

■ Brandies 1920 e CR&F

Bruxelas exige que a Pernod venda duas marcas portuguesas

A COMISSÃO EUROPEIA aprovou ontem a compra da Allied Domecq pela Pernod Ricard e pela Fortune Brands, mas exigiu que sejam alienadas duas marcas portuguesas de brandy: a 1920 e a CR&F. De acordo com Diogo Saraiva e Sousa, presidente da Pernod Ricard Portugal – Somainum, a alienação será feita após uma consulta ao mercado e por recepção de propostas de interessados, processo que não deverá durar mais de seis meses. A iniciativa, acredita o mesmo responsável, deverá ocorrer entre os próximos três a 12 meses, acredita.

A Pernod Ricard, que em 1995 adquiriu o controlo da portuguesa Somainum Distribuição (da qual 5,2% estão ainda na posse de Diogo Saraiva e Silva e família), detém já duas outras marcas de aguardente e brandies de fabrico nacional: a Aldeia Velha, a d'Alma e a Macieira. Foi pela concentração de marcas de brandies que Bruxelas colocou problemas à concentração Pernod/Allied, tendo o grupo francês decidido alienar então as marcas da Allied, a 1920 e a CR&F (que no conjunto equivalem a vendas anuais de 60 mil caixas), mantendo as suas. Em Portugal as duas marcas a alienar estão sob a alçada da Cockburn, empresa especializada em vinho do Porto que

pertence ao grupo Allied Domecq e que passará, nesta operação, para o universo da Fortune Brands.

Champanhe também sofre alteração. Em comunicado ontem conhecido, a Comissão revelou às partes interessadas neste negócio – de onde sairá o segundo maior grupo de bebidas alcoólicas em facturação – a possibilidade da ocorrência de problemas de concorrência em Portugal, onde a “Pernod Ricard passaria a dominar o abastecimento de brandy e de champanhe”.

Assim, além dos brandies, e para “dissipar as preocupações” de Bruxelas, a Pernod comprometeu-se ainda a deixar de representar as marcas de champanhe Moët et Chandon e Dom Perignon em Portugal. A Pernod Ricard Portugal deixará assim de representar aquelas duas marcas de champanhe, ambas do grupo francês LVMH (Louis Vuitton - Moët Hennessy), já que no território nacional a Allied distribui já as insígnias concorrentes MUMM e Perrier Jouët. Para Diogo Saraiva e Sousa, é com alguma pena que a Somainum perde a representação da Moët, comércio que detinha desde 1990 e que em 15 anos conseguiu passar de vendas anuais de mil para 25 mil caixas no país. **IA**