vinetur

Le retrait de RNDC redessine la distribution des boissons alcoolisées aux États-Unis

Les grossistes en bière se sont emparés des marchés de RNDC, accélérant la diversification vers le vin, les spiritueux et les boissons prêtes à consommer.

mardi 6 octobre 2026



La distribution des boissons alcoolisées aux États-Unis se transforme. De grands grossistes dépassent leurs créneaux traditionnels — bière, vin ou spiritueux — pour constituer des portefeuilles plus diversifiés. Cette évolution s'est accélérée après que Republic National Distributing Company a commencé à céder ses activités dans plusieurs États et s'est placée sous la protection de la loi sur les faillites.

Cette évolution est particulièrement visible dans la course aux actifs de RNDC. Les distributeurs de bière figurent parmi les acquéreurs les plus actifs, prenant pied sur des marchés longtemps contrôlés par l'un des plus grands grossistes en vin et spiritueux du pays. Craig Purser, président-directeur général de la National Beer Wholesalers Association, a déclaré que le vaste réseau de distribution de bière était intervenu lorsque RNDC s'est retirée, afin que les produits continuent d'arriver dans les magasins sans perturbation majeure.

Parmi les entreprises qui ont repris d'anciens marchés de RNDC figurent Reyes Beverage Group, Quality Brands, Columbia Distributing, Morales Beverage Group et Manhattan Beer & Beverage. La plus importante opération a été menée par Reyes, basée à Chicago et premier grossiste en bière des États-Unis, qui a racheté une large part des activités de RNDC dans le cadre d'un accord portant sur 11 marchés ayant généré plus de 5 milliards de dollars de chiffre d'affaires l'an dernier. Cette expansion a propulsé Reyes Beverage Group Spirits and Wine à la troisième place des grossistes en vin et spiritueux aux États-Unis, derrière Southern Glazer's et Breakthru.

Reyes présente cette évolution comme un élément d'une stratégie plus large, et non comme une réaction ponctuelle à l'effondrement de RNDC. Tom Day, directeur général de Reyes Beverage Group, a indiqué que l'entreprise avait développé son activité en élargissant sa présence sur de nouveaux marchés, en renforçant ses équipes, ses relations avec les fournisseurs et ses capacités opérationnelles, par des acquisitions comme par une croissance interne. Reyes cherche, selon lui, à développer dans toute l'entreprise une connaissance approfondie des différentes catégories afin de déployer une stratégie globale dans les boissons, soutenue par de nouveaux investissements dans la technologie, les infrastructures et les effectifs.

La même stratégie se développe dans le secteur du vin et des spiritueux. Southern Glazer’s, le premier grossiste en vin et spiritueux du pays, a annoncé en juillet qu’il retirerait la mention « Wine & Spirits » de sa raison sociale au début de 2027. Mark Chaplin, président des ventes commerciales, a expliqué que ce changement devait refléter une activité qui dépasse déjà largement son cœur de métier traditionnel. La bière, les boissons prêtes à consommer et les boissons sans alcool ont largement motivé cette décision, a-t-il précisé, tout en ajoutant que l’entreprise ne délaissait pas son activité principale dans le vin et les spiritueux.

Selon l’entreprise, Southern Glazer’s réalise déjà plus d’un milliard de dollars de chiffre d’affaires annuel dans la bière. Elle a renforcé sa présence dans ce secteur par des acquisitions. L’an dernier, elle a conclu un accord pour racheter l’activité de distribution d’Anheuser-Busch à New York et créé Southern Glazer’s Beverage Company of New York, qui couvre Manhattan, Queens, Staten Island et le Bronx. Cette année, elle a poursuivi avec des accords concernant Clare Rose à Long Island et Eagle Rock Distributing Company dans le Colorado. Mark Chaplin a indiqué que l’une des principales priorités de l’entreprise était de déployer dans les activités nouvellement acquises les outils numériques et les technologies commerciales développés dans son activité historique.

