

A Cockburn tornou-se a primeira empresa de Porto a falar inglês com sotaque norte-americano.

Agora é da Fortune Brands

O fim dos ingleses

ABÍLIO FERREIRA

A COCKBURN Smithes extinguiu a sua unidade de distribuição, trespassando as marcas para a Pernod Ricard Portugal.

A operação implica a rescisão do contrato de trabalho de uma grande maioria dos 50 funcionários e é o primeiro efeito da partilha entre a francesa Pernod Ricard e a americana Fortune Brands (FB) do universo Allied Domecq. No âmbito dessa divisão, a casa de vinho do Porto vai continuar a falar inglês (com sotaque americano), mas a multinacional francesa, já presente no mercado nacional, adquiriu a actividade de distribuição. Este modelo de negócio foi aplicado igualmente em Espanha.

Com este trespasse, a Pernod Ricard-Somagnum Distribuição reforça o seu catálogo com 15 novas marcas, entre as quais Ballantine's, Long John, Mumm, Drambuie, Carolans e vinhos de mesa como Casa de Santar, Tuella e CRF.

A Cockburn's é a última resistente no vinho do Porto ao movimento de deserção das multinacionais, com a particularidade de agora representar a primeira incursão de uma multinacional americana no sector. A empresa passara, há mais de um ano, a reportar à sucursal da Allied Domecq em Madrid. O mercado espanhol é, de resto, um dos mercados em que a FB passa a ter uma forte posição, com marcas como o Gin Larios, Whisky Dyc, Harvey's Sherry, e os brandies da Terry.

Em pleno Agosto, poucos dias depois de aprovada a operação sobre a Allied Domecq, Thomas J. Flocco, Chief Executive Officer (CEO) da Jim Beam Brands (a divisão de bebidas da FB), premiou a Cockburn's com a sua primeira visita a empresas do novo universo, num sinal de estadia especialmente empenhado nesta nova marca. Mas, a escolha do Porto para primeira escala foi ditada apenas por razões de logística e programação da viagem. Mesmo assim, Jim Reader, que se mantém como director-geral da Cockburn's, garante o total empenho da FB em desenvol-

ver o negócio do Vinho do Porto.

Todas as marcas, garante, «foram adquiridas, como se nota das comunicações externas, para integrar o portefólio a servirem a estratégia de desenvolvimento da divisão de bebidas».

Jim Reader acredita que a Cockburn's beneficiará desta nova ligação, em especial no mercado americano. A Jim Beam Brands conta no seu portefólio, além do famoso «bourbon» de que herdou o nome, 70 marcas distribuídas por 18 categorias de bebidas.

A Cockburn's vende 600 mil caixas/ano, o que lhe confere uma quota de 5% e o 5º lugar no «ranking» do sector. No mercado britânico, o maior na categoria «premium», detém uma posição forte — o seu Special Reserve é a marca de Porto mais vendida. A empresa é dona de mais de 300 hectares de vinha própria no Cima Corgo e Douro Superior, concentradas em quatro núcleos, sobresaindo, entre eles, o da Quinta dos Canais. O reforço da marca própria da quinta é uma das prioridades do seu plano de expansão.



Produção fica na Fortune Brands, a distribuição na Pernod Ricard