vinetur

Rémy Cointreau lanza un plan de transformación para recuperar rentabilidad tras la caída en China y Estados Unidos

El grupo francés reorganiza su dirección y apuesta por la innovación para adaptarse a los cambios en el mercado global

lunes 13 de abril de 2026



El grupo francés Rémy Cointreau, conocido por sus marcas de coñac Rémy Martin y la licor Cointreau, ha anunciado el lanzamiento de un plan de transformación para hacer frente a las dificultades que atraviesa desde hace más de dos años. La empresa, que

cuenta con más de 1.800 empleados, ha sufrido una caída en sus principales mercados, especialmente en China y Estados Unidos, debido a tensiones comerciales, cambios en las preferencias de los consumidores y problemas relacionados con el poder adquisitivo.

El nuevo director general, Franck Marilly, que asumió el cargo en junio, ha explicado que el objetivo principal es mejorar la rentabilidad de forma duradera para poder reinvertir en el crecimiento del grupo. El plan, denominado "RC Forward", busca recuperar cuota de mercado y aprovechar al máximo el potencial de sus marcas. Entre las medidas anunciadas se encuentra una reorganización de la dirección, con la creación de un comité de pilotaje dentro del comité ejecutivo. Este órgano estará compuesto por cinco direcciones, entre ellas una dedicada a los mercados emergentes considerados de alto potencial.

Además, se han creado dos nuevas funciones dependientes directamente del director general: un "Innovation Lab", encargado de analizar tendencias de consumo y oportunidades de crecimiento, y un "Executive Lab", que tendrá como misión acelerar la ejecución de proyectos clave para la transformación del grupo.

El plan también contempla reforzar la eficacia del sistema de distribución, ajustar la política de precios, productos y promociones para optimizar la generación de valor y mejorar la asignación de recursos en comunicación y publicidad. Otra línea de trabajo será optimizar las compras y clarificar las responsabilidades dentro de la organización para agilizar la toma de decisiones y fortalecer la cultura orientada a resultados.

Rémy Cointreau no ha precisado si este plan tendrá consecuencias sociales o afectará al empleo. La empresa ha señalado que las primeras novedades sobre el avance del plan se comunicarán durante la presentación de los resultados anuales prevista para el próximo 4 de junio.

En los nueve primeros meses del ejercicio 2025-2026, el grupo registró una caída del 6,6% en su facturación respecto al mismo periodo del año anterior, alcanzando los 735,4 millones de euros. Para el conjunto del ejercicio anual, Rémy Cointreau prevé un volumen de negocio estable o con un ligero aumento a tipos de cambio y perímetro constantes, pero anticipa una reducción del resultado operativo corriente superior a 10

puntos.

La compañía depende en más del 60% de sus ventas del coñac. Los problemas en Estados Unidos y China han tenido un impacto importante en sus cuentas. Las tensiones geopolíticas y comerciales han dificultado las exportaciones y han cambiado los hábitos de consumo en estos mercados clave. Con este nuevo plan estratégico, Rémy Cointreau busca adaptarse a un entorno cambiante e impulsar su crecimiento futuro.