diluito per azione è aumentato da 5,55 a 7,11 dollari. Il flusso di cassa operativo del primo

semestre dell’esercizio è stato pari a 1,5 miliardi di dollari, in calo dell’1%, mentre il flusso di cassa libero è cresciuto del 4%, a 1,1 miliardi.

La società ha aggiornato le previsioni per l’esercizio 2027, portando a 11,85-12,55 dollari la forchetta dell’utile per azione dichiarato. Ha confermato le previsioni sull’utile per azione su base comparabile, tra 11,20 e 11,90 dollari, sul flusso di cassa operativo, tra 2,4 e 2,5 miliardi, e sul flusso di cassa libero, tra 1,6 e 1,7 miliardi. Per l’intero esercizio continua a prevedere che le vendite nette organiche complessive, quelle nette di birra e quelle organiche di vini e alcolici oscillino tra un calo dell’1% e una crescita dell’1%. Constellation ha precisato che queste stime di crescita su base annua escludono 142 milioni di dollari di vendite riferite a un periodo dell’esercizio 2026, non più incluso nel confronto dopo le cessioni di attività vinicole del 2025.

Constellation ha inoltre dichiarato di aver restituito capitale agli azionisti nel periodo attraverso riacquisti di azioni e dividendi. Da inizio anno a settembre, i riacquisti di azioni hanno raggiunto un totale di 530 milioni di dollari. Il consiglio di amministrazione ha deliberato un dividendo trimestrale di 1,03 dollari per azione sulle azioni ordinarie di Classe A, pagabile il 13 novembre agli azionisti registrati alla chiusura delle contrattazioni del 30 ottobre.

Dopo la chiusura del trimestre, la società ha acquisito SpikedAde, un marchio di bevande alcoliche pronte da bere appartenente al segmento “Ade”. Constellation ha dichiarato di aver versato 75 milioni di dollari al perfezionamento dell’operazione per acquisire la piena proprietà dell’attività; potrà inoltre pagare fino a 278 milioni di dollari nei cinque anni successivi, al raggiungimento di determinati obiettivi di performance. La società ha precisato che l’acquisizione non modifica le previsioni per l’esercizio 2027.

Constellation aveva programmato per il 7 ottobre 2026 alle 8:00 ET una conference call sui risultati e sulle previsioni, con la partecipazione dell’amministratore delegato Nicholas Fink e del direttore finanziario Garth Hankinson.