vinetur

# Campari ने Bisquit & Dubouché Cognac और Cabo Wabo Tequila को Cobblestone को बेचने पर सहमति दी

यह सौदा Campari के कम प्राथमिकता वाले लेबलों पर फोकस की दिशा में कदम को आगे बढ़ाता है और Dublin स्थित खरीदार को उसका अब तक का सबसे बड़ा अधिग्रहण देता है।

सोमवार, 10 अगस्त 2026




Campari Group ने कहा कि उसने Irish spirits company Cobblestone Brands को Bisquit & Dubouché Cognac और Cabo Wabo Tequila बेचने पर सहमति दी है, यह सौदा इतालवी समूह के अपने पोर्टफोलियो को संकुचित करने और प्राथमिकता वाले कम संख्या के लेबलों पर अधिक निवेश करने के प्रयास को आगे बढ़ाता है।

खरीदार, Cobblestone Brands, Dublin में स्थित है और premium spirits पर ध्यान केंद्रित करता है। Campari ने कहा कि लेनदेन में ब्रांड और उनसे जुड़े वाणिज्यिक अधिकार शामिल हैं। कंपनियों को उम्मीद है कि सौदा 31 अक्टूबर, 2026 से पहले, सामान्य शर्तों के अधीन, पूरा हो जाएगा। वित्तीय शर्तें सार्वजनिक नहीं की गईं।

यह बिक्री Cobblestone को दो स्थापित नाम देती है जिनकी बाजार उपस्थिति बहुत अलग है। Bisquit & Dubouché, 1819 में स्थापित एक cognac house, South Africa और Asia-Pacific markets में महत्वपूर्ण उपस्थिति रखता है। United States में जड़ों वाला tequila brand Cabo Wabo, 20 से अधिक राज्यों में वितरित है, जिससे खरीदार को ऐसी

श्रेणी में तुरंत स्थिति मिलती है जो अमेरिकी wholesalers, retailers और bar programs के लिए अब भी महत्वपूर्ण है।

Campari के लिए, यह कदम उस रणनीति में एक और चरण है जिसे executives ने “fewer bigger bets” की तलाश के रूप में वर्णित किया है। अपने first-half 2026 results में Chief Executive Simon Hunt ने कहा कि कंपनी गैर-प्राथमिकता वाली परिसंपत्तियों की समीक्षा कर रही है ताकि वह अपने core business pillars पर संसाधन केंद्रित कर सके। एक cognac और एक tequila brand की बिक्री, जो दोनों कंपनी के सबसे प्रसिद्ध वैश्विक विकास इंजनों के दायरे से बाहर हैं, उस योजना से मेल खाती है।

कंपनी ने हाल के वर्षों में अधिग्रहण और brand development के जरिए समय के साथ बने पोर्टफोलियो को सरल करने की कोशिश में पैसा लगाया है। drinks business में, इस तरह का पुनर्संरचना अक्सर श्रेणियों से बाहर निकलने से कम और इस बात के निर्णय से अधिक जुड़ा होता है कि marketing budgets, distribution teams और management attention कहाँ सबसे मजबूत रिटर्न दे सकते हैं। छोटे या कम रणनीतिक assets बेचने से उन brands के लिए धन और आंतरिक क्षमता मुक्त हो सकती है जिनकी वैश्विक scale अधिक है या growth prospects बेहतर हैं।

यह ऐसे बाजार में मायने रखता है जहां spirits groups क्षेत्रों के बीच असमान मांग के साथ premium positioning का संतुलन साधने के दबाव में हैं। बड़े उत्पादक यह फिर से आंक रहे हैं कि कहाँ खर्च करना है, किन brands को international expansion मिलनी चाहिए और कौन से labels उन owners के तहत बेहतर प्रदर्शन कर सकते हैं जो उन्हें अधिक केंद्रित ध्यान देने को तैयार हों। Campari का निर्णय संकेत देता है कि Bisquit & Dubouché और Cabo Wabo अब उसके अगले चरण के केंद्र में नहीं थे, भले ही दोनों अभी भी विशिष्ट markets में मूल्य रखते हों।

इसके विपरीत, Cobblestone अधिग्रहणों का उपयोग अपने platform को विस्तारित करने के लिए कर रहा है। कंपनी ने कहा कि Campari का सौदा उसके इतिहास का सबसे महत्वपूर्ण transaction है। यह Cobblestone की 2025 में Knappogue Castle और Clontarf Irish Whiskey की खरीद के बाद आया है, जिसने स्थापित premium brands का एक portfolio बनाने की योजना का संकेत दिया था। एक French cognac और U.S.-focused tequila जोड़ने से कंपनी को categories और regions में व्यापक exposure मिलता है, ऐसे समय में जब कई स्वतंत्र drinks groups distributors के लिए अधिक प्रासंगिक partners बनने की कोशिश कर रहे हैं।

