vinetur

Campari vende Bisquit & Dubouché Cognac y Cabo Wabo Tequila a Cobblestone

La operación responde al plan del grupo para concentrar recursos en menos negocios prioritarios

lunes 10 de agosto de 2026



Campari Group anunció el pasado 6 de agosto la venta de Bisquit & Dubouché Cognac y Cabo Wabo Tequila a Cobblestone Brands, compañía irlandesa de espirituosos premium con sede en Dublín. La operación se refiere a la compraventa de activos y derechos comerciales de ambas marcas y su cierre está previsto antes del próximo 31 de octubre.

La empresa italiana vincula esta desinversión a su plan para concentrar recursos en menos negocios prioritarios. Durante la presentación de los resultados del primer semestre de 2026, el consejero delegado de Campari, Simon Hunt, defendió una estrategia basada en “menos apuestas de mayor tamaño”, con la salida de activos que el grupo no considera centrales para su siguiente etapa.

Ese giro ya se había visto en otras ventas de la compañía. Campari había dado salida antes a los licores Averna y Zedda Piras, además del negocio de vermut Cinzano, dentro de una revisión de cartera orientada a ganar eficiencia operativa, reforzar la innovación y ordenar mejor su presencia por mercados.

Bisquit & Dubouché aporta a Cobblestone una casa de coñac fundada en 1819 y con una base de consumo importante en Sudáfrica y en Asia-Pacífico. Cabo Wabo, por su parte, llega con una red de distribución en más de 20 estados de Estados Unidos, lo que da al comprador una posición ya implantada en el segmento del tequila en ese país.

Para Cobblestone, la compra tiene un peso especial dentro de su expansión. La firma irlandesa ya había adquirido en 2025 las marcas de whiskey irlandés Knappogue Castle y Clontarf. Su consejero delegado, Brian Fagan, sostiene que la integración de marcas con trayectoria forma parte de la plataforma de la empresa y que su objetivo es darles más capacidad comercial y un foco más definido.

La operación reordena la cartera de Campari en dos categorías, coñac y tequila, en las que el grupo tenía marcas con implantación fuera de sus ejes principales de inversión. Al mismo tiempo, amplía el tamaño de Cobblestone en varias geografías y le permite incorporar dos enseñas con recorrido previo, una en África y Asia-Pacífico y otra en Estados Unidos.

Campari y Cobblestone no han hecho público el precio de la transacción. Tampoco han difundido datos de ventas, volumen, rentabilidad ni el alcance exacto de las existencias incluidas, por lo que no es posible calcular el peso financiero de la operación ni comparar su dimensión con otras desinversiones recientes del grupo italiano.