vinetur

Constellation Brands согласилась купить SpikedAde за сумму до $353 млн

Constellation Brands возвращается к приобретениям и выходит в сегмент hard hydration на фоне замедления роста пивного бизнеса.

вторник, 13 октября 2026 г.

Constellation Brands возвращается к сделкам по приобретению компаний: она договорилась купить американский бренд готовых к употреблению напитков SpikedAde за сумму до $353 млн. Эта сделка показывает, как одна из крупнейших алкогольных компаний страны стремится диверсифицировать бизнес на фоне растущих трудностей с поддержанием роста пивного направления.

По словам компании, приобретение позволит ей занять позицию в быстрорастущем сегменте «hard hydration», где алкогольные напитки сочетают с ароматами спортивных напитков. SpikedAde выпускает четыре готовых к употреблению напитка на основе крепкого алкоголя — все они производятся с использованием водки. Constellation объявила о сделке одновременно с публикацией результатов за второй квартал 2026/27 финансового года.

Генеральный директор Nick Fink сказал аналитикам, что покупка — взвешенный способ занять лидирующие позиции в одном из самых горячих сегментов рынка готовых к употреблению алкогольных напитков. Fink, пришедший в компанию в апреле, отметил, что пиво остается ключевым направлением планов Constellation по росту, но дал понять, что компания готова добавлять продукты и в других

категориях, где дистрибьюторы отмечают рост спроса.

По его словам, портфель Constellation сравнительно прост по сравнению с портфелями конкурентов, а дистрибьюторы просят компанию выходить в более быстрорастущие сегменты. При этом он подчеркнул, что компания будет действовать избирательно и не станет гнаться за категориями, которые могут оказаться недолговечными.

Такая осторожность объясняется историей Constellation. Инвесторы годами критиковали компанию за распределение капитала после того, как несколько громких сделок не принесли ожидаемых результатов. В 2015 году Constellation заплатила $1 млрд за крафтовую пивоварню Ballast Point Brewing, а четыре года спустя продала бизнес значительно дешевле. Позже компания вернула основателям Funky Buddha Brewery и Four Corners Brewing, которые ранее приобрела. Инвестиции в канадскую компанию по производству каннабиса Canopy Growth также утратили поддержку на фоне финансовых трудностей Canopy и отсутствия продвижения к легализации марихуаны на федеральном уровне в США.

Эти неудачи заставили многих инвесторов настороженно относиться к очередному расширению бизнеса за пределы основного пивного направления Constellation, хотя сама компания становится все более специализированной. После продажи активов в винном и крепком алкогольном сегментах большая часть выручки теперь приходится на мексиканские пивные бренды, продаваемые в США, включая Modelo Especial, Corona Extra и Pacifico.

Такая концентрация объясняет, почему сделка со SpikedAde важна не только для одного бренда. В индустрии напитков крупные компании перераспределяют капитал в пользу готовых к употреблению продуктов на фоне ослабления спроса на пиво и изменения потребительских привычек. Для пивоваров, винодельческих групп и производителей крепкого алкоголя рост популярности коктейлей в банках и смежных продуктов стал одним из самых очевидных способов привлечь потребителей, которые переходят из одной категории в другую, а не сохраняют верность традиционному пиву.

Последние квартальные результаты Constellation показали как сильные стороны, так и ограничения ее пивного бизнеса. Чистые продажи пива за квартал, завершившийся 31 августа, выросли на 5%, до $2,47 млрд. Объем отгрузок увеличился на 5,5%, до 123,9 млн ящиков. Однако розничный спрос был слабее. Объем продаж дистрибьюторов розничным продавцам, отражающий динамику спроса, снизился на 0,6% из-за падения продаж Modelo Especial на 2% и Corona Extra на 5%.

Компания заявила, что динамика продаж дистрибьюторов розничным продавцам соответствовала ожиданиям рынка, а рост доли рынка в денежном выражении и доли по объему ускорился по сравнению с первым кварталом. Fink также отметил позитивную динамику в сентябре и сказал, что недавние вложения в маркетинг дают результат. По его словам, в течение квартала Constellation стала лидером по приросту доли рынка в категории алкогольных напитков; динамика сентября, добавил он, позволяет руководству рассчитывать на верхнюю границу годового прогноза по базовой прибыли на акцию.

