vinetur

LVMH affiche une croissance plus soutenue au premier semestre dans les vins et spiritueux.

Le chiffre d’affaires organique de la division a progressé de 5 % et le résultat opérationnel courant a augmenté de 11 %, signalant une demande plus ferme pour le cognac et le whisky premium.

lundi 27 juillet 2026



LVMH a հրապարակé lundi ses résultats du premier semestre 2026, faisant état d’une dynamique plus soutenue dans son activité vins et spiritueux, une division suivie de près par l’industrie mondiale des boissons, alors que les investisseurs cherchent des signes de demande pour le cognac et le whisky premium.

Le groupe français de luxe a indiqué que son chiffre d’affaires du premier semestre avait atteint 38,6 milliards d’euros. Le résultat opérationnel courant s’est établi à 8,7 milliards d’euros, en baisse de 4 %, tandis que la part du groupe dans le résultat net est restée inchangée par rapport à l’an dernier, à 5,7 milliards d’euros. La société a précisé que sa marge opérationnelle est restée à 22,5 %.

Dans les vins et spiritueux, les ventes organiques ont progressé de 5 % au premier semestre, à 2,598 milliards d’euros. Le résultat opérationnel courant de la division a augmenté de 11 %, à 582 millions d’euros. Ces chiffres témoignent d’une activité plus ferme dans un métier qui comprend certaines des marques de Champagne, de cognac et de spiritueux les plus connues au monde.

Pour les producteurs et distributeurs de boissons, cette performance compte au-delà du seul portefeuille de LVMH. La croissance des spiritueux haut de gamme peut être interprétée comme le signe que les consommateurs continuent de dépenser pour des bouteilles premium malgré un contexte économique contrasté. Elle pourrait aussi influencer les attentes en matière de marges dans l’ensemble du secteur, en particulier pour les entreprises exposées au cognac et au whisky, où le pouvoir de fixation des prix et la ةوق de la marque restent essentiels.

LVMH a indiqué que la croissance s’était accélérée au deuxième trimestre, avec des ventes organiques du groupe en hausse de 3 %, ou de 4 % hors impact du conflit au Moyen-Orient. La société n’a pas fourni de détail par catégorie ou par région pour les vins et spiritueux dans son bref communiqué de résultats, mais les gains de la division au premier semestre se sont distingués face à des tendances plus irrégulières ailleurs dans le groupe.

La mode et la maroquinerie, plus grande activité de LVMH, sont revenues à la croissance organique au deuxième trimestre, portées par ce que la société a décrit comme une forte accélération aux États-Unis, malgré les perturbations liées au conflit au Moyen-Orient. Le chiffre d’affaires du premier semestre dans cette division s’est élevé à 18,146 milliards d’euros, en baisse de 1 %. Le résultat opérationnel y a reculé de 7 % à 6,195 milliards d’euros, LVMH indiquant que les variations de change ont pesé sur le résultat, même si la marge opérationnelle est restée à ce qu’elle a qualifié de

niveau très élevé.

Les parfums et cosmétiques ont affiché des ventes organiques stables au premier semestre, à 3,914 milliards d’euros. LVMH a indiqué que cette activité continuait de s’appuyer sur l’innovation produit et une distribution très sélective, tandis que sa marge opérationnelle s’est légèrement améliorée.

Les montres et la joaillerie ont enregistré une croissance plus rapide. Les ventes organiques de cette division ont progressé de 9 % au premier semestre, à 5,225 milliards d’euros, avec une accélération au deuxième trimestre, où la croissance organique a atteint 11 %. LVMH a indiqué que la marge opérationnelle s’était améliorée sur la période de six mois.

Cette mise à jour semestrielle intervient à un moment où les entreprises de boissons sont jugées non seulement sur la croissance des volumes, mais aussi sur leur capacité à défendre leur rentabilité alors que les coûts, les devises et les risques géopolitiques restent volatils. Dans ce contexte, les chiffres des vins et spiritueux de LVMH devraient être perçus comme un signal positif pour le haut de gamme du marché, même si la demande globale des consommateurs demeure inégale selon les régions et les catégories.

LVMH n’a annoncé aucun changement de perspectives dans le communiqué publié avec ses résultats semestriels. Néanmoins, l’amélioration des vins et spiritueux devrait attirer l’attention, car cette division a souvent servi d’indicateur précoce du sentiment dans les boissons de luxe, en particulier dans les segments tournés vers l’exportation comme le cognac. La hausse du résultat opérationnel courant suggère que le positionnement premium continue de soutenir les bénéfices, même lorsque les conditions sont moins favorables dans d’autres segments du marché.