



LVMH en pole position sur les marchés du champagne et du cognac

Le numéro un mondial du luxe, par le biais de Moët Hennessy, est aussi le premier acteur en Champagne et à Cognac. N'échappant pas aux difficultés actuelles du secteur, il a lancé un plan de relance et de gains d'efficacité.

Assurant près de la moitié du chiffre d'affaires du groupe et plus des trois quarts de son bénéfice opérationnel, la division Mode & Maroquinerie de LVMH concentre l'attention des investisseurs. Les vins, champagnes et spiritueux logés chez Moët Hennessy n'ont représenté en 2024 que 7 % des revenus et résultats du groupe, mais ce dernier est bien ancré en pole position - et d'assez loin - en Champagne et à Cognac, avec des parts de marché respectives de 22,6 % et de 53,7 % l'année passée, en nombre de bouteilles expédiées.

Le portefeuille de Moët Hennessy, dont le britannique Diageo détient 34 % depuis 1987, comporte aussi les whiskys Glenmorangie et Ardbeg, la vodka Belvedere ainsi que des vins en France, sur le continent américain et en Chine.

Sur un chiffre d'affaires de 5,8 milliards d'euros en 2024 pour la division, les vins et champagnes (dont Moët & Chandon, Veuve Clicquot, Ruinart, Krug, etc.) en ont représenté 54 %, le cognac Hennessy et les spiritueux, 46 %.

Entre baisse de la demande, déstockage des distributeurs et guerre commerciale, Moët Hennessy n'a pas échappé aux difficultés qui frappent les champagnes et cognacs depuis 2023 en Chine et aux Etats-Unis.

Ceux-ci restent le premier débouché de la division, absorbant un gros tiers du chiffre d'affaires, devant l'Europe (un quart) et l'Asie hors Japon (surtout la Chine), qui compte pour un peu moins de 20 %.

Sur les six premiers mois de l'année, Moët Hennessy a vu son chiffre d'affaires, arrêté à 2,6 milliards d'euros, reculer de 7 % hors effets devises et périmètre, avec une divergence dans l'évolution des deux pôles : les vins et spiritueux ont vu leurs ventes se contracter de 15 %. En revanche, elles se sont améliorées de 2 % pour les vins et champagnes, grâce à un redressement de ces derniers au deuxième trimestre. Les rosés de Provence (Château d'Esclans et Minuty) continuent, eux, de se distinguer « par une bonne performance », mentionnait le groupe fin juillet.

Malgré ces signaux plus positifs, Cécile Cabanis, la directrice financière de LVMH, a fait état, alors, d'« un plan pour relancer la croissance de Moët Hennessy et gagner en efficacité », dont les effets seront surtout visibles au second semestre 2026. « Mais nous sommes très confiants. » En outre, Jean-Jacques Guiony, son prédécesseur à la direction financière, a été nommé PDG de la division au 1^{er} février.

Le groupe, en tout cas, continue de soutenir l'image de ses maisons : c'est à nouveau avec un magnum de Moët & Chandon que les champions de Formule 1 fêtent leur victoire.

Le pôle Vins & Spiritueux de LVMH est représenté par Moët Hennessy, dont le britannique Diageo détient toujours 34 %. Le groupe est, de loin, le premier acteur pour le champagne et le cognac, avec des parts de marché de l'ordre de 22 % et de 53 % en nombre de bouteilles vendues.

Le pôle Vins & Spiritueux de LVMH est représenté par Moët Hennessy, dont le britannique Diageo détient toujours 34 %. Le groupe est, de loin, le premier acteur pour le champagne et le cognac, avec des parts de marché de l'ordre de 22 % et de 53 % en



nombre de bouteilles vendues.

Credits: Société

Conseil Investir

LVMH étant propriétaire d'Investir, nous ne donnons pas de conseil sur le groupe. Sur les 30 avis d'analystes réunis par FactSet, 16 sont positifs sur la valeur et 13 neutres.

Cours au moment du conseil : 540.9 \$

