vinetur

Constellation Brands compra SpikedAde per un massimo di 353 milioni di dollari

L’acquisizione riporta Constellation Brands sulla scena delle operazioni straordinarie e la apre al segmento “hard hydration”, mentre rallenta la crescita della birra.

martedì 13 ottobre 2026

Constellation Brands torna a fare acquisizioni con un accordo per rilevare il marchio statunitense di bevande pronte da bere SpikedAde, per un massimo di 353 milioni di dollari. L’operazione mostra come una delle maggiori aziende americane del settore degli alcolici stia cercando di diversificare l’attività, mentre diventa più difficile sostenere la crescita della birra.

La società ha dichiarato che l’acquisizione le consentirà di entrare nel segmento in rapida crescita della “hard hydration”, in cui i prodotti combinano aromi tipici delle bevande sportive e alcol. SpikedAde commercializza quattro bevande pronte da bere a base di vodka. Constellation ha annunciato l’accordo insieme ai risultati del secondo trimestre dell’esercizio 2026/27.

L’amministratore delegato Nick Fink ha spiegato agli analisti che l’acquisizione è un modo disciplinato per conquistare una posizione di primo piano in quella che ha definito una delle aree più dinamiche del comparto delle bevande alcoliche pronte da bere. Fink, entrato in azienda ad aprile, ha detto che la birra resta centrale nei piani di crescita di Constellation, precisando però che la società è pronta ad ampliare l’offerta in altre categorie in cui i distributori rilevano una domanda in aumento.

Secondo Fink, il portafoglio di Constellation è relativamente essenziale rispetto a quello dei concorrenti e i distributori chiedono all'azienda di espandersi in segmenti dalla crescita più rapida. Ha aggiunto che la società procederà comunque con selettività, evitando di inseguire categorie che potrebbero non rivelarsi durature.

Questa cautela riflette la storia di Constellation. Da anni gli investitori criticano la società per le sue scelte di allocazione del capitale, dopo che diverse acquisizioni di alto profilo non hanno dato i risultati attesi. Nel 2015 Constellation pagò 1 miliardo di dollari per il birrificio artigianale Ballast Point Brewing, per poi rivenderlo quattro anni più tardi a una cifra molto inferiore. In seguito ha ceduto Funky Buddha Brewery e Four Corners Brewing ai rispettivi fondatori, dopo averle acquisite. Anche il suo investimento nella canadese Canopy Growth, attiva nel settore della cannabis, ha perso consensi, mentre l'azienda faticava sul piano finanziario e la legalizzazione federale della marijuana negli Stati Uniti non faceva progressi.

Queste battute d'arresto hanno reso molti investitori cauti rispetto a un'ulteriore espansione al di fuori del core business della birra, benché l'attività di Constellation sia diventata sempre più concentrata. Dopo la cessione di asset nel vino e nei distillati, oggi la maggior parte dei ricavi proviene dai marchi di birra messicani venduti negli Stati Uniti, tra cui Modelo Especial, Corona Extra e Pacifico.

Questa concentrazione aiuta a capire perché l'accordo per SpikedAde abbia una rilevanza che va oltre il singolo marchio. In tutto il settore delle bevande, le grandi aziende stanno destinando capitali ai prodotti pronti da bere, mentre la domanda di birra si indebolisce e cambiano le abitudini di consumo. Per i birrifici, i gruppi vinicoli e i produttori di distillati, la crescita dei cocktail in lattina e dei prodotti affini è diventata una delle opportunità più evidenti per raggiungere consumatori che passano da una categoria all'altra, invece di restare fedeli alla birra tradizionale.

Gli ultimi risultati trimestrali di Constellation evidenziano sia la solidità sia i limiti del suo business della birra. Nel trimestre chiuso il 31 agosto, le vendite nette del comparto sono aumentate del 5%, raggiungendo 2,47 miliardi di dollari. I volumi spediti sono cresciuti del 5,5%, a 123,9 milioni di casse. La domanda al dettaglio è stata però più debole: i volumi di depletion, che misurano le vendite dai distributori ai rivenditori, sono

calati dello 0,6%, penalizzati da una flessione del 2% di Modelo Especial e del 5% di Corona Extra.

La società ha affermato che l'andamento dei volumi di depletion era in linea con le attese del mercato e che nel primo trimestre la crescita della quota a valore e della quota in volume era stata più rapida. Fink ha inoltre dichiarato che a settembre si è registrato un andamento positivo e che i recenti investimenti in marketing stanno dando risultati. Ha detto agli analisti che nel trimestre Constellation è stata l'azienda del settore delle bevande alcoliche che ha guadagnato più quota di mercato e che i trend di settembre hanno dato al management fiducia nella possibilità di raggiungere la fascia alta delle previsioni annuali sull'utile per azione rettificato.

