

Christian Dior

30 AVENUE MONTAIGNE
75008 PARIS

Poursuite de la croissance au troisième trimestre 2026

Paris, le 12 octobre 2026

Le groupe Christian Dior réalise sur les neuf premiers mois de 2026 des ventes de 57,1 milliards d'euros. La croissance organique des ventes s'établit à +2 %. Fort de sa diversité de métiers, le Groupe témoigne d'une grande solidité dans un contexte géopolitique et économique incertain, et poursuit sa dynamique d'innovation.

Au troisième trimestre, la croissance organique des ventes reflète l'impact sur l'activité d'un contexte moins porteur en Chine tandis que les Etats-Unis, l'Europe et le Japon connaissent une bonne croissance.

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

<i>En millions d'euros</i>	9 premiers mois 2025	9 premiers mois 2026	Variation 9 premiers mois 2026/2025		Variation T3 2026/ T3 2025
			Publiée	Organique*	
Vins & Spiritueux	3 917	4 027	+3 %	+5 %	+6 %
Mode & Maroquinerie	27 611	26 391	-4 %	-2 %	-5 %
Parfums & Cosmétiques	6 040	5 922	-2 %	0 %	+1 %
Montres & Joaillerie	7 409	7 725	+4 %	+8 %	+6 %
Distribution sélective	12 613	12 476	-1 %	+6 %	+8 %
Autres activités et éliminations	500	607	-	-	-
Total	58 090	57 148	-2 %	+2 %	+1 %

* à structure et taux de change comparables. Pour le Groupe, l'effet périmètre par rapport aux 9 premiers mois de 2025 est de -1 % et l'effet de change est de -3 %. Pour le troisième trimestre 2026, l'effet périmètre est de -2 % et l'effet de change est de +2 %.

L'activité **Vins & Spiritueux** enregistre une croissance organique de +5 % de ses ventes sur les neuf premiers mois de 2026. L'activité Champagne conforte ses signes de reprise observés depuis le début de l'année, notamment en Europe. Moët & Chandon continue de bénéficier d'une forte visibilité durant sa deuxième saison des Grands Prix de Formule 1 en tant que champagne officiel. Le cognac Hennessy connaît une bonne dynamique en Asie tandis que le marché américain bénéficie du lancement de la nouvelle gamme de cocktails VS « prêts à servir ». Les Rosés de Provence poursuivent leur bonne progression.

Le groupe d'activités **Mode et Maroquinerie** continue de bénéficier du dynamisme du marché américain mais est impacté sur le dernier trimestre par le ralentissement de la demande en Chine. Le renouveau créatif de nos Maisons porte ses fruits. Louis Vuitton rend hommage à ses sacs iconiques à l'occasion des 130 ans du *Monogram* et revisite notamment la toile originale des premières malles avec le nouveau tissu jacquard *Monogram Emblème*. Les collections de prêt-à-porter créées par Nicolas Ghesquière connaissent une bonne dynamique ainsi que les collections masculines de Pharrell Williams. La Maison continue d'offrir à ses clients des expériences uniques en boutique à l'image de celle de LV The Place à Séoul et des nouveaux espaces immersifs à travers le monde sur

le thème du voyage. Christian Dior Couture bénéficie du grand succès des créations de Jonathan Anderson. La demande est particulièrement forte pour ses lignes de prêt-à-porter et de maroquinerie, notamment. Après Osaka en mai, une nouvelle House of Dior ouvre en septembre à Milan, Via Monte Napoleone. Loro Piana, qui réalise une excellente performance, présente sa dernière collection de prêt-à-porter *Solutions For*, aussi fonctionnelle que créative, et inaugure à Ghemme un nouveau centre dédié à l'excellence de la maille. Chez Celine, les collections créées par Michael Rider rencontrent un grand succès tout comme le nouveau sac *Baguette* chez Fendi, revisité par Maria Grazia Chiuri. Loewe avec le duo Jack McCollough et Lazaro Hernandez, et Givenchy avec Sarah Burton poursuivent le renouveau créatif de leurs collections. Rimowa et Berluti confirment leur bonne dynamique. Le 1^{er} septembre, Marc Jacobs a été cédé à WHP Global.

L'activité **Parfums & Cosmétiques**, stable en organique sur les neuf premiers mois de 2026, maintient une distribution très sélective. Les marques historiques du Groupe réalisent une bonne performance. Parfums Christian Dior bénéficie des lancements de *J'adore Intense*, de *Sauvage Extrait* et des eaux de parfum *Dior Addict*. En haute parfumerie, de nouvelles signatures olfactives au sein de *La Collection Privée* sont dévoilées. La bonne dynamique du maquillage notamment grâce à *Forever* et *Backstage* contribue également à la performance de la Maison. Guerlain est en nette progression, portée par le lancement de *L'Heure Bleue*, le succès des collections de parfums *L'Art & La Matière* et *Aqua Allegoria*, et par l'accélération du rouge à lèvres iconique *Rouge G*. Parfums Givenchy met l'accent sur le développement de *L'Interdit*. Maison Francis Kurkdjian étend sa collection *Oud* tandis qu'Acqua di Parma célèbre son 110^{ème} anniversaire.

