



Pénalisé par les guerres commerciales, LVMH voit son bénéfice net plonger au premier semestre

(AFP) -

Le numéro un mondial du luxe LVMH (Louis Vuitton, Dior, Celine, Moët Hennessy) a annoncé jeudi une chute de 22% de son bénéfice net au premier semestre, à 5,7 milliards d'euros, dans un contexte "économique et géopolitique perturbé".

Les ventes ont reculé de 4% sur le premier semestre à 39,8 milliards d'euros mais "LVMH fait preuve de solidité dans le contexte actuel", estime le PDG Bernard Arnault, cité dans le communiqué du groupe. "Nous abordons la seconde partie de l'année avec une grande vigilance et je suis confiant dans le formidable potentiel de LVMH à long terme", ajoute-t-il.

Côté rentabilité, la marge opérationnelle baisse de près de 3 points à 22,6%, contre 25,5% au premier semestre 2024.

"On a une demande locale qui reste solide en Europe et aux Etats-Unis et on a une amélioration séquentielle de la demande des Chinois en Chine", a déclaré la directrice financière Cécile Cabanis lors d'un échange avec les agences de presse.

"Des effets de change ont entraîné une baisse de la demande extrêmement forte" de la part des touristes chinois en visite au Japon, a-t-elle ajouté.

Sur le semestre, les ventes de la division phare Mode et maroquinerie ont baissé de 8% à 19,1 milliards d'euros - avec un recul des ventes au deuxième trimestre de 19%. La division fait "preuve néanmoins d'une bonne résistance auprès des clientèles locales et alors que le premier semestre 2024 bénéficiait de la forte croissance des achats touristiques, notamment au Japon", selon le groupe.

Du côté des Vins et spiritueux, les ventes reculent de 8% à 2,59 milliards d'euros, plombées par "l'impact sur la clientèle des tensions commerciales pesant sur les marchés clés américain et chinois", selon le communiqué, en raison des conflits sur les droits de douane.

Dans une interview au Figaro, Bernard Arnault se dit satisfait des accords sur le cognac passés avec la Chine, qui aboutissent pour LVMH à "augmenter d'environ 10% nos prix de vente". "C'est très important car les Etats-Unis et la Chine représentent 80% des débouchés pour le cognac", souligne-t-il.

Les ventes de la division Montres et joaillerie s'érodent légèrement de 1% à 5,09 milliards d'euros avec "une croissance sur la joaillerie et une décroissance sur les montres", selon Mme Cabanis.

Les Parfums et Cosmétiques sont en léger repli, de 1% à 4,08 milliards d'euros.

Quant à la Distribution sélective, ses ventes restent stables à 8,6 milliards d'euros. Elles sont tirées par Sephora qui continue de progresser - et dont la marge opérationnelle est de 10%, selon Bernard Arnault.

Chez DFS (le "duty free"), l'autre pilier de cette division, "des mesures de réduction des coûts et de rationalisation des opérations, avec notamment l'arrêt de l'activité de la Galleria de Venise, permettent une amélioration de la rentabilité malgré un niveau d'activité encore pénalisé par la conjoncture internationale", selon LVMH.

kap/ak/spi

Afp le 24 juil. 25 à 18 48.