



# *crible*

## Le yen et le zen

### **Le recul des ventes semestrielles de LVMH n'entame en rien sa solidité financière.**

Même quand les ceintures de sécurité sont bien attachées, une zone de turbulences n'est jamais agréable à traverser. Les investisseurs financiers le savent bien, ce qui devrait leur permettre de rester zen à la lecture des chiffres semestriels de LVMH (propriétaire des « Echos »), inférieurs aux attentes. Les analystes sectoriels n'attendaient pas une décroissance organique aussi marquée de la division phare « mode et maroquinerie » au deuxième trimestre (un recul de 9 %, au lieu du 7,8 % attendu, selon les données Bloomberg), celle de Louis Vuitton et de Dior. Mais ils se sont montrés trop pessimistes pour celle des « vins et spiritueux » (-4 % et non -6,9 %), celle de Moët et de Hennessy. Et le repli mécanique de la marge opérationnelle laisse cette dernière au-dessus de son niveau de 2019, avant la phase de croissance ouverte par la pandémie. Ils retiendront surtout le dynamisme du cashflow disponible d'exploitation (+29 %). La situation financière du leader mondial du luxe fondé par Bernard Arnault n'a donc rien perdu de sa grande flexibilité. Ces derniers mois, les tensions commerciales et les incertitudes de politique économique ont influencé le moral des ménages, tout en créant une grande volatilité des changes. Les caprices du yen ont ainsi découragé des touristes chinois de se ruier sur les bonnes affaires japonaises, comme ils le faisaient un an plus tôt. Malgré sa dégringolade boursière cette année, le numéro un mondial du luxe reste la troisième pondération de l'indice CAC 40, derrière Schneider Electric et TotalEnergies, et devant Airbus. Pour les gérants d'actifs, il faudra donc surtout savoir ne pas broyer du noir trop longtemps. — *Sylvie Ramadier*

