

Christian Dior

30 AVENUE MONTAIGNE
75008 PARIS

Bonne résistance du groupe Christian Dior au premier trimestre 2025

Paris, le 14 avril 2025

Le groupe Christian Dior réalise au premier trimestre 2025 des ventes de 20,3 milliards d'euros. Le Groupe fait preuve d'une bonne résistance et poursuit sa forte dynamique d'innovation malgré un contexte géopolitique et économique perturbé.

L'Europe est toujours en progression à devises et périmètre comparables. Les Etats-Unis connaissent une légère baisse malgré une bonne performance en Mode et Maroquinerie, et en Montres et Joaillerie. Le Japon est en recul par rapport au premier trimestre 2024 qui avait bénéficié de la forte hausse des dépenses de la clientèle chinoise sur le territoire. Le reste de l'Asie connaît des tendances comparables à 2024.

Par groupe d'activités, l'évolution des ventes est la suivante :

En millions d'euros	1 ^{er} trimestre 2025	1 ^{er} trimestre 2024	Variation 1 ^{er} trim. 2025/2024	
			Publiée	Organique*
Vins & Spiritueux	1 305	1 417	-8 %	-9 %
Mode & Maroquinerie	10 108	10 490	-4 %	-5 %
Parfums & Cosmétiques	2 178	2 182	0 %	-1 %
Montres & Joaillerie	2 482	2 466	+1 %	0 %
Distribution sélective	4 189	4 175	0 %	-1 %
Autres activités et éliminations	49	(36)	-	-
Total	20 311	20 694	-2 %	-3 %

* à structure et taux de change comparables. Pour le Groupe, l'effet périmètre est nul et l'effet de change de +1 %.

L'activité **Vins et Spiritueux** enregistre une baisse (-9% organique) de ses ventes au premier trimestre 2025. L'activité Champagne est en léger recul dans un contexte de normalisation continue de la demande. Moët & Chandon fait son retour sur le podium de la Formule 1 en tant que champagne officiel. Le cognac est pénalisé par une demande plus faible en Chine et aux Etats-Unis. Le portefeuille de vins de rosés de Provence réalise un bon début d'année.

L'activité **Mode et Maroquinerie**, en léger recul au premier trimestre 2025, fait preuve d'une bonne résistance alors que le premier trimestre 2024 bénéficiait de la forte croissance des achats au Japon. Chez Louis Vuitton, vingt ans après sa collaboration iconique avec Takashi Murakami, une réédition de collections de sacs et prêt-à-porter réalisées avec le célèbre artiste japonais rencontre un vif succès. Fidèle à son esprit d'innovation et d'excellence, la Maison dévoile un nouvel univers, *La Beauté Louis Vuitton*. Partenaire Titre du Grand Prix d'Australie de Formule 1, Louis Vuitton donne en mars à Melbourne le coup d'envoi de la saison et crée pour l'occasion une malle trophée sur-mesure.

Conjuguant tradition et modernité, Christian Dior Couture poursuit sa dynamique créative, mettant en lumière à chacun de ses défilés des artisanats d'excellence. Les nouveautés en maroquinerie, notamment les sacs *Dior Toujours* et *D-Journey*, connaissent un bon démarrage. L'exposition *Christian Dior : Couturier du rêve* continue de voyager et s'installe en avril à Séoul. Pour célébrer son centième anniversaire et les liens qui unissent la Maison et la Chine, Loro Piana organise sa première exposition à Shanghai au musée d'Art Pudong. Fendi célèbre un siècle de mode et de savoir-faire à l'occasion de son dernier défilé Homme et Femme à Milan. Chez Loewe, l'exposition *Crafted World* fait escale à Tokyo et met à l'honneur l'histoire et l'héritage de la Maison en proposant une expérience immersive au croisement de l'art, de la culture et de son sens inné du jeu. Plusieurs nouveaux directeurs artistiques, dont les premières collections seront dévoilées prochainement, rejoignent le Groupe.