Bisquit & Dubouché की अपील विरासत और भूगोल दोनों में निहित है। Cognac spirits के सबसे परंपरा-आधारित segments में से एक बना हुआ है, और age, history और house identity अभी भी export markets में महत्वपूर्ण हैं। उन्नीसवीं सदी के शुरुआती दौर में स्थापित एक brand अपने साथ ऐसी कहानी लाता है जो उपभोक्ताओं के साथ अभी भी जुड़ सकती है, खासकर उन markets में जहां French luxury और legacy बिक्री प्रस्तुति का हिस्सा हैं। South Africa और Asia-Pacific में Bisquit & Dubouché की मजबूती Cobblestone को एक ऐसा आधार देती है जो केवल यूरोपीय नहीं बल्कि पहले से ही अंतरराष्ट्रीय है।

Cabo Wabo एक अलग तरह का अवसर देता है। Tequila संयुक्त राज्य में सबसे नज़दीकी निगरानी वाली spirits categories में से एक बना हुआ है, जहां उपभोक्ता मांग ने पिछले दशक में premium और prestige expressions दोनों को व्यापक distribution तक पहुंचाया है। 20 से अधिक राज्यों में मौजूद एक brand देशभर में सबसे बड़े tequila houses के स्तर पर तो नहीं है, लेकिन वह महत्वपूर्ण shelf access और on-premise visibility देता है। Cobblestone जैसी कंपनी के लिए, market तक ऐसा मौजूदा रास्ता शुरुआत से एक नया label खड़ा करने की तुलना में अधिक मूल्यवान हो सकता है।

यह सौदा यह भी दिखाता है कि spirits में brand ownership कैसे बदल सकता है, भले ही उत्पाद बाजार में बने रहें। retailers, importers, bartenders और consumers के लिए बोतल अल्पावधि में वही दिख सकती है, लेकिन नई owner के नियंत्रण संभालने के बाद रणनीतिक दिशा बदल सकती है। एक बड़ा समूह किसी label को द्वितीयक मान सकता है यदि वह अब उसकी निवेश प्राथमिकताओं में फिट नहीं बैठता। एक छोटा मालिक उसी brand को केंद्रबिंदु मान सकता है और उसे अधिक sales attention, नई packaging work या market-by-market expansion दे सकता है।

अब तक Campari और Cobblestone ने transaction में वास्तव में क्या शामिल है, इस बारे में brands और commercial rights से आगे सीमित विवरण ही साझा किया है। कंपनियों ने purchase price, revenue figures, sales volumes, profitability data या agreement द्वारा कवर किए गए inventories की जानकारी प्रकाशित नहीं की। उन नंबरों के बिना, किसी भी पक्ष के लिए लेनदेन के वित्तीय आकार का आकलन करना या यह मापना संभव नहीं है कि closing के बाद earnings या case volumes में कितना बदलाव आ सकता है।

विवरण की यह कमी बाजार के लिए कई प्रश्न खुले छोड़ देती है। Investors और industry analysts जानना चाहेंगे कि क्या Campari बस छोटे labels को काट रहा है या अपने leading brands में capital के अधिक आक्रामक पुनर्आवंटन के लिए जगह बना रहा है। वे यह भी देखेंगे कि Cobblestone अलग-अलग categories, अलग-अलग supply chains और consumer audiences वाले businesses के एकीकरण को कैसे संभालता है।

समय महत्वपूर्ण है। Spirits companies ऐसे दौर में portfolio decisions ले रही हैं जब growth अब categories या देशों में समान नहीं रही। Premiumization खत्म नहीं हुई है, लेकिन यह अधिक चयनात्मक हो गई है, और कुछ markets ने वर्षों की मजबूत expansion के बाद धीमी गति दिखाई है। ऐसे माहौल में, ownership changes अक्सर इस बात के तीखे फैसलों को दर्शाते हैं कि management teams कहाँ जीत हासिल कर सकती हैं।

Campari के लिए, संदेश यह है कि केवल scale ही लक्ष्य नहीं है। कंपनी संकेत दे रही है कि labels की लंबी सूची से अधिक focus महत्वपूर्ण है। Cobblestone के लिए, संदेश लगभग उल्टा है: growth उन brands को एकत्र करके आएगी जिन्हें एक global group जितना dedicated commercial support देने को तैयार नहीं है। बिक्री, जो अक्टूबर के अंत से पहले पूरी होने की उम्मीद है, के बाद ये दो दृष्टिकोण बाजार में एक cognac, जिसकी export history गहरी है, और एक tequila brand, जिसका संयुक्त राज्य भर में पहले से foothold है, के जरिए आमने-सामने आएँगे।