vinetur

Rémy Cointreau registra una crescita delle vendite dell'1,3% nel primo trimestre

Le vendite di cognac sono aumentate del 7,7% e hanno compensato i risultati più deboli di liquori e spirits, mentre il gruppo ha lasciato invariati gli obiettivi per l'intero esercizio

giovedì 30 luglio 2026



Rémy Cointreau ha dichiarato che le vendite sono aumentate dell'1,3% su base organica nel primo trimestre dell'esercizio 2026-27, un avvio che il gruppo francese degli spirits ha descritto come coerente con il proprio piano per l'intero anno, con la crescita del cognac a compensare i risultati più deboli di liquori e altri spirits.

La società ha riferito che le vendite di cognac sono aumentate del 7,7% su base organica nel trimestre, mentre la divisione liquori e spirits è scesa del 6,6%. L'aggiornamento indica un quadro della domanda misto tra le categorie di uno dei maggiori gruppi mondiali di bevande premium, con il cognac che mostra resilienza anche se altre parti del portafoglio restano sotto pressione.

Questa differenza conta oltre i risultati di una singola azienda. Per produttori, distributori e retailer dell'intero settore beverage, i risultati di Rémy Cointreau offrono una prima lettura di come i consumatori stiano spendendo per categoria. Una domanda più forte di cognac può sostenere la pianificazione delle scorte e i prezzi negli brown spirits, mentre i trend più deboli nei liquori e in altri spirits potrebbero spingere le aziende a essere più caute su promozioni, mix di prodotto e ordini in quei segmenti.

Rémy Cointreau ha confermato i propri obiettivi per l'intero esercizio 2026-27, segnalando che il management non ritiene che la divergenza tra le categorie nel primo trimestre sia sufficiente a modificare la più ampia prospettiva. La società non ha presentato il trimestre come una svolta netta, ma piuttosto come un inizio coerente con la traiettoria già delineata per l'anno.

I dati del primo trimestre sono seguiti con attenzione perché Rémy Cointreau ha un'esposizione significativa agli spirits premium e super-premium, in particolare al cognac, una categoria che negli ultimi anni ha affrontato condizioni di mercato disomogenee. La domanda di spirits di fascia alta è stata influenzata dall'inflazione, da una spesa discrezionale più lenta in alcuni mercati e dai cambiamenti nelle scorte dei distributori dopo precedenti periodi di aggiustamento degli stock.

In questo contesto, la crescita del cognac attirerà probabilmente un'attenzione particolare da parte di importatori e grossisti alla ricerca di segnali che la categoria si stia stabilizzando. Un aumento del 7,7% suggerisce che la domanda abbia retto meglio lì rispetto ad altre parti del portafoglio del gruppo nel periodo. Al contrario, il calo del

6,6% nei liquori e spirits indica che consumi più deboli o ordini più prudenti continuano a pesare su quei marchi.

La comunicazione trimestrale della società suggerisce che il mix di categoria resta un tema centrale per la performance. Il cognac ha un'importanza strategica per Rémy Cointreau perché è uno dei principali motori di profitto del gruppo e un indicatore chiave dell'appetito globale per gli spirits premium. Quando il cognac sovraperforma mentre altre divisioni si contraggono, può contribuire a sostenere la crescita complessiva delle vendite anche se lo slancio è disomogeneo nel business.

Per il settore beverage più ampio, questo andamento potrebbe anche influenzare le aspettative per i concorrenti esposti a fasce di prezzo e canali simili. Se i consumatori continuano a privilegiare categorie prestige consolidate mentre riducono gli acquisti di prodotti adiacenti, i fornitori potrebbero dover adeguare i piani commerciali mercato per mercato. Ciò potrebbe incidere su tutto, dalla tempistica delle spedizioni ai budget di marketing e all'allocazione sugli scaffali.

La conferma degli obiettivi annuali da parte di Rémy Cointreau suggerisce fiducia nel fatto che l'andamento attuale resti gestibile nonostante la pressione su parte del portafoglio. Investitori e partner commerciali osserveranno ora i prossimi trimestri per capire se il cognac potrà continuare a trainare la crescita e se liquori e altri spirits inizieranno a recuperare.

La comunicazione del primo trimestre della società non ha modificato il messaggio centrale che sta trasmettendo al mercato: la performance resta disomogenea, ma il management ritiene che l'anno stia procedendo come previsto. Per un settore alla ricerca di segnali più chiari sulla domanda di spirits premium, questo lascia un quadro sfumato piuttosto che un rimbalzo netto.