vinetur

Semper idem Underberg afirma que as vendas da Underberg e da Asbach no estrangeiro cresceram cerca de 20%

O volume total vendido no estrangeiro aumentou 16% no semestre, embora a empresa não tenha divulgado os valores de vendas por marca

terça-feira, 17 de novembro de 2026



A Underberg e a Asbach aumentaram cada uma cerca de 20% o volume das vendas fora da Alemanha no primeiro semestre do exercício de 2026/27, segundo um comunicado divulgado na segunda-feira, 16 de novembro, pela Semper idem Underberg AG, o grupo alemão de bebidas espirituosas que detém ambas as marcas.

A empresa afirmou que os aumentos foram registados entre 1 de abril e 30 de setembro e comparados com o mesmo período de 2025. Não publicou valores absolutos em litros, garrafas ou caixas para nenhuma das marcas, pelo que não é possível verificar a dimensão do crescimento para além das percentagens indicadas no comunicado. Também não apresentou uma discriminação por país para a Underberg ou a Asbach.

A Semper idem Underberg afirmou que o volume total das suas vendas fora da Alemanha aumentou cerca de 16% no mesmo período de seis meses. A empresa identificou o Brasil, os Estados Unidos e os países nórdicos como mercados importantes para o crescimento da sua atividade no estrangeiro, mas não indicou o contributo de cada mercado nem se os aumentos foram impulsionados mais por uma marca do que pela outra.

Os dados apontam para uma procura internacional mais forte por duas categorias distintas de bebidas espirituosas alemãs. A Underberg é a marca de bitter de ervas do grupo, comercializada desde 1846. A Asbach é uma marca alemã de brandy, fundada em 1892 e produzida em Rüdesheim. O comunicado da empresa não discriminou o desempenho das duas marcas por mercado, preços ou composição das vendas.

O grupo, com sede em Rheinberg, afirmou que as receitas do primeiro semestre aumentaram para 68,4 milhões de euros, face a 67,7 milhões de euros no ano anterior, uma subida de cerca de 1,0% com base nos valores divulgados. Este ritmo foi inferior ao do aumento do volume vendido no estrangeiro, o que sugere que o crescimento foi desigual entre regiões ou marcas, embora a empresa não tenha fornecido dados suficientes para mostrar de que forma os preços, a composição das vendas ou os efeitos cambiais influenciaram o resultado.

A Semper idem Underberg afirmou que os aumentos no estrangeiro ocorreram num contexto de fraqueza do mercado nacional de bebidas espirituosas. Citando dados da NielsenIQ, a empresa disse que as receitas da indústria alemã de bebidas espirituosas caíram 3% nos primeiros nove meses de 2026. A empresa apresentou o seu próprio desempenho como prova de que estava a ganhar quota num mercado em declínio, embora não tenha divulgado dados sobre a sua quota de mercado.

A par dos aumentos internacionais da Underberg e da Asbach, a empresa afirmou que a sua marca St. Hubertus registou um crescimento de cerca de 17% no volume de vendas na Alemanha durante o primeiro semestre do exercício. Atribuiu o aumento a extensões de gama recentes e à inovação de produto.

A atualização sobre o desempenho das marcas foi divulgada enquanto a Semper idem Underberg avançava com o refinanciamento de uma obrigação existente. Na segunda-feira, 16 de novembro, a empresa anunciou que o seu conselho de administração, com a aprovação do conselho de supervisão, decidira emitir uma nova obrigação empresarial com vencimento em 2032 e um volume-alvo de até 45 milhões de euros. A empresa afirmou que a obrigação seria utilizada para refinanciar as suas obrigações 2022/2028.

A nova obrigação tem uma taxa de juro indicativa entre 6,00% e 6,75%, sendo o cupão final definido após o processo de construção do livro de ordens, afirmou a empresa. Aos titulares da obrigação existente 2022/2028 foi oferecida a possibilidade de a trocar pelas novas obrigações numa base de 1:1 e receber um pagamento em numerário de 5 euros por cada obrigação trocada, acrescido dos juros vencidos. O período de troca abriu na terça-feira, 17 de novembro, e decorre até 1 de dezembro, às 18h00, hora da Europa Central.

A Semper idem Underberg abriu também uma oferta pública da nova obrigação. Segundo a empresa, as subscrições através do seu site começaram na terça-feira, 17 de novembro, e decorrem até 3 de dezembro, às 18h00, hora da Europa Central. As subscrições através do sistema DirectPlace da Bolsa de Frankfurt estão previstas para decorrer de quarta-feira, 18 de novembro, até 4 de dezembro, ao meio-dia, hora da Europa Central. A subscrição mínima é de 1.000 euros, e a empresa afirmou que se

reservava o direito de encerrar a oferta antecipadamente.

Segundo a empresa, o prospeto da obrigação deveria ser aprovado na segunda-feira, 16 de novembro, pelo regulador financeiro do Luxemburgo, a Commission de Surveillance du Secteur Financier. A Semper idem Underberg afirmou que as novas obrigações se destinavam à negociação no segmento Open Market da Bolsa de Frankfurt e que estava também prevista uma colocação privada junto de investidores institucionais em países europeus selecionados, através da B. Metzler seel. Sohn & Co. Aktiengesellschaft, na qualidade de único coordenador global.

O grupo afirmou ter gerado receitas de 136,9 milhões de euros no exercício de 2025/26 e um EBITDA ajustado de 12,3 milhões de euros. Para o exercício completo de 2026/27, prevê receitas ao nível aproximado do ano anterior e um EBITDA ajustado no limite superior do intervalo previsto, entre 11 milhões e 12 milhões de euros.

A Semper idem Underberg descreve-se como produtora e distribuidora familiar de bebidas espirituosas premium. Além da Underberg e da Asbach, a sua carteira inclui PITÚ, St. Hubertus, XUXU, Zwack Unicum e Grasovka, bem como marcas de terceiros que distribui, como Amarula, BOLS, Koskenkorva Vodka, Linie Aquavit, STROH, The Standard 1894, Túnel e Ouzo of Plomari. No mesmo comunicado, a empresa afirmou que a sua unidade de distribuição na Alemanha passaria também a distribuir os whiskies Loch Lomond no país, dando continuidade à expansão da atividade com marcas parceiras.