

Christian Dior

30 AVENUE MONTAIGNE
75008 PARIS

Christian Dior poursuit sa croissance organique au premier trimestre dans un environnement mondial impacté par le conflit au Moyen-Orient

Paris, le 13 avril 2026

Le groupe Christian Dior réalise au premier trimestre 2026 des ventes de 19,1 milliards d'euros. Le Groupe poursuit sa forte dynamique d'innovation et fait preuve d'une bonne résistance dans un contexte géopolitique et économique encore perturbé, amplifié par le conflit au Moyen-Orient. Les Etats-Unis réalisent un bon début d'année. En Europe et au Japon, la résilience de la demande locale compense en partie la baisse des dépenses touristiques. L'Asie (hors Japon), en forte progression, confirme l'amélioration des tendances amorcée au second semestre 2025. Le Moyen-Orient est impacté en mars par le conflit après un début d'année très positif. Le conflit pèse environ 1 % sur la croissance organique du trimestre.

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

<i>En millions d'euros</i>	1^{er} trimestre 2026	1^{er} trimestre 2025	Variation 1^{er} trim. 2026/2025	
			Publiée	Organique*
Vins & Spiritueux	1 273	1 305	-2 %	+5 %
Mode & Maroquinerie	9 247	10 108	-9 %	-2 %
Parfums & Cosmétiques	2 038	2 178	-6 %	0 %
Montres & Joaillerie	2 443	2 482	-2 %	+7 %
Distribution sélective	4 048	4 189	-3 %	+4 %
Autres activités et éliminations	72	49	-	-
Total	19 121	20 311	-6 %	+1 %

* à structure et taux de change comparables. Pour le Groupe, l'effet périmètre est nul et l'effet de change est de -7 %.

L'activité **Vins et Spiritueux** enregistre une croissance organique de 5 % des ventes au premier trimestre 2026. L'activité Champagne connaît un bon début d'année, notamment en Europe. Moët & Chandon entame sa deuxième saison des Grands Prix de Formule 1 en tant que champagne officiel. Le cognac bénéficie d'un calendrier favorable pour le Nouvel An chinois par rapport à 2025. Les Rosés de Provence poursuivent leur bonne dynamique.

L'activité **Mode et Maroquinerie**, en recul de 2 % (organique) au premier trimestre 2026, est impactée par le conflit au Moyen-Orient. Louis Vuitton célèbre les 130 ans de sa toile légendaire *Monogram* et rend hommage à ses sacs iconiques. La Maison continue de déployer sa vision culturelle à travers ses boutiques, offrant des expériences uniques à ses clients à l'image de celle de son nouveau flagship à Pékin et de *Louis Vuitton The Place Seoul*, qui réalise d'excellents résultats. Chez Christian Dior Couture, les premiers produits de Jonathan Anderson, disponibles progressivement en boutique, rencontrent un immense succès. En maroquinerie, les nouveautés ainsi que la réinterprétation de l'iconique *Lady Dior* connaissent un excellent démarrage. Inspiré de la façade de l'hôtel particulier du

30 Montaigne à Paris, le *Dior Bamboo Pavilion*, inauguré à Tokyo, célèbre les liens qui unissent la Maison au Japon et aux artisanats d'excellence. Loro Piana confirme une excellente performance au premier trimestre. Sa nouvelle collection, *Nomadic Reverie*, dévoilée à Milan, exprime toute la richesse sensorielle et le savoir-faire textile de la Maison. Michael Rider chez Celine, Jack McCollough et Lazaro Hernandez chez Loewe et Sarah Burton chez Givenchy poursuivent le renouveau créatif des collections de leurs Maisons respectives. Chez Fendi, Maria Grazia Chiuri présente à Milan sa première collection Femme, inspirée des cinq sœurs Fendi. Rimowa poursuit sa solide progression.

L'activité **Parfums et Cosmétiques**, stable en organique au premier trimestre 2026, maintient une politique d'innovation soutenue et une distribution très sélective. Les marques phares du Groupe connaissent un bon début d'année. Parfums Christian Dior en particulier réalise une bonne performance, bénéficiant des lancements de *J'adore Intense* et des eaux de parfum *Dior Addict*. En haute parfumerie, *La Collection Privée* s'enrichit d'une nouvelle signature olfactive *Cuir Saddle*. Les innovations en maquillage de *Forever* et *Backstage* contribuent également à la performance de la Maison. Guerlain est en forte progression grâce à ses collections de parfums *L'Art & La Matière* et *Aqua Allegoria*, et au succès confirmé du rouge à lèvres iconique *Rouge G*. Chez Parfums Givenchy, *L'Interdit* poursuit son développement. Maison Francis Kurkdjian étend sa collection *Oud* tandis qu'Acqua di Parma célèbre son 110^{ème} anniversaire.

L'activité **Montres et Joaillerie** réalise une croissance organique de ses ventes de 7 % au premier trimestre 2026. Tiffany réalise une excellente performance. La Maison poursuit avec succès la rénovation de son réseau de boutiques et le renforcement de ses lignes emblématiques, notamment *HardWear*, en très forte croissance. Parmi les temps forts du trimestre, Tiffany dévoile une communication avec sa nouvelle ambassadrice mondiale Natalie Portman, et met à l'honneur ses dernières collections de haute joaillerie à Gstaad et à Pékin. Bvlgari, en forte progression, dévoile *Eclettica*, une nouvelle vision artistique de la haute joaillerie et des montres de prestige. Les lignes iconiques *Serpenti* et *Tubogas* enregistrent de très bons résultats. Chaumet bénéficie du développement de sa collection *Bee de Chaumet*. Lors de la LVMH Watch Week 2026 qui s'est tenue à Milan, plusieurs Maisons du Groupe dont TAG Heuer, Hublot et Zenith ont présenté leurs innovations horlogères.

Dans la **Distribution sélective**, la croissance organique des ventes est de 4 % au premier trimestre 2026. Sephora continue d'enregistrer une croissance solide de ses ventes dans toutes les régions avec des gains de parts de marché, confortant son leadership mondial. L'expansion du réseau de distribution se poursuit, notamment au Royaume Uni où l'enseigne rencontre un grand succès. DFS a signé un accord avec China Tourism Group Duty Free pour la cession des activités en Grande Chine, notamment les Gallerias de Hong Kong et Macao ; DFS a signé également un accord en vue de céder ses concessions aéroportuaires de Los Angeles et de San Francisco à Duty Free Americas. Le Bon Marché poursuit sa stratégie de différenciation avec un programme toujours original d'animations.

Dans un contexte géopolitique et économique particulièrement perturbé par le conflit au Moyen-Orient, Christian Dior reste vigilant mais néanmoins 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 créations, de leur désirabilité et de leur distribution sélective.

Le groupe Christian Dior 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 2026 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.