



Luxe LVMH continue d'investir dans un contexte économique compliqué

RÉSISTANCE À l'occasion de la publication de ses résultats semestriels, LVMH annonce de nouveaux investissements, aux États-Unis notamment

Les ventes du leader mondial du luxe se tassent au premier semestre 2025, à 39,8 milliards d'euros, soit une légère baisse de 4 % sur un an. Sur fond de tensions commerciales avec les États-Unis et de fermeture du marché chinois, le groupe de Bernard Arnault résiste plutôt bien, notamment grâce à la mode et à la maroquinerie dont les ventes auprès de clientèles locales – notamment aux États-Unis – se maintiennent. Particulièrement touchés par la hausse des droits de douane, les vins et spiritueux continuent de souffrir, mais le groupe souligne des signes encourageants sur les ventes de champagne, et une bonne performance des vins rosés de Provence (*lire page 33*).

Fidèle à sa stratégie offensive, Bernard Arnault maintient le cap d'investissements continus. De nouveaux magasins Louis Vuitton ont d'ailleurs été ouverts à Shanghai, à Milan, à New York et aux Émirats arabes unis, qui tous connaissent des taux de croissance à deux chiffres. Tiffany poursuit la rénovation de ses

boutiques aux États-Unis et vient d'ouvrir son plus gros magasin d'Asie à Tokyo. L'enseigne Sephora, enfin, continue de bénéficier d'un taux de croissance significatif de 12 %.

À l'occasion de la présentation de ces résultats semestriels, Bernard Arnault maintient sa convic-

tion dans le potentiel de croissance du marché aux États-Unis, et annonce l'ouverture d'un troisième atelier Louis Vuitton outre-Atlantique, à Dallas, où la marque en avait inauguré un en 2019, en présence de Donald Trump. ●



Bernard Arnault.

ANTONIN ANDRÉ

