

# Styrker se



## Arcus rigget for vekst ■ Rekordsalg

**INDUSTRI:** I 2001 ble produksjonen og distribusjonen til Vinmonopolet privatisert. Tolv år senere bygges et nordisk konsern med ambisjoner i USA og Kina - som kan havne på Oslo Børs.

SVEN CHR. STENVAAG  
SVEN.STENVAAG@FINANSRÅDSENERNO

– Dere skal til Pernod Ricard?

Den danske taxisjåføren som plukker opp Arcus-sjef Otto Drakenberg på flyplassen i Aalborg er litt uheldig med passasjerer. Lite vet han at mannen ved siden av har kjøpt fabrikken og akevittene sjåføren fortsatt anvender et fransk navn på.

770 millioner kroner la Otto Drakenberg på bordet for å sikre klassikere som Gammel Dansk, Aalborg Akvavit og Malteserkreuzer. Franskmennene ville først ikke lytte da den tidligere OL-deltageren i fekting, nyansatt i jobben som Arcus-sjef, tok kontakt i 2011 for å kjøpe De Danske Spritfabrikker.

To år og et toppsjefbytte i Pernod Ricard senere er Drakenberg på vei til fabrikken sin i Aalborg – eller Arcus, som taxisjåføren får lære at det nå heter.

– Brennevin er annerledes enn

vin. Når du skal kjøpe en flaske vin vet du kanskje at du vil ha en Chablis, men neppe hvilket merke, sier Drakenberg og fortsetter:

– Når du kjøper brennevin vet du godt om du skal ha Gammel Opland eller Gammel Dansk, sier han.

### Vi er forskjellige

Større merkevarelojalitet – og bedre marginer enn på vin – var hovedargumentet for Arcus-sjefen for å ekspandere innenfor brennevin. Og hva kunne da være mer i tråd med hans nordiske strategier enn å kjøpe de danske tradisjonsmerkene?

For store internasjonale selskaper som Pernod Ricard er Norden ett segment, som om finner, svensker, nordmenn og dansker skulle være like.

Otto Drakenberg vet bedre.

Svensker drikker whiskey, finnene vodka og konjakk, danskene akevitt og bitter – mens nord-



**AKEVITTEN UT AV FRYSEREN:** Fagdirektør Halvor Heuch i Arcus har utviklet over 30 nye matakavitter. Målet er å få den smaksrike norske akevitt ut av fryseren.

FOTO: NTB SCANPIX

menn er de mest diversifiserte, dog med vodkaen som en favoritt foran konjakk og akevitt.

– Vi er en regional aktør i Norden, som fokuserer på forskjellige egenskaper lokalt. I konkurranse mot globale aktører er vi gode, sier

” Det blir en jækla resa OTTO DRAKENBERG