Per Campari è l'ora del rum

bobkunzeconcewitzceocampari31-7507c183

Nel portafoglio prodotti di Campari si lamentava l’assenza di un rum. Ora, con l’acquisizione della giamaicana Lascelles de Mercado la lacuna è stata colmata alla grande. LdM è infatti uno dei maggiori player in questo mercato chiave per il settore degli spirits: leader in Jamaica con i marchi Alleton Estate, Appleton Special/White, Wray & Nephew e Coruba a coprire tutti i segmenti (super premium, special e white da cocktail, scuri, morbidi e aromatizzati) con volumi di vendita totale di 3,5 milioni di casse da nove litri e un fatturato complessivo (nell’anno terminante a giugno 2012) di 207,6 milioni di euro.

L’operazione, la terza per dimensione nella storia di Campari, prevede entro fine anno l’acquisizione totale di LdM per un valore di circa 330 milioni di euro. Con questa acquisizione Campari fa il suo ingresso in una categoria dinamica e in espansione. «Il mercato del rum è il terzo per volume a livello globale e negli ultimi cinque anni è cresciuto del 2,8% - afferma il ceo di Campari Bob Kunze Concewitz (nella foto) – e l’acquisizione ci consentirà un ulteriore consolidamento nei mercati nordamericani, il rafforzamento nell’horeca nei segmenti della degustazione e della miscelazione e crea le basi per aumentare l’internazionalizzazione del Gruppo».