vinetur

Stoli riprende le attività negli Stati Uniti dopo l’accordo con i creditori seguito alla richiesta di bancarotta

Il marchio di vodka torna sul mercato con un nuovo importatore e un lancio graduale, cercando di riconquistare spazio sugli scaffali durante la ristrutturazione

domenica 15 novembre 2026



Stoli ha ripreso le attività negli Stati Uniti dopo aver raggiunto un accordo con i creditori in seguito alla richiesta di bancarotta presentata all'inizio dell'anno, riaprendo un mercato chiave per un marchio di vodka che, durante la ristrutturazione, era rimasto fuori dalla normale attività commerciale negli Stati Uniti.

Da sabato 14 novembre, la società è tornata sul mercato statunitense con una nuova struttura commerciale, che comprende MHW come importatore e nuovi accordi di distribuzione, secondo le informazioni disponibili sul rilancio. La ripartenza dovrebbe essere graduale, anziché immediata in tutto il Paese: la disponibilità dei prodotti dovrebbe quindi ripristinarsi mercato per mercato, invece che con un ritorno simultaneo su scala nazionale.

Stoli Group aveva avviato una procedura di bancarotta dopo aver incontrato difficoltà finanziarie. In seguito, la società ha negoziato con i creditori condizioni che le hanno permesso di riprendere le attività negli Stati Uniti. La procedura di bancarotta è ancora in corso, mentre l'azienda torna a operare commercialmente in uno dei mercati più importanti per i distillati importati.

Il ritorno offre a Stoli la possibilità di ricostruire un'attività che dipende in larga misura dai rapporti con i distributori, dalla presenza nei punti vendita e dalla visibilità in bar e ristoranti. Questi legami possono essere difficili da ripristinare dopo una richiesta di bancarotta, soprattutto in un mercato della vodka affollato, dove lo spazio sugli scaffali e la presenza nei menu sono limitati e i concorrenti non lasciano a lungo spazi liberi. Un lancio graduale significa inoltre che l'azienda avrà probabilmente bisogno di tempo per ripristinare le scorte, riallacciare i rapporti con le reti di distribuzione statali e locali e convincere gli acquirenti a reinserire regolarmente il marchio nell'assortimento.

La società ha dichiarato di voler ricostruire la propria quota di mercato negli Stati Uniti con strategie di marketing e di prodotto orientate ai gusti attuali dei consumatori. L'obiettivo, quindi, non è soltanto riportare le bottiglie nella filiera, ma anche convincere grossisti, rivenditori e consumatori che, dopo un periodo di difficoltà finanziarie, il marchio può tornare a essere un fornitore stabile nel lungo periodo.

Per il settore delle bevande, la ripartenza potrebbe avere effetti che vanno oltre un singolo marchio di vodka. Ridisegna la rete distributiva di un gruppo internazionale di distillati negli Stati Uniti e offre un'indicazione di quanto sia difficile per un marchio di liquori ritrovare slancio dopo l'insolvenza. Importatori, distributori e marchi concorrenti seguono da vicino queste riprese, perché possono modificare l'accesso allo spazio sugli scaffali, le pressioni sui prezzi e le strategie di portafoglio nel settore dei distillati.

Gli analisti citati nel rapporto hanno considerato lo sviluppo un segnale positivo per il marchio, indicando la possibilità di un rinnovato interesse dei consumatori se Stoli riuscirà a realizzare efficacemente il rilancio. Tuttavia, il ritorno sul mercato non ripristina di per sé le vendite perdute né la precedente posizione di mercato. L'azienda deve ancora affrontare il compito concreto di ricostruire la distribuzione, riconquistare la fiducia dei partner commerciali e dimostrare che la riorganizzazione può garantire forniture affidabili negli Stati Uniti.

La categoria della vodka negli Stati Uniti resta altamente competitiva, con marchi nazionali e importati affermati che si contendono il mercato puntando su prezzo, posizionamento premium e marketing. In questo contesto, il ritorno di un'azienda che ha presentato istanza di bancarotta dipende da più della notorietà del nome. Conta anche la rapidità con cui i prodotti tornano nei negozi, l'ampiezza della rete distributiva e la capacità dell'azienda di offrire a grossisti e rivenditori motivi chiari per sostenere il rilancio. Stoli torna ora a misurarsi con questa sfida mentre la ristrutturazione prosegue sullo sfondo.