



Communiqué - Paris, le 8 février 2022

Rémy Cointreau renforce ses investissements sur *The Botanist* Lancement d'une campagne TV d'envergure à l'occasion du Super Bowl

A l'occasion de la finale du Super Bowl, événement télévisé majeur aux Etats-Unis, Rémy Cointreau est heureux d'annoncer le lancement de la première publicité télévisée de sa marque de gin *The Botanist*.

Diffusée aux Etats-Unis et sur l'ensemble des réseaux sociaux, cette large campagne viendra également soutenir le secteur de l'hospitalité, partenaire historique de la marque depuis son entrée sur ce marché en 2014.

L'envergure de cette campagne marque une étape importante dans le développement de *The Botanist*, reconnu comme l'un des meilleurs gins au monde. Conçu, distillé et embouteillé de manière artisanale à la distillerie de Bruichladdich, l'une des rares distilleries dans le monde certifiées *B Corp*, *The Botanist* est le premier et l'unique gin distillé sur l'île d'Islay en Ecosse.

Eric Vallat, directeur général de Rémy Cointreau a déclaré : « *Cette première campagne d'envergure marque un tournant important dans le développement de The Botanist et s'inscrit parfaitement dans notre plan stratégique. Caractérisé par son fort ancrage dans le terroir, The Botanist est aujourd'hui parfaitement positionné pour bénéficier du développement rapide de la catégorie du gin aux Etats-Unis et des nouvelles tendances de consommation, notamment la montée en gamme et la mixologie. The Botanist qui ambitionne de devenir l'un des leaders incontestés du gin haut-de-gamme est un excellent relais de croissance pour le Groupe. Nous nous doterons des moyens nécessaires pour y parvenir en renforçant significativement nos investissements en marketing et communication afin d'accroître sa désirabilité et sa notoriété.* »

Rémy Cointreau ambitionne de devenir le leader mondial des spiritueux d'exception en poursuivant une stratégie de valeur et en misant sur le développement de ses *Global priority brands* : *Louis XIII*, *Rémy Martin*, *Cointreau*, *Bruichladdich* et *The Botanist*. La division Liqueurs & Spiritueux jouera un rôle essentiel grâce à la montée en puissance (en volume) de ses marques *Cointreau* et *The Botanist* et à son fort levier opérationnel.

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 1850 collaborateurs et sur ses filiales de distribution implantées dans les marchés stratégiques du groupe. Rémy Cointreau est coté sur Euronext Paris.

Contact

Celia d'Everlange – +33 (0) 6 03 65 46 78