vinetur

El Tequileño recrute Rick Tigner pour accélérer sa distribution aux États-Unis

L’ancien dirigeant de Jackson Family Wines renforcera les liens avec les distributeurs, après que la marque a atteint 63 000 caisses aux États-Unis en 2025.

mercredi 7 octobre 2026



Paradise Spirits a annoncé mardi que Rick Tigner, ancien directeur général de longue date de Jackson Family Wines, avait rejoint l'équipe dirigeante d'El Tequileño. La marque de tequila cherche à élargir sa distribution aux États-Unis et sur d'autres marchés.

L'entreprise a indiqué que Tigner apporterait son expérience des ventes internationales, de la gestion des distributeurs, des stratégies de commercialisation et du développement des marques. Selon Paradise Spirits, il s'attachera à renforcer les capacités commerciales et les relations avec les distributeurs, tout en contribuant à guider l'expansion d'El Tequileño aux États-Unis et sur certains marchés internationaux.

Cette nomination intervient alors qu'El Tequileño connaît une croissance rapide aux États-Unis, à partir d'un niveau encore modeste. Selon les données d'Impact Databank citées par Shanken News Daily, la marque a atteint 63 000 caisses aux États-Unis en 2025, après avoir été multipliée par environ trois au cours des trois années précédentes. La source qualifiant cette progression d'approximative, la comparaison avec le niveau antérieur l'est également ; une multiplication par trois situerait toutefois la marque autour de 21 000 caisses environ trois ans plus tôt. Cela représenterait une hausse d'environ 42 000 caisses sur la période et un taux de croissance annualisé d'environ 44 %.

Le chiffre de 63 000 caisses donne le contexte de cette nomination, mais ne constitue pas une nouvelle mise à jour des ventes pour le mois d'octobre. Le rapport ne précise ni les ventes en valeur, ni les prix, ni la répartition trimestrielle. Cette progression en volume montre néanmoins clairement pourquoi Paradise Spirits fait appel à un cadre supérieur doté d'une solide expérience de l'exécution commerciale et des relations avec les distributeurs.

Dans des déclarations publiées avec l'annonce, Wayne Henuset, fondateur et président de Paradise Spirits, a indiqué que Tigner comprenait les différents aspects de la construction d'une marque de boissons durable, du produit lui-même aux partenariats avec les distributeurs et aux liens avec les consommateurs. Selon Henuset, l'expérience et le jugement de Tigner seront importants pour tirer parti de la

dynamique récente et accéder à ce que l’entreprise considère comme la prochaine étape de sa croissance.

Pour El Tequileño, le calendrier de cette nomination est important. Dans le secteur américain des spiritueux, la croissance d’une marque dépend souvent de sa capacité à gérer les relations avec les grossistes, la couverture du marché et le parcours des produits, du producteur au détaillant. Paradise Spirits a indiqué que l’expérience de Tigner dans ces domaines était l’une des principales raisons de son arrivée au sein de l’équipe dirigeante.

Dans le communiqué de l’entreprise, Tigner a déclaré qu’El Tequileño possédait des atouts favorables à une croissance internationale à long terme. Il a cité l’authenticité de la marque, la qualité de sa tequila, l’engagement de ses propriétaires et une histoire ancrée dans une famille et un terroir. Il a également dit entrevoir de belles perspectives pour l’entreprise.

Dans son article sur cette nomination, Shanken News Daily a présenté El Tequileño comme une marque de tequila « Hot Prospect » d’Impact. La publication a indiqué que Tigner arrivait après une longue carrière chez Jackson Family Wines, l’une des entreprises viticoles les plus connues des États-Unis, apportant ainsi à El Tequileño un cadre expérimenté des différents marchés et circuits de distribution.

El Tequileño a été fondée en 1959 par Don Jorge Salles Cuervo et est produite à la distillerie La Guarreña. L’entreprise n’a pas communiqué d’autres données opérationnelles pour 2026 dans le rapport, mais Paradise Spirits a clairement indiqué que ce changement à la tête de l’entreprise s’inscrivait dans une démarche plus large visant à étendre la portée commerciale de la marque, après la forte hausse de son volume de ventes en caisses aux États-Unis jusqu’en 2025.