Gli investitori, tuttavia, non hanno accolto pienamente questo messaggio. Robert Moskow, analista di TD Cowen, ha riferito che le reazioni dei clienti dopo la pubblicazione dei risultati sono state contrastanti: molti investitori si sono chiesti se il commento più ottimistico su settembre indicasse una vera ripresa della domanda sottostante o soltanto un rimbalzo di breve periodo dopo un agosto debole. Alcuni hanno inoltre osservato che il miglioramento segnalato non emergeva chiaramente dai dati degli scanner di cassa, segno che restano dubbi sull'intensità e sulla durata della ripresa.

Questo contesto aiuta a inquadrare il rinnovato interesse di Constellation per le acquisizioni. La birra resta redditizia, ma mantenere una crescita di lungo periodo sul mercato statunitense è diventato più difficile. Le bevande alcoliche pronte da bere, invece, continuano ad attirare i consumatori in cerca di praticità, varietà di aromi e prodotti ibridi che riprendono elementi di altre categorie di bevande.

Nadine Sarwat, analista di Bernstein, ha affermato che l'entità dell'accordo per SpikedAde sembra sostenibile, ricordando che fino a settembre di quest'anno Constellation aveva speso circa 530 milioni di dollari in riacquisti di azioni proprie. Ha aggiunto che SpikedAde sta crescendo rapidamente nell'emergente segmento degli "ade" e detiene circa l'1% della quota a valore dei prodotti alcolici pronti da bere a base di distillati, secondo i dati Nielsen. Ha però precisato che è ancora presto e che il potenziale di lungo periodo della categoria non è stato dimostrato.

Secondo Sarwat, da anni Constellation si trova ad affrontare un problema ricorrente: deve diversificare, ma molti investitori continuano a non fidarsi della sua capacità di farlo attraverso acquisizioni, a causa degli errori del passato. In questo senso, l'acquisto di SpikedAde è al tempo stesso una mossa strategica e una prova della credibilità del management sotto la guida del nuovo amministratore delegato.

Gli analisti individuano anche motivazioni più ampie che spingono Constellation a ridurre la dipendenza dalla birra di stile messicano. Kevin Baker, responsabile della ricerca globale su birra e sidro di GlobalData, ha affermato che la società deve fare meno affidamento su un portafoglio birrario incentrato sulle importazioni dal Messico. Constellation potrebbe essere esposta a un rischio crescente di dazi sotto l'amministrazione Trump e non vi è alcuna garanzia che le condizioni commerciali tornino allo status quo precedente, ha aggiunto. Eventuali pressioni in tal senso rafforzerebbero la necessità di sviluppare la presenza in altri segmenti delle bevande alcoliche.

La categoria in cui entra Constellation presenta comunque rischi specifici. I prodotti "hard hydration" hanno attirato l'attenzione combinando aromi di bevande sportive e alcol e rivolgendosi a consumatori interessati a prodotti ipocalorici o senza zuccheri. Ma in passato le aziende del settore hanno già visto mode in rapida ascesa esaurirsi in poco tempo. Il caso recente più evidente è quello delle hard seltzer: le vendite sono aumentate rapidamente, per poi rallentare con l'intensificarsi della concorrenza e il venir meno dell'effetto novità.

Baker ha dichiarato che gli "ade" possono intercettare più tendenze di consumo, tra cui il posizionamento funzionale e i profili aromatici tipici delle bevande sportive, ma ha anche avvertito che potrebbero trasformarsi nell'ennesima moda passeggera nel mercato statunitense delle bevande. Nel breve periodo la categoria potrebbe beneficiare dell'attuale slancio, ha detto, ma investire o acquisire attività in questo segmento richiede anche tempo del management, spese di marketing e la consapevolezza che potrebbe non diventare un pilastro duraturo del mercato.

Per Constellation, l'accordo è abbastanza contenuto da limitare il rischio finanziario, ma significativo al punto da indicare una svolta strategica. Dopo diversi anni in cui la società si è in gran parte tenuta alla larga dalle grandi acquisizioni, SpikedAde

suggerisce che il management è disposto a ricorrere a operazioni mirate per ampliare il business oltre la birra. Che gli investitori considerino questa scelta un esempio di disciplina o l’inizio di una nuova espansione dall’esito incerto dipenderà probabilmente dalla rapidità di crescita del nuovo marchio e dalla capacità della categoria delle bevande pronte da bere di mantenere l’interesse dei consumatori.