Partnership: Maison Ferrand e Compagnia dei Caraibi insieme ancora per tre anni

20250717172437citadelledistilleriaa-914eebb3

E' stato rinnovato l'accordo di distribuzione tra **Maison Ferrand e Compagnia dei Caraibi**. I brand dell'azienda francese - tra cui Citadelle Gin, Planteray Rum, Ferrand Cognac, Ferrand Dry Curaçao, Canerock Spiced Rum e Froggy B Vodka - continueranno a essere distribuiti in esclusiva in Italia da Compagnia dei Caraibi per i prossimi tre anni, con un rinnovo automatico previsto per ulteriori due.

La crescita di Maison Ferrand è proseguita anche nel 2024, **trainata proprio dalla partnership con Compagnia dei Caraibi, e ha registrato un incremento del 4,3% a valore.** Un trend positivo confermato anche nei primi mesi del 2025, che riportano un +12% a valore per l'intero gruppo, con performance significativamente per Planteray (+6%) e Citadelle (+35%). Si tratta di risultati ancora più rilevanti se letti alla luce dell'andamento generale del mercato degli spirits, che dopo il boom post-pandemia del 2021 e 2022 sta attraversando una fase di rallentamento. Il segmento del gin continua a crescere, seppur con un ritmo più moderato, mentre il rum mostra segnali di contrazione, penalizzato dalla diminuzione del consumo nel dopocena e da un'evoluzione della mixology sempre più orientata verso cocktail a base di distillati alternativi (Fonte: IWSR).

In questo contesto, Maison Ferrand continua a investire anche in innovazione e sostenibilità. L'ultima novità sono **le Eco Pouch, un sistema di confezionamento dedicato al canale B2B e agli operatori del settore, pensato per ridurre l'impatto ambientale.** Le Eco Pouch rappresentano una valida alternativa alle tradizionali bottiglie in vetro, fungendo anche da sistema di refill pratico ed ecocompatibile, in linea con l'impegno del gruppo verso una filiera sempre più sostenibile ed efficiente.

I QUATTRI PILASTRI DELL'ACCORDO TRA MAISON FERRAND E COMPAGNIA DEI CARAIBI

L'accordo tra Maison Ferrand e Compagnia dei Caraibi si fonda su quattro pillar strategici pensati per rafforzare la presenza e il valore dei brand sul mercato italiano.

Il primo obiettivo è aumentare la **brand awareness**, puntando sul potenziamento della bar industry e sul coinvolgimento attivo della community dei bartender. Parallelamente, l'azienda mira a i **ncrementare i trial attraverso attività di sampling** mirate e attivazioni nei punti vendita selezionati, per stimolare la scoperta e la conoscenza dei prodotti.
Un altro asse fondamentale è l'**espansione della distribuzione diretta**, con lo sviluppo di una strategia di canale segmentata e più efficiente, capace di intercettare target differenti in modo più preciso.
Infine, l'accordo punta a consolidare l**'iconicità dei brand con momenti di consumo personalizzati e iniziative esperienziali**, rivolte sia al pubblico professionale (B2B) sia al consumatore finale (B2C), rafforzando così il legame emotivo e valoriale con il marchio.

«*Il rinnovo di questo accordo conferma e rafforza la volontà comune di dare continuità a un percorso solido e in evoluzione per continuare a costruire un'identità distintiva, aumentare la riconoscibilità dei brand Maison Ferrand e accompagnare con slancio la crescita di uno dei marchi indipendenti più rilevanti del panorama attuale. Con visione, coerenza e passione, Compagnia dei Caraibi continuerà a valorizzare le specificità di un contesto sfidante ma ricco di opportunità, promuovendo con convinzione una cultura del consumo consapevole e orientato al valore, coerente con la filosofia che guida la nostra presenza sul mercato*», dichiara in una nota stampa **Edelberto Baracco, ceo di Compagnia dei Caraibi.**