L'activité **Montres et Joaillerie** enregistre une croissance organique de +8 % de ses ventes sur les neuf premiers mois de 2026, portée par la très bonne performance de la joaillerie. Tiffany & Co. poursuit avec succès le renforcement de ses lignes emblématiques, notamment *HardWear*, *Knot* et *Sixteen Stone*, ainsi que la rénovation de son réseau de boutiques. Après New York, la présentation à Venise de l'expression automnale de sa collection de haute joaillerie *Blue Book 2026 : Hidden Garden* illustre la force créative de la Maison. Bvlgari dévoile sa nouvelle ligne de haute joaillerie et de montres de prestige *Eclettica*, qui génère un nouveau record de ventes. Son exposition *Kaleidos* fait escale à Shanghai tandis qu'une installation monumentale dévoilée à New York met à l'honneur son icône *Serpenti*. Chaumet poursuit le développement de sa collection *Bee de Chaumet*. En horlogerie, TAG Heuer bénéficie d'une forte visibilité lors des Grands Prix de Formule 1, notamment à Madrid en tant que partenaire titre.

Dans la **Distribution sélective**, la croissance organique des ventes est de +6 % sur les neuf premiers mois de 2026. Avec une forte progression de ses ventes, Sephora accentue ses gains de parts de marché dans plusieurs pays, confortant son leadership mondial. Sa performance est portée par la solidité de son portefeuille de marques, avec une croissance soutenue de nombreuses marques historiques et l'enrichissement continu de lancements exclusifs, dont Rhode et plusieurs marques de C-Beauty. L'expansion du réseau de distribution se poursuit, avec notamment l'ouverture de nouveaux marchés, la Belgique et la Croatie. Les ventes du Bon Marché progressent grâce à son programme toujours original d'animations. L'essentiel des activités de DFS ont été cédées.

PERSPECTIVES

Malgré un contexte économique et géopolitique encore incertain, le Groupe reste confiant et maintiendra une stratégie centrée sur le renforcement continu de la désirabilité de ses marques, en s'appuyant sur l'authenticité et la qualité de ses produits, sur l'excellence de sa distribution et sur la réactivité de son organisation. Le groupe Christian Dior compte sur le dynamisme de ses marques et le talent de ses équipes pour renforcer encore en 2026 son avance sur le marché mondial du luxe.

Hormis les éléments mentionnés dans ce communiqué et celui du 23 septembre 2026, il n'y a pas eu, au cours du trimestre et à la date de ce jour, d'évènement ou de changement de nature à affecter de façon significative la structure financière du Groupe.

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.

ANNEXE

Ventes par groupe d'activités et par trimestre

Ventes 2026 (en millions d'euros)

<i>Année 2026</i>	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres activités et éliminations	Total
Premier trimestre	1 273	9 247	2 038	2 443	4 048	72	19 121
Deuxième trimestre	1 324	8 899	1 876	2 782	4 358	284	19 524
Premier semestre	2 598	18 146	3 914	5 225	8 406	356	38 644
Troisième trimestre	1 429	8 245	2 008	2 500	4 070	251	18 504
Neuf premiers mois	4 027	26 391	5 922	7 725	12 476	607	57 148

Ventes 2026 (croissance organique par rapport à la même période de 2025)

<i>Année 2026</i>	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres activités et éliminations	Total
Premier trimestre	+5 %	-2 %	0 %	+7 %	+4 %	-	+1 %
Deuxième trimestre	+5 %	+1 %	-1 %	+11 %	+6 %	-	+3 %
Premier semestre	+5 %	-1 %	0 %	+9 %	+5 %	-	+2 %
Troisième trimestre	+6 %	-5 %	+1 %	+6 %	+8 %	-	+1 %
Neuf premiers mois	+5 %	-2 %	0 %	+8 %	+6 %	-	+2 %

Ventes 2025 (en millions d'euros)

<i>Année 2025</i>	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres activités et éliminations	Total
Premier trimestre	1 305	10 108	2 178	2 482	4 189	49	20 311
Deuxième trimestre	1 283	9 006	1 904	2 608	4 431	267	19 499
Premier semestre	2 588	19 115	4 082	5 090	8 620	315	39 810
Troisième trimestre	1 330	8 497	1 958	2 319	3 992	185	18 280
Neuf premiers mois	3 917	27 611	6 040	7 409	12 613	500	58 090

Les totaux des tableaux étant calculés sur la base de montants non arrondis, des écarts peuvent exister entre ceux-ci et la somme des éléments dont ils sont constitués.