L'activité **Parfums et Cosmétiques** est stable au premier trimestre 2025, poursuit le renforcement de sa politique de distribution sélective et une bonne dynamique d'innovation en parfum, maquillage et soin. Parfums Christian Dior est soutenu par l'essor de ses parfums iconiques avec l'*Eau de Parfum J'adore*, le lancement de *Dior Homme* et le succès en haute parfumerie de *La Collection Privée* enrichie par la nouvelle silhouette olfactive *Bois Talisman*. Les innovations en maquillage de *Forever* et *Dior Addict*, et le soin contribuent également à la performance de la Maison. Guerlain est porté par l'enrichissement de ses parfums *Aqua Allegoria* et *L'Art & La Matière* et par le relancement réussi du rouge à lèvres iconique *Rouge G*. Parfums Givenchy bénéficie du développement de *L'Interdit* et du succès en maquillage de *Prisme Libre*. Maison Francis Kurkdjian dévoile un nouveau parfum *Kurky*.

L'activité **Montres et Joaillerie** est stable au premier trimestre 2025. Tiffany & Co. poursuit avec succès le renforcement de ses lignes iconiques et le déploiement mondial de son nouveau concept de boutiques inspiré du Landmark à New York. Bvlgari célèbre l'iconique *Serpenti* à travers notamment des expositions d'art immersives à Shanghai et Séoul, donnant le coup d'envoi des célébrations de l'Année du Serpent. Chaumet rajeunit et célèbre avec succès sa collection *Bee de Chaumet*, qui réinterprète le motif de l'abeille. En horlogerie, la dynamique créative se poursuit, avec de nombreuses innovations de TAG Heuer, Hublot et Zenith présentées à New York et Paris lors de la sixième édition de la LVMH Watch Week. Parmi les autres temps forts du trimestre, TAG Heuer, à nouveau Chronométreur Officiel de la Formule 1, est au cœur de l'action dès le Grand Prix d'Australie.

Dans la **Distribution sélective**, les ventes sont stables au premier trimestre 2025. Sur une base de comparaison particulièrement élevée, Sephora poursuit sa progression, bénéficiant de la solidité de son activité en boutiques. Le réseau de distribution continue son expansion, notamment en Amérique du Nord. DFS est encore pénalisé par la conjoncture internationale. Le Bon Marché connaît un bon début d'année grâce à la stratégie de différenciation du grand magasin et un programme original d'animations. Le Groupe renforce l'organisation de ses grands magasins avec une gouvernance commune pour La Samaritaine et Le Bon Marché.

Dans un contexte géopolitique et économique perturbé, le groupe Christian Dior reste à la fois vigilant et confiant en ce début d'année. Le Groupe reste concentré sur le développement de ses marques, porté par une politique soutenue d'innovation et d'investissement ainsi que par une exigence permanente de qualité de ses produits, de leur désirabilité et de leur distribution sélective.

Le Groupe compte sur le talent et la motivation de ses équipes, la diversité de ses métiers et le bon équilibre géographique de ses ventes pour renforcer encore en 2025 son avance sur le marché mondial des produits de haute qualité.

Ce communiqué est disponible sur le site web www.dior-finance.com

Ce communiqué contient des éléments à caractère prévisionnel qui traduisent des appréciations et des projections. Par nature, ces éléments sont soumis à divers et importants facteurs de risque, incertitudes et aléas, en particulier ceux décrits dans le Rapport annuel établi par la Société et accessible sur son site internet (www.dior-finance.com). Ils ne doivent donc pas être considérés comme une garantie de performance future, les résultats effectifs pouvant différer significativement de ceux présentés ou implicitement inclus dans ces données prévisionnelles. Celles-ci reflètent les perspectives de la Société à la date des présentes, étant précisé que Christian Dior ne s'engage en aucune manière à réviser ou mettre à jour ces projections. Ces dernières doivent être utilisées avec prudence et circonspection et la responsabilité de la Société et de ses dirigeants ne pourra être engagée à cet égard sur quelque fondement que ce soit. Ce communiqué ne constitue pas une invitation à acheter ou à vendre des actions Christian Dior ou plus généralement à intervenir sur le titre Christian Dior.