D’autres distributeurs élargissent également leur périmètre. Dans le Massachusetts, Martignetti Companies a conclu le mois dernier un accord pour acquérir Girardi, un distributeur familial de quatrième génération implanté dans le centre et l’ouest de l’État, pour un montant non communiqué. Girardi distribue le portefeuille d’Anheuser-Busch ainsi que d’autres marques de bière, de vin et de spiritueux. Martignetti a indiqué que l’opération, dont la finalisation est prévue cet automne, soutiendrait son objectif : proposer aux clients de Nouvelle-Angleterre une offre plus complète de boissons alcoolisées, allant du vin et de la bière aux spiritueux et aux boissons prêtes à consommer. Cette transaction constituerait la troisième expansion récente de Martignetti dans la distribution de bière au Massachusetts, après ses opérations concernant Quality Beverage et l’activité AB One Boston en 2024.

Breakthru Beverage évolue également dans cette direction. Le rachat de J.J. Taylor en 2022, sur le marché du Minnesota, a renforcé sa présence dans la bière et élargi son offre à l'ensemble des boissons. Cette année, Breakthru avait prévu de racheter les activités de RNDC dans le Kentucky et l'Indiana, mais s'est retiré de ce projet en août. À la suite de ce retrait, Keg 1 River City a signé un accord d'achat pour les actifs du Kentucky, tandis que Morales Beverage Group a signé une lettre d'intention en vue d'acquérir l'activité dans l'Indiana.

Un système de distribution où les frontières entre bière, vin, spiritueux, cocktails prêts à consommer et boissons sans alcool sont moins rigides est en train de se dessiner. Pendant des décennies, de nombreux grossistes ont bâti leur activité autour d'une seule catégorie, avec souvent des équipes commerciales, des systèmes d'entreposage et des relations fournisseurs distincts. Désormais, la taille, la logistique, la demande des détaillants et l'évolution des habitudes de consommation poussent le secteur vers des portefeuilles plus larges, capables d'acheminer plusieurs types de produits dans un même camion et de les vendre au sein d'une même organisation commerciale.

Pour les producteurs, les importateurs et les propriétaires de marques, cette évolution pourrait avoir des conséquences majeures sur l'accès au marché américain. À mesure que les distributeurs élargissent leur offre et reprennent davantage de territoires, un nombre croissant de fournisseurs pourraient devoir travailler avec un groupe plus restreint de grandes entreprises capables de représenter simultanément la bière, le vin, les spiritueux et d'autres boissons. Certaines marques pourraient ainsi bénéficier d'une couverture plus étendue et d'un accompagnement commercial mieux coordonné, mais les relations commerciales se concentreraient aussi entre les mains d'un nombre réduit de distributeurs.

Les détaillants devraient également ressentir les effets de cette évolution. Un grossiste de grande taille proposant de la bière, des spiritueux, du vin et des boissons prêtes à consommer peut offrir aux magasins et aux restaurants un éventail plus large de produits dans le cadre d'une seule relation fournisseur. Dans le même temps, la croissance de ces distributeurs pourrait modifier les rapports de force dans les négociations, en particulier sur les marchés où les acquisitions ne laissent qu'un nombre limité d'acteurs majeurs.

La vague actuelle d’opérations est en grande partie liée aux bouleversements provoqués par le retrait de RNDC, mais les dirigeants du secteur la présentent comme un réalignement de long terme plutôt que comme une réponse temporaire. Les entreprises qui procèdent à des acquisitions investissent non seulement dans des territoires et des droits de distribution de marques, mais aussi dans des systèmes capables de soutenir les ventes mult catégories. Il s’agit notamment de logiciels destinés aux équipes de terrain, de plateformes numériques centralisées et de réseaux d’entreposage et de livraison conçus pour traiter une gamme de produits plus étendue.

La carte de la distribution aux États-Unis se redessine ainsi marché après marché. Les grossistes en bière deviennent des distributeurs de vin et de spiritueux. Les grossistes en vin et spiritueux se développent dans la bière. Les opérateurs régionaux familiaux s’appuient sur les acquisitions pour suivre le rythme des groupes nationaux. Et à mesure que ces frontières s’estompent, l’organisation de l’approvisionnement des magasins, des bars et des restaurants en vin, bière, spiritueux et nouvelles catégories de boissons évolue elle aussi.