



CREALIS ENGAGE UNE TRANSFORMATION GLOBALE POUR RENFORCER SA PERFORMANCE INDUSTRIELLE ET COMMERCIALE AU SERVICE DE SES CLIENTS

Dans un environnement économique en pleine évolution, CREALIS, groupe international majeur du secteur du bouchage et surbouchage pour les vins, les spiritueux et les boissons, engage une profonde transformation de son organisation industrielle et commerciale. Après plusieurs années d'intégration, CREALIS ouvre un nouveau chapitre de son histoire industrielle en repensant son organisation globale avec une ambition claire : renforcer sa compétitivité, accélérer son efficacité opérationnelle et mieux servir ses clients à l'échelle mondiale.

Porté par une vision long terme et une organisation repensée, CREALIS affirme son positionnement de partenaire de référence, en proposant des solutions alliant qualité, excellence de service, innovation et durabilité, au plus près des attentes des marchés.

CREALIS SE RÉORGANISE AUTOUR D'UNE MARQUE UNIQUE

C'est un tournant structurant dans l'histoire du groupe. CREALIS opère un basculement stratégique en faisant converger ses marques historiques vers une identité unique, CREALIS. Huit entités, jusqu'ici opérées de manière distincte, sont progressivement réunies sous une seule bannière. «*En unifiant nos marques, nous rendons notre offre plus claire, plus cohérente et plus efficace pour nos clients dans le monde entier*», présente Enrico Bracesco, CEO du groupe CREALIS.

Au-delà d'un simple exercice d'unification, cette transformation traduit un changement de modèle. CREALIS passe d'une juxtaposition de savoir-faire à une organisation intégrée, pensée pour répondre aux attentes de clients de plus en plus globaux, exigeants et en quête d'efficacité. L'ensemble des équipes commerciales est désormais structuré autour d'une organisation unifiée, pilotée par Jean-Pascal Rey, arrivé

dans le groupe en 2025, capable de porter l'intégralité de l'offre du groupe et d'offrir un point d'entrée unique à ses clients, quel que soit leur marché, «*Notre ambition est de proposer une approche globale et intégrée, avec un partenaire unique pour l'ensemble des solutions de bouchage*», souligne-t-il.

Dans le même mouvement, le groupe reconfigure son outil industriel autour de deux Business Units productives intégrées. La première, dédiée aux capsules, coiffes et muselets, répond aux enjeux des vins tranquilles et effervescents. La seconde, centrée sur les solutions de bouchage pour les spiritueux, huiles et vinaigres, avec les bouchons T-Bar et T-pourer. Déjà présent sur l'ensemble des segments des vins tranquilles, vins effervescents, spiritueux, bière, eau, huiles et vinaigres, CREALIS renforce avec cette organisation la lisibilité et la cohérence de son offre.



INNOVATION ET INVESTISSEMENTS, LEVIERS DE CROISSANCE

Dans un environnement marqué par des changements structurels, des tensions sur les coûts et des contraintes industrielles accrues, CREALIS fait le choix de maintenir une trajectoire d'investissement soutenue. Le groupe investit entre 6 % et 8 % de son chiffre d'affaires à ces investissements chaque année. Un niveau significatif, orienté à la fois vers le développement de nouveaux matériaux et technologies, l'amélioration de la durabilité des solutions de bouchage et surbouchage et l'optimisation continue de la performance industrielle. *« Notre priorité est de rester en avance. Cela passe par un effort constant d'investissement dans l'innovation, dans nos outils industriels et dans nos équipes »*, explique-t-il.

Mais la stratégie du groupe ne se limite pas à l'outil de production. CREALIS investit également dans le capital humain, avec une politique active de formation, de recrutement et de fidélisation des talents, considérés comme un levier central de transformation. *« La performance industrielle ne se décrète pas, elle se construit. Elle repose autant sur la technologie que sur les compétences et l'engagement des équipes »*, affirme le CEO de CREALIS.

Dans un marché où le packaging s'impose comme un élément clé de différenciation, CREALIS capitalise sur la largeur de son offre pour accompagner ses clients sur l'ensemble de leurs enjeux. *« Le packaging est aujourd'hui un vecteur stratégique. Il doit à la fois protéger, différencier et valoriser les marques. C'est sur cet équilibre que nous accompagnons nos clients »*, conclut Enrico Bracesco.



