vinetur

Rémy Cointreau affiche une croissance de 1,3 % de ses ventes au premier trimestre

Les ventes de cognac ont progressé de 7,7 % et ont compensé des résultats plus faibles dans les liqueurs et les spiritueux, tandis que le groupe a maintenu ses objectifs annuels inchangés

jeudi 30 juillet 2026



Rémy Cointreau a indiqué que ses ventes avaient progressé de 1,3 % en organique au premier trimestre de l’exercice 2026-27, un début que le groupe français de spiritueux a décrit comme conforme à son plan annuel, la croissance du cognac compensant des résultats plus faibles dans les liqueurs et autres spiritueux.

Le groupe a fait état d’une hausse organique de 7,7 % des ventes de cognac sur le trimestre, tandis que sa division liqueurs et spiritueux a reculé de 6,6 %. Cette mise à jour révèle une demande contrastée selon les catégories au sein de l’un des plus grands groupes mondiaux de boissons premium, le cognac faisant preuve de résilience alors que d’autres segments du portefeuille restent sous pression.

Cet écart compte au-delà des résultats d’une seule entreprise. Pour les producteurs, distributeurs et détaillants du secteur des boissons, les résultats de Rémy Cointreau offrent un premier aperçu de la manière dont les consommateurs dépensent selon les catégories. Une demande plus soutenue de cognac pourrait appuyer la gestion des stocks et la tarification des spiritueux bruns, tandis que des tendances plus faibles dans les liqueurs et autres spiritueux pourraient inciter les entreprises à davantage de prudence sur les promotions, le mix produits et les commandes dans ces segments.

Rémy Cointreau a confirmé ses objectifs pour l’ensemble de l’exercice 2026-27, signalant que la direction ne considère pas l’écart observé au premier trimestre entre les catégories comme suffisant pour modifier ses perspectives générales. L’entreprise n’a pas présenté le trimestre comme un net retournement, mais plutôt comme un début conforme à la trajectoire qu’elle avait déjà tracée pour l’année.

Les chiffres du premier trimestre sont suivis de près, car Rémy Cointreau est fortement exposé aux spiritueux premium et super-premium, en particulier au cognac, une catégorie qui a connu des conditions de marché inégales ces dernières années. La demande pour les spiritueux haut de gamme a été influencée par l’inflation, un ralentissement des dépenses discrétionnaires sur certains marchés et des évolutions des stocks chez les distributeurs après des périodes antérieures d’ajustement des inventaires.

Dans ce contexte, la croissance du cognac devrait attirer une attention particulière de la part des importateurs et des grossistes à la recherche de signes de stabilisation de la catégorie. Une hausse de 7,7 % suggère que la demande y a mieux résisté que dans d'autres segments du portefeuille du groupe sur la période. À l'inverse, le recul de 6,6 % des liqueurs et spiritueux indique qu'une consommation plus faible ou des commandes plus prudentes continuent de peser sur ces marques.

Le communiqué trimestriel de l'entreprise suggère que le mix catégories reste un enjeu central pour la performance. Le cognac revêt une importance stratégique pour Rémy Cointreau, car il constitue l'un des principaux moteurs de profit du groupe et un indicateur clé de l'appétit mondial pour les spiritueux premium. Lorsque le cognac surperforme tandis que d'autres divisions se contractent, cela peut soutenir la croissance globale des ventes même si la dynamique reste inégale selon les activités.

Pour l'ensemble du secteur des boissons, cette tendance pourrait aussi influencer les attentes vis-à-vis des concurrents exposés à des niveaux de prix et à des circuits similaires. Si les consommateurs continuent de privilégier les catégories de prestige établies tout en réduisant leurs achats de produits adjacents, les fournisseurs pourraient devoir ajuster leurs plans commerciaux marché par marché. Cela pourrait avoir des répercussions sur tout, du calendrier des expéditions aux budgets marketing et à l'allocation des linéaires.

La confirmation par Rémy Cointreau de ses objectifs annuels traduit une confiance dans le fait que l'activité actuelle reste gérable malgré la pression sur une partie du portefeuille. Les investisseurs et les partenaires commerciaux surveilleront désormais les prochains trimestres pour voir si le cognac peut continuer à porter la croissance et si les liqueurs et autres spiritueux commencent à se redresser.

La publication du premier trimestre n'a pas modifié le message central que l'entreprise adresse au marché : la performance reste inégale, mais la direction estime que l'année se déroule comme prévu. Pour un secteur en quête de signaux plus clairs sur la demande de spiritueux premium, cela laisse une image nuancée plutôt qu'un rebond net.