vinetur

La inflación y la competencia ahogan a Rémy Cointreau y sus ventas se desploman un 15,7%

Coñac y licores lideran el descenso en ventas

miércoles 31 de julio de 2024



Rémy Cointreau, una de las principales empresas francesas de bebidas espirituosas, ha experimentado un primer trimestre desfavorable en el año fiscal 2024-2025. Los ingresos de la compañía cayeron un 15.7%, situándose en 217 millones de euros, una

disminución significativa tanto en términos absolutos como orgánicos. Todas las divisiones de la empresa registraron descensos de dos dígitos, destacando el retroceso en la división de coñac, que disminuyó un 12.2% en ingresos, alcanzando los 135.5 millones de euros en comparación con los 155.1 millones del mismo periodo del año anterior.

Uno de los principales problemas a los que se enfrenta Rémy Cointreau es la caída en las ventas de coñac en el mercado estadounidense, afectado por problemas de stock que también han impactado a la división de licores y otras bebidas espirituosas. Esta división experimentó una caída aún más pronunciada, con una disminución del 20.4%, registrando ingresos de 75.8 millones de euros frente a los 95 millones del año anterior. La compañía atribuye estos resultados a una "caída abrupta" en las ventas en Europa, debido a la alta inflación y a una competencia más agresiva en términos de promociones.

La situación en Asia-Pacífico también es preocupante para Rémy Cointreau, con una ligera contracción en ventas atribuida a un mercado estancado en China y una disminución en el consumo en el sudeste asiático. Sin embargo, las ventas en Japón y en la región EMEA mostraron tendencias variadas, sugiriendo una cierta resiliencia en esos mercados.

A pesar de estos resultados desalentadores, la compañía mantiene sus previsiones para el año fiscal completo, confiando en que sus estrictos controles financieros contribuirán a una mejora gradual. Rémy Cointreau espera que los problemas de desabastecimiento en Estados Unidos se resuelvan en el próximo año fiscal y anticipa una "recuperación gradual" a lo largo del año. La empresa ha descrito el mercado chino como "lento", a pesar de haber visto un aumento inesperado en las ventas de coñac en el cuarto trimestre del año pasado, pero advirtió que esta tendencia podría no sostenerse.

Este periodo de ajuste se enmarca en un contexto global desafiante para el sector de las bebidas espirituosas, donde factores como la inflación, las fluctuaciones de mercado y las estrategias de promoción de los competidores juegan un papel fundamental en la configuración del panorama económico. La situación pone de relieve la necesidad de una gestión cuidadosa y de una adaptación constante a las condiciones cambiantes del

mercado.