Тем не менее инвесторы не вполне приняли эти заявления. Аналитик TD Cowen Robert Moskow сказал, что отзывы клиентов после публикации результатов были неоднозначными: многие инвесторы сомневаются, отражают ли более оптимистичные комментарии о сентябре реальный разворот базового спроса или лишь краткосрочные колебания после слабого августа. Некоторые также отметили, что улучшение не было отчетливо заметно в данных сканирования кассовых продаж, что говорит о сохраняющихся сомнениях в силе и устойчивости восстановления.

На этом фоне становится понятнее, почему Constellation вновь рассматривает возможность приобретений. Пивной бизнес остается прибыльным, но поддерживать долгосрочный рост на рынке США становится сложнее. Между тем готовые к употреблению алкогольные напитки продолжают привлекать потребителей удобством, разнообразием вкусов и продуктами на стыке категорий, заимствующими характерные черты других видов напитков.

Аналитик Bernstein Nadine Sarwat считает, что сумма сделки со SpikedAde выглядит приемлемой для компании, и отмечает, что к сентябрю текущего года Constellation потратила около $530 млн на обратный выкуп акций. По ее словам, SpikedAde быстро растет в формирующемся сегменте напитков типа «ade» и занимает около 1% рынка готовых к употреблению напитков на основе крепкого алкоголя в денежном выражении, согласно данным Nielsen. Однако она также подчеркнула, что говорить о долгосрочном потенциале категории пока рано и он еще не доказан.

Sarwat отметила, что Constellation годами сталкивается с одной и той же проблемой: компании необходимо диверсифицировать бизнес, но многие инвесторы по-прежнему не доверяют ее способности делать это за счет приобретений из-за прежних ошибок. В этом смысле покупка SpikedAde — одновременно стратегический шаг и проверка доверия к руководству во главе с новым генеральным директором.

Аналитики видят и более широкие причины, по которым Constellation стоит снизить зависимость от мексиканского пива. Kevin Baker, руководитель исследований мирового рынка пива и сидра в GlobalData, сказал, что компании необходимо меньше полагаться на портфель, основу которого составляет пиво из Мексики. По его словам, при администрации Trump компания может столкнуться с ростом тарифных рисков, и нет гарантий, что условия торговли вернутся к прежнему статус-кво. Такое давление стало бы дополнительным доводом в пользу расширения присутствия в других сегментах алкогольной индустрии.

Однако у сегмента, в который выходит Constellation, есть и собственные риски. Продукты категории «hard hydration» привлекли внимание сочетанием алкогольных напитков со вкусами спортивных напитков и привлекательностью для потребителей, которые выбирают низкокалорийные продукты или напитки без сахара. Но в алкогольной индустрии уже случалось, что быстро набиравшие популярность тренды сходили на нет. Самый наглядный недавний пример — хард-зельцеры: продажи резко выросли, а затем пошли на спад по мере усиления конкуренции и потери эффекта новизны.

Baker сказал, что напитки типа «ade» могут одновременно отвечать нескольким потребительским трендам, в том числе предлагать функциональные свойства и вкусы, характерные для спортивных напитков. Но он также предупредил, что они могут стать очередным недолговечным трендом на рынке напитков США. По его словам, в краткосрочной перспективе сегмент может выиграть от набранной динамики, однако его развитие или покупка бизнеса в этой категории потребует времени руководства, расходов на маркетинг и готовности к тому, что сегмент может так и не стать устойчивой частью рынка.

Для Constellation сделка достаточно невелика, чтобы ограничить финансовый риск, но достаточно значима, чтобы обозначить стратегический поворот. После нескольких лет, когда компания в основном воздерживалась от крупных приобретений, сделка со SpikedAde показывает, что руководство готово использовать точечные покупки для расширения бизнеса за пределы пивного направления. Сочтут ли инвесторы этот шаг проявлением взвешенной дисциплины или началом очередной рискованной экспансии, вероятно, будет зависеть от того, как быстро вырастет новый бренд и сохранит ли более широкая категория готовых к употреблению напитков интерес потребителей.