Le Monde

PAYS :France
PAGE(S) :27
SURFACE :35 %
PERIODICITE :Quotidien

DIFFUSION :275310
JOURNALISTE :Juliette Garnier

► 3 juin 2025 - N°25013

La relance de Dior, un impératif pour LVMH

Baisse des ventes, recul du marché chinois, risque de récession américaine : pour conserver à la marque son statut de poids lourd du groupe, la tâche ne sera pas aisée pour la PDG, Delphine Arnault, et son nouveau designer

Pour affronter les vents mauvais, Delphine Arnault a choisi Jonathan Anderson. Après sa nomination chez Dior Homme, le 17 avril, le designer britannique succède à Maria Grazia Chiuri à la direction artistique de Dior Femme, a annoncé sa maison mère, LVMH, lundi 2 juin. Son départ de Loewe a été annoncé en mars, mais, depuis des mois, Jonathan Anderson prépare son arrivée au sein de la maison créée à Paris en 1946. Avec fébrilité. Car il prend la barre sous la direction de Delphine Arnault, PDG de Dior depuis février 2023, et sous l'étroite surveillance de Bernard Arnault, son père. Jonathan Anderson a l'obligation de réussir. Tout comme Delphine Arnault.

La maison, première acquisition dans le luxe du fondateur de LVMH, signée en 1984, est un poids lourd au sein du groupe aux 84,7 milliards d'euros de chiffre d'affaires. Dior est l'une des rares marques internationales à être aussi puissantes sur les trois principales industries du luxe : le prêt-à-porter, la maroquinerie et la parfumerie. Ses ventes ont atteint près de 14 milliards d'euros en 2024, en y incluant ses produits de beauté, selon les estimations du cabinet Bernstein. Et elle constitue le deuxième pilier de la division mode et maroquinerie de LVMH, derrière Louis Vuitton et ses 24 milliards d'euros de ventes en 2024, selon les estimations de Barclays.

Mais, bien que la maison parisienne ait paradé lors de la cérémonie d'ouverture des Jeux olympiques et paralympiques de Paris, le 26 juillet 2024, en habillant les chanteuses Céline Dion et Aya Nakamura, elle ne bat plus aucun record. D'après Carole Madjo, analyste financière chez Barclays, ses ventes ont dévissé de *« 8 % à 10 % »* en 2024, par rapport à 2023, année de très forte croissance. C'est un revers, alors que, sur la même période, la mode et la maroquinerie de LVMH ont perdu seulement 3 % d'activité, en moyenne.

Or, depuis début 2024, la conjoncture économique s'aggrave. A tel point que, le 14 mai, Bain & Company a réactualisé ses prévisions : l'industrie pourrait reculer de *« 2 % à 5 % »* en 2025, note le cabinet de conseil. Les *« deux moteurs de la croissance des ventes de produits de luxe sont désormais à l'arrêt »*, explique Olivier Abtan, directeur associé du cabinet AlixPartners.

Comme ses concurrents, Dior est confrontée au ralentissement de la consommation en Chine. Et, depuis le retour de Donald Trump à la Maison Blanche, le secteur redoute une récession américaine et les conséquences de l'instauration de taxes à l'entrée des Etats-Unis. La relance de Dior *« pourrait prendre du temps »*, en conclut Barclays.

Succès du Book Tote

Pourtant, la maison a connu *« les années folles »* entre 2017 et 2024, rappelle Clara Arnoulx de Pirey, directrice du pôle luxe du cabinet de conseil NellyRodi. Et changé de dimension sous la présidence de Pietro Beccari, son PDG entre 2018 et 2023, et la direction artistique de Maria Grazia Chiuri depuis 2016. Sur le seul marché de la mode et de la maroquinerie, ses ventes sont passées de plus de 2 milliards d'euros en 2018 à 6 milliards en 2021, pour atteindre un chiffre *« autour de 9 milliards d'euros en 2024 »*, selon le cabinet Bernstein. Dior a massivement investi pour étendre et rénover son réseau de boutiques. A Paris, le 30 avenue Montaigne, l'adresse historique de la maison, a rouvert ses portes en mars 2022, après trente mois de travaux.

Dior a aussi soutenu ses ventes sur le Net, circuit idoine pour expédier son Book Tote, un cabas en toile au succès phénoménal, ou des *« produits faciles »*, dont des baskets et des sweat-shirts, note un observateur du marché. La maison s'est également renforcée sur le marché de la beauté : *J'adore* est l'un des parfums féminins les plus vendus au monde, tandis que *Sauvage* tient la tête des fragrances masculines depuis 2021. Dès lors, croître au rythme d'antan sera un défi.

Delphine Arnault, qui fut directrice générale adjointe de Christian Dior Couture de 2008 à 2013, puis de Louis Vuitton pendant dix ans, s'est attelée à la relance. Pour reconquérir les fans de sacs à main, lassés par son Book Tote créé en 2018 ou son Lady Dior vieux de trente ans, cette spécialiste de la maroquinerie – segment qui représente la majorité des ventes de Dior – a lancé de nouvelles besaces au début de l'année : le D-Journey, à 3500 euros, et le Caro, à 2700 euros. La dirigeante a aussi recruté. Elle s'est entourée d'un ancien de chez Louis Vuitton, Pierre-Emmanuel Angeloglou, au poste de directeur général de Christian Dior Couture, et d'une ancienne dirigeante de Miu Miu, Benedetta Petruzzo, au poste de directrice générale déléguée. *« Des fusibles, en cas d'échec »*, décode un proche du groupe.

Leur stratégie sera scrutée. Et probablement comparée à celle de Chanel. Lors de la fashion week parisienne de fin septembre, la deuxième marque de luxe au monde, rivale de Dior, dévoilera les premières collections dessinées par Matthieu Blazy, designer franco-belge nommé directeur artistique le 12 décembre 2024, en remplacement de Virginie Viard. Bien que confronté à une baisse d'activité de 4,3 %, à 17,9 milliards d'euros en 2024, Chanel maintient ses investissements à 1,7 milliard d'euros en 2025.

Relancer Dior sera aussi un défi personnel pour Delphine Arnault, aînée des cinq enfants de Bernard Arnault, alors que la succession de son père à la tête de LVMH n'est pas arrêtée. Depuis l'assemblée générale des actionnaires du 17 avril, il a la possibilité d'occuper les postes de président du conseil d'administration et de directeur général de LVMH jusqu'à ses 85 ans. Le milliardaire de 76 ans n'a toutefois rien dit *« des plans de succession »* qu'il a établis puisqu'*« ils n'ont pas vocation à être révélés publiquement »*, a rappelé le groupe, mi-avril. Mais, Delphine Arnault, âgée de 50 ans, membre du comité exécutif, peut y prétendre. Tout comme son frère Alexandre Arnault, âgé de 33 ans, coprésident de la division vins et spiritueux et ancien numéro deux de Tiffany & Co. ■

JULIETTE GARNIER

Tous droits de reproduction réservés

Le Monde

PAYS :France
PAGE(S) :27
SURFACE :35 %
PERIODICITE :Quotidien

DIFFUSION :275310
JOURNALISTE :Juliette Garnier

► 3 juin 2025 - N°25013

Leur stratégie sera scrutée. Et probablement comparée à celle de Chanel

Delphine Arnault, PDG de Dior, et son père, Bernard Arnault, PDG du groupe LVMH, au palais de l'Elysée, à Paris, le 6 mai 2024. NATHAN LAINE/BLOOMBERG VIA GETTY IMAGES

Tous droits de reproduction réservés