vinetur

Rémy Cointreau prevede di tagliare il 12%-15% della forza lavoro

Il produttore francese di alcolici ridurrà i costi generali con una strategia quinquennale; le vendite del primo semestre sono cresciute del 4,4%

giovedì 26 novembre 2026



Mercoledì 25 novembre Rémy Cointreau ha dichiarato di voler ridurre del 12%-15% la propria forza lavoro nell'ambito di una nuova strategia quinquennale. Il gruppo francese degli alcolici ha inoltre registrato un ritorno alla crescita delle vendite e rivisto al rialzo le previsioni sugli utili per l'esercizio in corso.

Il produttore del cognac Rémy Martin e del liquore Cointreau ha spiegato che i tagli al personale mirano ad adeguare la struttura aziendale e a riportare i costi generali in linea con le dimensioni dell'attività. A marzo 2026 la società contava quasi 1.800 dipendenti. La riduzione potrebbe interessare fino al 14% del personale in Francia e fino al 16% dei dipendenti nel resto del mondo. In Francia, ha aggiunto la società, è già stato avviato un piano di uscite volontarie.

L'annuncio è arrivato insieme ai risultati del primo semestre, che mostrano una ripresa dopo diversi anni difficili per il gruppo, esposto alle oscillazioni del commercio globale e ai cambiamenti delle politiche tariffarie. Gli investitori hanno accolto positivamente gli aggiornamenti. Intorno alle 13 a Parigi, le azioni di Rémy Cointreau guadagnavano il 10,31%, a 56,70 euro, mentre il mercato nel suo complesso saliva dello 0,50%.

Nei sei mesi conclusi a fine settembre, i ricavi sono aumentati del 4,4%, a 510,9 milioni di euro, grazie al cognac. L'utile netto è sceso del 9,8%, a 57 milioni di euro, ma la società ha precisato che il calo è dovuto soprattutto ai costi di ristrutturazione legati al piano di trasformazione e a una svalutazione di attività, non a un peggioramento dell'attività caratteristica. Al netto delle componenti straordinarie, l'utile netto del primo semestre è cresciuto del 19,9%.

Sulla base di questi risultati, Rémy Cointreau ha rivisto al rialzo le previsioni di redditività per l'esercizio 2026-27. Ora si attende un solido miglioramento organico del margine operativo corrente, rispetto al lieve miglioramento previsto in precedenza.

Il cognac, principale attività del gruppo, è stato il principale sostegno sia alle vendite sia alla redditività nel semestre. La società ha dichiarato di aver ridotto temporaneamente nel primo semestre le spese di marketing e comunicazione per il cognac, che aumenteranno invece nella seconda metà dell'anno per sostenere una maggiore attività negli Stati Uniti più avanti nell'anno e nel periodo del Capodanno cinese.

Più debole l’andamento della divisione liquori e distillati, i cui ricavi sono calati del 7,1%. Rémy Cointreau ha attribuito la flessione alle scorte ridotte in seguito ai cambiamenti nella distribuzione negli Stati Uniti, ai consumi moderati in Europa e Medio Oriente e a una lieve contrazione in Cina.

La società ha inoltre rivisto le proprie ipotesi sui cambi per l’intero esercizio. Ora prevede che i tassi di cambio apporteranno circa 15 milioni di euro ai ricavi e da 8 a 10 milioni di euro al risultato operativo, rispetto alla precedente stima di un contributo da 3 a 5 milioni di euro al risultato operativo. Quanto ai dazi, la società non prevede effetti sul risultato operativo corrente negli Stati Uniti e stima un impatto di circa 5 milioni di euro in Cina.

Insieme ai risultati, Rémy Cointreau ha presentato una strategia volta a rendere il gruppo meno dipendente dalle oscillazioni di mercato che non può controllare. Si tratta di una questione centrale per il settore delle bevande, poiché i produttori di distillati premium sono sotto pressione a causa della debolezza dei consumi, delle correzioni delle scorte e delle controversie commerciali, che possono far aumentare rapidamente i costi o ostacolare le esportazioni. La ristrutturazione di Rémy Cointreau mostra come i grandi gruppi del settore cerchino di tutelare i margini anche quando le vendite iniziano a riprendersi.

La società ha dichiarato di voler puntare maggiormente sulla crescita organica, soprattutto attraverso il cognac, riducendo al contempo la propria base di costi. Intende guadagnare quote di mercato sia nei prodotti di fascia alta sia nei segmenti più accessibili. Tra le priorità di Rémy Cointreau figurano l’aumento delle vendite del cognac Rémy Martin VS in Africa e l’acquisizione di nuovi consumatori negli Stati Uniti.

Per la propria attività nei liquori e nei distillati, la società ha individuato tre marchi prioritari per lo sviluppo futuro: Cointreau, The Botanist e Bruichladdich.

Rémy Cointreau ha dichiarato che queste iniziative, insieme ai risparmi strutturali e alla riduzione del personale, dovrebbero consentire una crescita organica dei ricavi di circa il 5% tra il 2027 e il 2029, per poi superare il 5% dal 2029. Il piano rispecchia una tendenza più ampia nel mercato dei distillati, dove si cerca di bilanciare gli investimenti nei marchi con un controllo più rigoroso dei costi, dopo una fase in cui domanda,

modelli distributivi e politiche commerciali si sono rivelati meno prevedibili.