vinetur

Stoli retoma atividade nos EUA após acordo ao abrigo do Capítulo 11 desbloquear expedição de produtos

A Stoli afirma que as existências num entreposto aduaneiro poderão acelerar o regresso às prateleiras, através de distribuidores como a Empire Merchants e a Johnson Brothers

terça-feira, 10 de novembro de 2026



A Stoli Group anunciou na segunda-feira, 9 de novembro, que retomou a atividade nos Estados Unidos, após concluir a reestruturação ao abrigo do Capítulo 11 e chegar a acordo com os credores da sua unidade norte-americana. Segundo a empresa, o acordo abre caminho à retoma da expedição de produtos e à reconstrução da sua rede de distribuição num mercado estratégico.

A empresa de bebidas sediada no Luxemburgo afirmou que o acordo resolve divergências anteriores relativas aos direitos de distribuição da Stoli Group (USA) e aborda as existências remanescentes e as obrigações financeiras. A Stoli não divulgou os termos financeiros do acordo nem identificou os credores envolvidos.

A empresa afirmou que a MHW Ltd. será o importador oficial, enquanto trabalha com parceiros grossistas já estabelecidos, incluindo a Empire Merchants, em Nova Iorque, e a Johnson Brothers. A Stoli afirmou também que está em negociações com outros distribuidores e que prevê divulgar mais informações à medida que esses acordos forem concluídos.

A Stoli afirmou que já dispõe de existências num entreposto aduaneiro nos EUA, o que deverá permitir-lhe começar a satisfazer encomendas dos distribuidores à medida que as vendas forem retomadas nos mercados participantes. Após o processo de reestruturação, o objetivo imediato da empresa é restabelecer uma presença estável e duradoura em todo o país.

Para o setor das bebidas nos EUA, o acordo poderá ter efeitos que vão além do regresso de uma marca às prateleiras. A resolução de questões relativas aos direitos de distribuição, aos produtos por vender e às obrigações de pagamento pode voltar a abrir o acesso a produtos num dos maiores mercados de bebidas espirituosas do mundo, reduzindo a incerteza para grossistas e retalhistas e restabelecendo o abastecimento em categorias como vodka, tequila, whisky e rum.

A Stoli afirmou que o seu portefólio nos EUA será mais amplo do que anteriormente. Além da vodka Stoli e da elit vodka, a empresa anunciou a inclusão de cinco produtos na oferta norte-americana: vodka Moskovskaya, tequila Rooster Rojo, tequila KAH, whiskey irlandês The Irishman e whiskey irlandês Writers’ Tears. Afirmou também que o Bayou Rum, produzido em Lacassine, no Louisiana, regressará com uma fórmula,

uma embalagem e preços atualizados.

A nova oferta sugere que a empresa procura alargar o seu apelo num mercado em que os fornecedores recorrem cada vez mais a uma estratégia de portefólio, em vez de dependerem de uma única marca de referência. Para os distribuidores, isso pode significar mais produtos para colocar no mercado ao abrigo da mesma relação com o fornecedor. Para a Stoli, poderá ser uma forma de recuperar espaço nas prateleiras e presença nos bares, após um período em que a atividade da empresa nos EUA esteve condicionada por uma reestruturação supervisionada por um tribunal.

Marina Troyanovskaya, diretora comercial da Stoli Group, afirmou num comunicado que a empresa está a apoiar-se nos produtos que já se encontram no país e em parceiros de longa data que conhecem as suas marcas. Disse ainda que as equipas comerciais e de marketing estão a preparar novas campanhas nos Estados Unidos.

A Stoli afirmou que está também a estudar a produção nos EUA de vodkas aromatizadas Stoli e de uma nova bebida não alcoólica para mistura, a Stoli Ginger Beer. Os planos ainda não foram finalizados, mas apontam para uma tentativa de alargar as operações locais e acompanhar a procura tanto por bebidas espirituosas aromatizadas como por produtos complementares sem álcool ou com baixo teor alcoólico.

Segundo a empresa, a Stoli Group comercializa as suas marcas em mais de 95 países, através de uma rede com mais de 170 distribuidores. O portefólio mais amplo inclui bebidas espirituosas, vinhos e bebidas não alcoólicas. Nos Estados Unidos, porém, o teste imediato será perceber se a empresa consegue restabelecer rapidamente um abastecimento regular e garantir acordos de distribuição estaduais e regionais suficientes para converter a sua reestruturação jurídica e financeira num novo impulso às vendas.