Enrico Bracesco, CEO du groupe CREALIS.

DES MARCHÉS EN MUTATION QUI OUVRONT DE NOUVELLES OPPORTUNITÉS

Le secteur des vins et spiritueux connaît une phase de transformation profonde, porté par des évolutions structurelles durables. *« Nous évoluons dans un marché en pleine recomposition, où les attentes des consommateurs et des marques changent rapidement. Cela crée de nouvelles opportunités, mais exige aussi plus d'agilité et d'innovation »*, observe Enrico Bracesco.

Dans ce contexte, CREALIS identifie deux moteurs de croissance stratégiques. Les spiritueux, d'abord, s'imposent comme un segment clé, porté par une forte premiumisation. *« Dans les spiritueux, le bouchage est devenu un élément central du design et de l'expérience. Il participe pleinement à la valeur perçue du produit »*,






En parallèle, le groupe maintient une présence active sur l'ensemble de ses marchés historiques des vins tranquilles, bières, eaux, huiles et vinaigres, en s'appuyant sur la complémentarité de son offre.

souligne le CEO. Autre segment dynamique, les vins effervescents, qui continuent de progresser à l'échelle mondiale. *« Les vins effervescents requièrent un très haut niveau d'expertise technique. C'est un segment où la maîtrise industrielle et le savoir-faire design font clairement la différence »*, complète-t-il.

Une diversité qui lui permet d'accompagner ses clients dans leurs enjeux de transformation, tout en captant les dynamiques de croissance sur les segments les plus porteurs.



UN LEADER INDUSTRIEL MONDIAL AU SERVICE DES MARQUES DE BOISSONS

-  13 sites de production dans le monde
-  1 300 collaborateurs
-  5 milliards de solutions de bouchage produites chaque année
-  Présence dans plus de 70 pays
-  235 millions d'euros de chiffre d'affaires



UN LARGE PORTEFEUILLE PRODUITS



LA FRANCE, MARCHÉ STRATÉGIQUE POUR LE GROUPE

Au cœur de la stratégie internationale de CREALIS, la France s'impose comme un marché clé, à la fois par son niveau d'exigence et par son poids dans l'écosystème mondial des vins et spiritueux. Entre régions emblématiques comme la Champagne et concentration des principaux acteurs du secteur, le territoire français constitue un véritable point d'ancrage pour le groupe. «*La France est un marché unique par son niveau d'excellence et d'exigence. C'est un environnement qui nous pousse à élever en permanence nos standards*», explique Enrico Bracesco. Avec trois sites de production à Hendaye et en Champagne, CREALIS est un partenaire majeur des producteurs de vins tranquilles, effervescents et champagne, et spiritueux.

Dans ce contexte, CREALIS renforce aujourd'hui son organisation sur le territoire, avec comme objectifs d'améliorer la qualité de service, réduire les délais de livraison et intensifier la proximité avec ses clients, «*Être proche de nos clients est essentiel. Cela nous permet d'être plus réactifs, plus pertinents et de mieux accompagner leurs besoins*», souligne-t-il.

À PROPOS DE CREALIS

CREALIS est le groupe leader des solutions de bouchage et surbouchage pour les marchés des vins tranquilles et effervescents, les spiritueux, les bières, l'eau, l'huile d'olive et les vinaigres. Le groupe s'appuie sur 70 ans d'expertise industrielle et compte 1 300 collaborateurs à travers le monde sur 13 sites de production : 3 en France, 3 en Italie, 1 au Portugal, 2 en Espagne, 2 aux États-Unis, 1 en Australie et 1 au Mexique. Le groupe commercialise dans plus de 70 pays dans le monde.



www.crealisgroup.com

CONTACTS PRESSE

Agence SOWINE

Loïc Verneyre - loic@sowine.com - 06 71 61 90 23

Christopher Renvoisé - christopher@sowine.com - 06 64 11 87 56

CREALIS

ISABELLE GRUARD

Directrice Marketing Groupe
Isabelle.gruard@crealisgroup.com