vinetur

Sazerac acquiert Au Vodka pour renforcer sa position au Royaume-Uni

L’opération ajoute une marque galloise en forte croissance, aux ambitions mondiales dans la vodka et les boissons prêtes à boire.

mardi 15 septembre 2026



Sazerac a acquis Au Vodka, la marque de vodka et de boissons prêtes à boire en forte croissance fondée à Swansea, au pays de Galles, en 2015, dans le cadre d'un accord visant à renforcer la position du groupe américain des spiritueux au Royaume-Uni et à élargir la présence d'Au sur les marchés étrangers. Les conditions financières n'ont pas été divulguées.

La transaction intègre l'une des marques de spiritueux récentes les plus connues du Royaume-Uni au portefeuille mondial de Sazerac, à un moment où les grands groupes de boissons continuent de chercher la croissance à la fois par acquisitions et par développement organique des marques. Sazerac a indiqué que le Royaume-Uni est un

marché important pour le groupe et a décrit cet achat comme faisant partie de sa stratégie continue d'investissement dans les marques et d'élargissement de sa présence internationale.

Au Vodka a été créée par Charlie Morgan et Jackson Quinn, avec l'animateur et DJ Charlie Sloth qui a ensuite rejoint le capital en tant qu'investisseur. La marque a bâti son identité autour d'une bouteille dorée distinctive et d'un style marketing qui l'a aidée à se démarquer sur un marché de la vodka très encombré. Elle emploie désormais plus de 80 personnes, selon l'entreprise, et commercialise ses produits dans tout le Royaume-Uni ainsi que sur un nombre croissant de marchés internationaux.

Morgan a déclaré que la vente marque la prochaine étape d'une entreprise qui a commencé avec une idée simple dans le sud du pays de Galles et s'est rapidement imposée comme un grand nom de la vodka premium et des produits prêts à boire. Il a dit que l'appartenance à Sazerac devrait permettre à la marque d'entrer sur davantage de marchés plus rapidement qu'elle ne pourrait le faire seule, tout en préservant les qualités qui ont fait son succès.

Jake Wenz, président-directeur général de Sazerac, a déclaré que le groupe admirait Au Vodka depuis longtemps et considérait son essor depuis 2015 comme inhabituel tant par sa rapidité que par son ampleur. Il a dit que l'acquisition donne à Sazerac une position plus solide au Royaume-Uni tout en créant une voie pour une croissance mondiale plus large d'Au sous l'égide de l'entreprise.

L'accord est significatif pour l'ensemble du secteur des boissons, car il ajoute une autre marque reconnue entre les mains d'un grand propriétaire international à un moment où la concurrence est déjà intense dans la vodka et les alcools prêts à boire. Au Royaume-Uni, cette combinaison pourrait accroître la pression sur les fournisseurs concurrents de spiritueux pour obtenir de la place en rayon, des références sur les cartes des bars et l'attention des réseaux de distribution. Elle pourrait aussi affecter les grossistes, les détaillants et les opérateurs de l'hôtellerie-restauration, Sazerac disposant d'une marque supplémentaire à proposer aux côtés de ses produits existants dans les négociations sur l'ensemble du marché.

Au rejoint le vaste portefeuille de Sazerac, qui comprend notamment Buffalo Trace Bourbon, BuzzBallz, Paul John Single Malt, Fireball Cinnamon Whisky, Southern Comfort, SVEDKA Vodka, Myers's Rum et Paddy's Irish Whiskey, entre autres. L'ajout d'Au offre à Sazerac une nouvelle référence dans la vodka tout en renforçant son exposition au segment des boissons prêtes à boire, devenu un axe de croissance important pour de nombreuses entreprises du secteur en quête de consommateurs plus jeunes et d'occasions de consommation davantage axées sur la praticité.

L'acquisition souligne aussi l'approche de croissance suivie de longue date par Sazerac. L'entreprise s'est développée en combinant investissements soutenus, construction de marques sur le long terme et acquisitions ciblées. Sa dernière initiative au Royaume-Uni montre qu'elle voit encore des marges de développement dans un marché qui demeure l'un des plus compétitifs et des plus stratégiques pour les groupes internationaux de boissons, en particulier dans les spiritueux premium et les produits alcoolisés aromatisés conditionnés.

Cet accord intervient après une autre récente opération d'entreprise impliquant Sazerac. Le groupe avait formulé ce qui a été décrit comme une approche non sollicitée auprès de Brown-Forman, mais cette tentative a été rejetée. Dans ce contexte, l'achat d'Au constitue une étape d'expansion plus classique, offrant à Sazerac une marque déjà établie en Grande-Bretagne et qui dispose encore d'une marge de progression à l'international.

Pour Au Vodka, ce changement d'actionnaire pourrait se traduire par une distribution plus large, un soutien opérationnel renforcé et un accès plus facile aux marchés d'exportation. Pour Sazerac, il s'agit d'une marque à l'identité claire, dotée d'une base de consommateurs déjà acquise et d'un point d'appui dans une partie du marché de l'alcool où l'image, la portée marketing et l'efficacité du dispositif de mise sur le marché peuvent faire une grande différence. L'acquisition ajoute aussi une étiquette née au Royaume-Uni et déjà reconnue localement, à un moment où les grands groupes de spiritueux continuent de se disputer des marques capables de voyager au-delà de leur marché d'origine.