vinetur

Stoli retoma operações nos EUA após acordo com credores na sequência de pedido de falência

A marca de vodka regressou com um novo importador e uma distribuição gradual, numa tentativa de recuperar espaço nas prateleiras durante a reestruturação

domingo, 15 de novembro de 2026



A Stoli retomou as operações nos Estados Unidos depois de chegar a acordo com os credores, na sequência de um pedido de falência apresentado no início do ano. Reabre-se assim um mercado fundamental para uma marca de vodka que esteve afastada da atividade comercial normal nos EUA durante a sua reestruturação.

A partir de sábado, 14 de novembro, a empresa regressou ao mercado norte-americano com uma nova estrutura comercial, que inclui a MHW como importadora e novos acordos de distribuição, segundo as informações disponíveis sobre o relançamento. O reinício deverá ser gradual, em vez de imediato em todo o país, o que sugere que a disponibilidade dos produtos será recuperada mercado a mercado, em vez de através de uma reposição nacional simultânea.

A Stoli Group entrou em processo de falência depois de enfrentar dificuldades financeiras. Mais tarde, a empresa negociou condições com os credores que lhe permitiram retomar as operações nos EUA. O processo de falência continua em aberto, embora a empresa esteja a regressar à atividade comercial num dos mercados mais importantes para as bebidas espirituosas importadas.

O regresso dá à Stoli a oportunidade de reconstruir um negócio que depende em grande medida das relações com os distribuidores, da presença nos retalhistas e da visibilidade em bares e restaurantes. Estas ligações podem ser difíceis de restabelecer após um pedido de falência, sobretudo num mercado da vodka muito concorrido, onde o espaço nas prateleiras e a presença nas cartas são limitados e os concorrentes não demoram a ocupar as oportunidades. Uma distribuição gradual também significa que a empresa deverá precisar de tempo para repor os stocks, restabelecer ligações com as redes de distribuição estaduais e locais e convencer os compradores a voltar a incluir a marca regularmente na oferta.

A empresa afirmou que pretende recuperar quota de mercado nos EUA com estratégias de marketing e de produto orientadas para os gostos atuais dos consumidores. O foco não está apenas em fazer regressar as garrafas à cadeia de abastecimento, mas também em convencer grossistas, retalhistas e consumidores de que a marca pode voltar a ser um fornecedor estável a longo prazo, depois de um período de dificuldades financeiras.

Para o setor das bebidas, este reinício poderá ter efeitos que vão além de uma marca de vodka. Reconfigura o mapa da distribuição, nos Estados Unidos, de um grupo internacional de bebidas espirituosas destiladas e permite avaliar a dificuldade de uma marca de bebidas alcoólicas recuperar o dinamismo após uma insolvência. Importadores, distribuidores e marcas concorrentes acompanham de perto estas recuperações, uma vez que podem alterar o acesso ao espaço nas prateleiras, a pressão sobre os preços e as estratégias de portefólio em todo o setor das bebidas espirituosas.

Os analistas citados na reportagem consideraram o desenvolvimento um sinal positivo para a marca, apontando para a possibilidade de um renovado interesse dos consumidores caso a Stoli execute eficazmente o relançamento. Ainda assim, o regresso ao mercado não repõe, por si só, as vendas perdidas nem a posição que a marca ocupava anteriormente. A empresa continua a ter pela frente a tarefa mais prática de reconstruir a distribuição, recuperar a confiança dos parceiros comerciais e demonstrar que a sua reorganização pode garantir um abastecimento fiável nos EUA.

A categoria da vodka nos EUA continua a ser muito concorrida, com marcas nacionais e importadas consolidadas a competir em preço, posicionamento premium e marketing. Neste contexto, o regresso de uma empresa insolvente depende de mais do que o reconhecimento da marca. Depende também da rapidez com que os produtos voltam a estar disponíveis nas lojas, da amplitude da rede de distribuição e da capacidade da empresa para apresentar aos grossistas e retalhistas razões claras para apoiarem o relançamento. A Stoli está agora a reentrar neste processo, enquanto a sua reestruturação prossegue em paralelo.