

Paris, le 8 avril 2026

Lancement du plan de transformation *RC Forward* et évolution de l'organisation

Dans un environnement économique et géopolitique complexe, Rémy Cointreau a décidé de passer à l'offensive en engageant un plan de transformation ambitieux. Ce plan marque une évolution décisive, tournée vers la reconquête de ses marchés et la maximisation du potentiel de ses marques.

Franck Marilly, directeur général de Rémy Cointreau, a déclaré : « *Après trois années marquées par un environnement complexe, il est temps pour Rémy Cointreau de se démarquer au sein de son industrie. Le Groupe a le privilège de pouvoir s'appuyer sur un portefeuille de marques exceptionnelles et sur des équipes talentueuses et engagées. Le plan RC Forward a pour objectif de nous donner les moyens de générer notre propre dynamique de création de valeur et ainsi d'être moins dépendant des cycles macroéconomiques. Il vise également à renforcer l'esprit entrepreneurial et conquérant de nos équipes, en capitalisant sur la culture du Groupe, tout en instillant davantage de discipline, de rigueur et d'exigence en matière de résultats. Notre ambition est claire : améliorer durablement la rentabilité afin de dégager des ressources additionnelles à réinvestir dans la croissance.* »

Pour atteindre cet objectif, Rémy Cointreau, sous l'impulsion de son directeur général Franck Marilly et de l'ensemble de son comité exécutif, activera cinq leviers stratégiques :

- **Renforcer l'efficacité du réseau de distribution :** affiner les stratégies d'accès au marché afin d'en amplifier la portée et de capter les opportunités de croissance encore inexploitées.
- **Accroître la création de valeur grâce à un *Revenue Growth Management* renforcé :** affiner l'approche produit, prix, formats et promotions afin d'optimiser la génération de valeur sur l'ensemble des canaux
- **Maximiser l'impact des investissements A&P :** mieux allouer les ressources entre les marques, optimiser le mix média et concentrer chaque investissement là où il génère le plus de désirabilité et de valeur
- **Optimiser les achats :** structurer une approche globale des dépenses, directes et indirectes, pour dégager des marges de manœuvre supplémentaires au service de la croissance
- **Simplifier pour accélérer l'exécution :** faire évoluer l'organisation, clarifier les responsabilités, fluidifier les prises de décision, renforcer la culture de la performance et libérer l'énergie des équipes

Le Groupe partagera le 4 juin, à l'occasion de la publication de ses résultats annuels, les premières avancées de ce plan de transformation ainsi que le niveau d'ambition en matière de création de valeur à horizon de trois ans. La valeur générée viendra compléter la vision stratégique et renforcer les objectifs à moyen terme qui seront communiqués en novembre 2026, lors de la publication des résultats du premier semestre.

Dans ce contexte, Rémy Cointreau annonce également une évolution de son organisation afin de gagner en efficacité et en agilité.

Le Groupe met en place un **comité de pilotage au sein du comité exécutif**, composé de cinq directions rattachées au directeur général :

- **Luca Marotta** est nommé **directeur général adjoint du Groupe** tout en conservant les directions financières, IT et juridique
- **Ian McLernon** est nommé **directeur des Marchés Groupe** et assure la supervision de l'ensemble des régions incluant **une nouvelle zone marchés émergents**, créée afin de renforcer le développement de ces marchés à fort potentiel
- **Mélanie Bulourde** et **Clarisse Petit** assurent les fonctions respectives de **directrice opérations & RSE Groupe** et **directrice ressources humaines Groupe**
- Un **directeur des Marques** sera nommé ultérieurement ; dans l'intervalle, Franck Marilly assurera la responsabilité de cette direction

Le comité exécutif est par ailleurs élargi avec la création de deux nouvelles directions : une **direction Prestige** supervisant les marques Louis XIII, Telmont et Maison Psyché et un **Chief Transformation Officer (CTO)** pour la durée du plan de transformation.

Le **comité exécutif** est ainsi composé du comité de pilotage et de huit directions :

- **Amaury Vincllet** est nommé directeur général de **Rémy Martin**
- **Elisabeth Tona** conserve la direction générale de la division **Liqueurs et Spiritueux**
- **Douglas Taylor** est directeur général de la division **Whisky et Gin**
- **Ludovic du Plessis** prend la direction du **pôle Prestige** et intègre le comité exécutif
- **Christophe de Pous** a été récemment nommé directeur général de **l'Amérique du Nord**¹
- **Sophie Phe** conserve la direction générale de la **Chine**²
- **Carina Alfonso Martin** conserve la direction de la **communication et des affaires publiques Groupe**
- **Célia d'Everlange** conserve la direction de la communication financière et est nommée **Chief Transformation Officer**. Elle intègre le comité exécutif pour la durée du plan de transformation

Enfin, **deux fonctions transverses**, rattachées au directeur général Groupe, sont créées afin de favoriser l'innovation et d'améliorer certaines pratiques :

- **Douglas Taylor** prend la responsabilité du pilotage de **l'Innovation Lab**. Ce laboratoire jouera un rôle majeur en termes d'exploration et d'analyses de tendances de consommation et de nouvelles opportunités de croissance, dans une logique purement orientée « client final »
- **Sophie Phe** assume la responsabilité de **l'Executive Lab**, dédiée notamment à accélérer la rapidité d'exécution et la mise en œuvre de certains projets de transformation des activités du Groupe.

¹ Etats-Unis et Canada

² Incluant Hong Kong, Macao et Taiwan

Contacts

Relations investisseurs : Célia d'Everlange / investor-relations@remy-cointreau.com

Relations média : Mélissa Lévine / press@remy-cointreau.com

A propos de Rémy Cointreau

Il existe, à travers le monde, des clients à la recherche d'expériences exceptionnelles, des clients pour qui la diversité des terroirs rime avec la variété des saveurs. Leur exigence est à la mesure de nos savoir-faire, ces savoir-faire dont nous assurons la transmission, de génération en génération. Le temps que ces clients consacrent à la dégustation de nos produits est un hommage à tous ceux qui se sont mobilisés pour les élaborer. C'est pour ces Femmes et ces Hommes que Rémy Cointreau, Groupe familial français, protège ses terroirs, cultive l'exception de spiritueux multi-centenaires et s'engage à en préserver leur éternelle modernité. Le portefeuille du Groupe compte 14 marques singulières, parmi lesquelles les cognacs Rémy Martin & LOUIS XIII et la liqueur Cointreau. Rémy Cointreau n'a qu'une ambition : devenir le leader mondial des spiritueux d'exception, et s'appuie pour cela sur l'engagement et la créativité de ses 1 856 collaborateurs et sur ses filiales de distribution implantées dans les marchés stratégiques du Groupe. Rémy Cointreau est coté sur Euronext Paris.