vinetur

# Rémy Cointreau mantiene sus previsiones tras el impulso del Cognac

Estados Unidos sostiene el trimestre mientras Asia-Pacífico concentra la mayor presión comercial

jueves 30 de julio de 2026



Rémy Cointreau cerró el primer trimestre de su ejercicio 2026-2027 con unas ventas de 220,8 millones de euros, un 1,3% más en términos orgánicos y un 5,7% menos en datos publicados. La compañía mantiene sus previsiones para el conjunto del ejercicio

y sostiene que este arranque se ajusta a la trayectoria que esperaba para el año.

El grupo atribuye la diferencia entre la evolución orgánica y la publicada a un efecto divisa negativo del 6,5%, ligado sobre todo a la depreciación del dólar estadounidense, el renminbi chino y el yen japonés frente al euro. También señala un efecto perímetro positivo del 0,5%.

La división de Cognac fue la que sostuvo el trimestre. Sus ventas alcanzaron 147,8 millones de euros, con un avance orgánico del 7,7% y una caída publicada del 0,8%. Rémy Cointreau vincula esa mejora a una base de comparación favorable y a una recuperación gradual de las ventas en Estados Unidos. La empresa añade que el comportamiento en China se mantuvo estable dentro de un entorno que sigue condicionado por un consumo prudente.

En cambio, la rama de Licores & Spirits registró unas ventas de 65,4 millones de euros, con un descenso orgánico del 6,6% y una bajada publicada del 13,1%. El grupo relaciona ese retroceso con una demanda más débil en varios mercados y con una base de comparación elevada en algunas categorías. Partner Brands aportó 7,6 millones de euros, con una caída orgánica del 17,3% y del 18,2% en datos publicados.

Por zonas geográficas, América fue el principal apoyo del trimestre. Las ventas en esta región sumaron 107,1 millones de euros, con un aumento orgánico del 10,4%, aunque en cifras publicadas bajaron un 0,9%. Rémy Cointreau atribuye esta evolución al repunte del Cognac en Estados Unidos.

Europa, Oriente Medio y África registró 53 millones de euros en ventas. En términos orgánicos subieron un 1%, mientras que en datos publicados cedieron un 0,9%. Asia-Pacífico facturó 60,7 millones de euros y retrocedió un 10% de forma orgánica y un 14% en cifras publicadas. La compañía sitúa en esta región la mayor presión del trimestre.

Rémy Cointreau confirma para todo el ejercicio 2026-2027 su objetivo de crecimiento orgánico de las ventas de un dígito alto y una mejora orgánica del margen operativo corriente. La empresa prevé que la segunda mitad del ejercicio tenga más peso que la primera.

La evolución del grupo tiene interés para el conjunto del negocio de bebidas porque ofrece una referencia útil sobre la demanda por categorías dentro del mercado internacional de espirituosos. El avance del Cognac y la caída en licores y otras bebidas alcohólicas pueden influir en decisiones comerciales, niveles de inventario y planificación de marcas en distribuidores y operadores que trabajan con carteras mixtas.

La compañía mantiene además su lectura prudente sobre el consumo en algunos mercados clave. En Estados Unidos aprecia una normalización progresiva en Cognac, mientras que en China sigue observando cautela por parte del consumidor. Esa combinación ayuda a explicar por qué el grupo conserva sus objetivos anuales pese al comportamiento desigual entre divisiones.