vinetur

Stoli reprend ses activités aux États-Unis après un accord dans le cadre de la procédure Chapter 11 qui débloque les expéditions

Stoli prévoit de revenir rapidement en rayon aux États-Unis grâce à ses stocks sous douane et à des distributeurs comme Empire Merchants et Johnson Brothers.

mardi 10 novembre 2026



Stoli Group a annoncé lundi 9 novembre avoir repris ses activités aux États-Unis après avoir achevé sa restructuration dans le cadre de la procédure Chapter 11 et conclu un accord avec les créanciers de sa filiale américaine. Selon l'entreprise, cet accord ouvre la voie à la reprise des expéditions de produits et à la reconstruction de son réseau de distribution sur un marché clé.

Le groupe de boissons basé au Luxembourg a indiqué que l'accord réglait les différends antérieurs concernant les droits de distribution de Stoli Group (USA) et clarifiait la situation des stocks restants ainsi que des obligations financières. Stoli n'a pas dévoilé les modalités financières de l'accord ni identifié les créanciers concernés.

L'entreprise a indiqué que MHW Ltd. ferait office d'importateur officiel et qu'elle travaillerait avec ses partenaires grossistes historiques, notamment Empire Merchants à New York et Johnson Brothers. Stoli a également annoncé être en pourparlers avec d'autres distributeurs et prévoir de communiquer de nouvelles informations une fois ces accords conclus.

Stoli a précisé disposer déjà de stocks dans un entrepôt sous douane aux États-Unis, ce qui devrait lui permettre de commencer à honorer les commandes des distributeurs à mesure que les ventes reprendront sur les marchés concernés. Après le processus de restructuration, l'objectif immédiat de l'entreprise est de rétablir une présence stable et durable dans tout le pays.

Pour le secteur américain des boissons, l'accord pourrait avoir des répercussions qui dépassent le simple retour d'une marque en rayon. Le règlement des questions liées aux droits de distribution, aux stocks invendus et aux obligations de paiement peut rouvrir l'accès aux produits sur l'un des plus grands marchés mondiaux des spiritueux, réduire les incertitudes pour les grossistes et les détaillants et rétablir l'approvisionnement dans des catégories comme la vodka, la tequila, le whisky et le rhum.

Stoli a indiqué que son portefeuille américain serait plus étoffé qu'auparavant. Outre les vodkas Stoli et elit, l'entreprise a annoncé l'ajout de cinq produits à sa gamme aux États-Unis : la vodka Moskovskaya, les tequilas Rooster Rojo et KAH, ainsi que les whiskies irlandais The Irishman et Writers' Tears. Elle a également annoncé le retour de

Bayou Rum, produit à Lacassine, en Louisiane, avec une recette, un emballage et un positionnement tarifaire actualisés.

Cette nouvelle gamme laisse penser que l'entreprise cherche à élargir son attractivité sur un marché où les fournisseurs s'appuient de plus en plus sur une stratégie de portefeuille plutôt que sur une seule marque phare. Pour les distributeurs, cela peut se traduire par davantage de produits à commercialiser dans le cadre d'une même relation avec un fournisseur. Pour Stoli, cela pourrait permettre de regagner des linéaires et des emplacements dans les bars après une période durant laquelle ses activités américaines ont été soumises à une procédure de restructuration supervisée par la justice.

Dans un communiqué, Marina Troyanovskaya, directrice commerciale de Stoli Group, a déclaré que l'entreprise comptait sur les produits déjà présents dans le pays et sur des partenaires de longue date qui connaissent ses marques. Elle a également indiqué que les équipes commerciales et marketing préparaient de nouvelles campagnes aux États-Unis.

Stoli a également annoncé étudier la possibilité de produire aux États-Unis ses vodkas aromatisées Stoli ainsi qu'un nouveau mélangeur sans alcool, Stoli Ginger Beer. Ces projets n'ont pas encore été finalisés, mais ils témoignent d'une volonté de développer les activités locales et de répondre à la demande de spiritueux aromatisés ainsi que de produits associés sans alcool ou à faible teneur en alcool.

Selon l'entreprise, Stoli Group commercialise ses marques dans plus de 95 pays grâce à un réseau de plus de 170 distributeurs. Son portefeuille élargi comprend des spiritueux, des vins et des boissons sans alcool. Aux États-Unis, cependant, l'enjeu immédiat sera de déterminer si l'entreprise peut rétablir rapidement un approvisionnement régulier et conclure suffisamment d'accords de distribution à l'échelle des États et des régions pour transformer ce nouveau départ juridique et financier en un regain des ventes.