vinetur

Campari ने तीन मार्टिनीक रम ब्रांड बेचने के लिए बातचीत शुरू की

स्पिरिट्स समूह गैर-प्रमुख लेबल्स से छुटकारा पाकर Aperol और अन्य वैश्विक प्राथमिकता वाले ब्रांडों पर निवेश केंद्रित कर रहा है।

सोमवार, 3 अगस्त 2026



Campari ने कहा कि उसने अपने मार्टिनीक रम ब्रांड Trois Rivières, La Mauny और Duquesne को एक फ्रांसीसी

औद्योगिक खरीदार को बेचने के लिए विशेष बातचीत शुरू की है, क्योंकि इतालवी स्पिरिट्स समूह अपना ध्यान Aperol Spritz और वैश्विक प्राथमिकता वाले कुछ चुनिंदा लेबल्स पर केंद्रित कर रहा है।

कंपनी ने Bisquit & Dubouché cognac और Cabo Wabo tequila को शामिल करते हुए एक बिक्री समझौते पर भी हस्ताक्षर किए हैं, प्रबंधन ने पहली छमाही के नतीजे पेश करते समय बताया। कंपनी के अनुसार, इन पाँच ब्रांडों की बिक्री से कुल मिलाकर लगभग €30 million मिलने की उम्मीद है। Campari ने 2019 में मार्टिनीक रम ब्रांड्स को लगभग €60 million में खरीदा था, यानी मौजूदा लेनदेन से अपेक्षित प्राप्ति का लगभग दोगुना।

यह कदम एक व्यापक पोर्टफोलियो पुनर्संरचना का हिस्सा है, जिसके तहत Campari गैर-प्रमुख परिसंपत्तियों में अपनी हिस्सेदारी घटा रहा है और उन ब्रांडों के पीछे निवेश केंद्रित कर रहा है जिन्हें वह रणनीतिक मानता है। समूह ने कहा कि इन प्राथमिकता वाले लेबल्स में Aperol, Campari, Grand Marnier, Courvoisier cognac, Espolòn tequila और Skyy vodka शामिल हैं। 2025 में, उसने पहले ही Cinzano aperitifs और इतालवी digestifs Averna तथा Zedda Piras को लगभग €100 million में बेच दिया था।

मुख्य कार्यकारी Simon Hunt ने कहा कि कंपनी को कभी उन ब्रांडों में से कुछ की जरूरत नए बाजार खोलने में मदद के लिए थी, लेकिन अब ऐसा नहीं है। उन्होंने कहा कि agricole rum पोर्टफोलियो का अधिग्रहण आंशिक रूप से फ्रांस में बाजार प्रवेश का समर्थन करने के लिए किया गया था। Hunt ने कहा कि लगभग 4% पोर्टफोलियो बेचने के बाद Campari को उम्मीद है कि यह बिक्री दौर 2026 के अंत तक पूरा हो जाएगा।

ये बिक्री ऐसे समय में हो रही हैं जब Campari ने पहली छमाही के ऐसे नतीजे रिपोर्ट किए जो उम्मीदों से बेहतर रहे, जिनमें aperitifs के साथ-साथ tequila और cognac की मजबूत मांग का भी योगदान रहा। राजस्व €1.51 billion तक पहुंचा। रिपोर्टेड आधार पर यह 1% घटा, क्योंकि ब्रांड बिक्री और U.S. dollar विनिमय दर के प्रभाव ने इसे प्रभावित किया, लेकिन इन कारकों को हटाकर यह 2.7% बढ़ा।

रिपोर्टेड शुद्ध लाभ 37.7% घटकर €129 million रह गया, जिसका आंशिक कारण बिक्री के लिए रखी गई परिसंपत्तियों से जुड़े €82 million के writedowns थे। समायोजित शुद्ध लाभ एक साल पहले की तुलना में 4.7% बढ़कर €226 million हो गया, जो FactSet द्वारा सर्वे किए गए विश्लेषकों के €216 million के अनुमान से अधिक था।

व्यवसाय में वृद्धि का मुख्य इंजन aperitifs ही बने रहे। Aperol अब समूह की बिक्री का 29% हिस्सा है, और पहली छमाही में इसका राजस्व €438 million रहा, जो एक साल पहले की तुलना में 2.3% अधिक है। Campari ने Aperol और Campari के आसपास मार्केटिंग के साथ संयुक्त राज्य में अपनी कोशिशें तेज की हैं और cans, bottles तथा on draft में बेचे जाने वाले ready-to-drink spritz formats का विस्तार कर रहा है।

कंपनी ने 2026 में लगभग 3% की organic sales growth के अपने लक्ष्य की पुष्टि की और operating margin के लिए अपने दृष्टिकोण को बढ़ाया, यह कहने के बाद कि U.S. tariffs का प्रभाव पहले की अपेक्षा कम गंभीर होगा। अब वह इस प्रभाव का अनुमान वर्ष के लिए लगभग €20 million लगाती है, जो पहले के €30 million के अनुमान से कम है।

पेय क्षेत्र के लिए, यह सौदा इस बात का संकेत है कि बड़े स्पिरिट्स समूह कम ब्रांडों, अधिक मजबूत वैश्विक पैमाने और अधिक स्पष्ट उपभोक्ता अवसरों की ओर अपना रुख जारी रखे हुए हैं। इसका मतलब aperitifs, ready-to-drink cocktails और उच्च-आयतन वाले अंतरराष्ट्रीय लेबल्स में अधिक निवेश हो सकता है, जबकि छोटे क्षेत्रीय स्पिरिट्स परिसंपत्तियां तेजी से ऐसे विशेषज्ञ मालिकों के हाथों में जा रही हैं जो उन्हें उनके घरेलू बाजारों में विकसित करने के लिए बेहतर स्थिति में हो सकते हैं।