vinetur

LVMH annonce une baisse de 5 % des ventes de vins et spiritueux, Hennessy étant confronté à une baisse de la demande

Les bénéfices de la division chutent de 25 % en raison des tensions commerciales et de l'évolution des tendances de consommation sur les principaux marchés mondiaux.

mercredi 28 janvier 2026



LVMH, le conglomérat français du luxe et propriétaire du cognac Hennessy, a annoncé une baisse de 5 % du chiffre d'affaires organique de sa division vins et spiritueux en 2025. Les ventes du segment ont totalisé 5,358 milliards d'euros (6,414 milliards de dollars), en baisse par rapport aux 5,862 milliards d'euros (7 milliards de dollars) en 2024. Le bénéfice des opérations courantes de la division a chuté de 25 %, reflétant les défis continus sur les marchés clés.

Au troisième trimestre, le chiffre d'affaires de la société dans le secteur des vins et spiritueux a atteint 1,330 milliard d'euros (1,592 milliard de dollars), soit une augmentation modeste de 1 % par rapport à l'année précédente. Toutefois, cette croissance a été contrebalancée par une baisse de 9 % des ventes au quatrième trimestre, soulignant la volatilité de la demande des consommateurs et des conditions du marché.

Le portefeuille de spiritueux de LVMH comprend le cognac Hennessy, la vodka Belvedere, le whisky américain Sir Davis, les marques de scotch Glenmorangie et Ardbeg, et la tequila Volcan De Mi Tierra. Le groupe a identifié le cognac Hennessy comme le principal facteur de la baisse des recettes, citant une demande locale plus faible. La société a indiqué que les problèmes liés aux droits de douane en Chine et aux États-Unis constituaient des obstacles importants. En juin de l'année précédente, le ministère chinois du commerce a mis fin à son enquête antidumping sur les importations de brandy de l'Union européenne, ce qui a permis de soulager certains producteurs de cognac, dont Hennessy. Malgré cette évolution, les tensions commerciales entre la Chine et les États-Unis - tous deux considérés comme des marchés cruciaux pour LVMH - ont continué à peser sur les performances.

Alors que les spiritueux ont connu des difficultés, les maisons de champagne de LVMH ont maintenu une position forte, détenant une part de 22 % de toutes les expéditions mondiales des appellations de champagne. La société a également indiqué que ses vins rosés de Provence ont surpassé la catégorie mondiale des rosés.

Pour l'année 2025, le chiffre d'affaires global de LVMH a atteint 80,8 milliards d'euros (96,7 milliards de dollars), soit une baisse de 1 % sur une base organique. Le quatrième trimestre a connu une légère amélioration, avec une hausse de 1 % du chiffre

d'affaires.

Bernard Arnault, président-directeur général de LVMH, a commenté les résultats en soulignant la résistance du groupe face aux perturbations géopolitiques et économiques. Il a déclaré que LVMH continuerait à se concentrer sur la gestion des coûts et à respecter ses engagements environnementaux et sociaux alors qu'il navigue dans un environnement incertain. M. Arnault a également réaffirmé l'engagement de la société en faveur d'une créativité durable et de produits de haute qualité.

M. Arnault a souligné que le partenariat de LVMH avec la Formule 1 était un mouvement stratégique visant à s'aligner sur l'excellence et l'innovation. En 2025, Volcan De Mi Tierra est devenu le partenaire officiel de la Formule 1 pour la tequila, suivi de Glenmorangie pour le whisky et de Belvedere pour la vodka.

Malgré les défis actuels dans le secteur des vins et spiritueux, LVMH reste concentré sur le maintien de sa position de leader dans les produits de luxe grâce à l'innovation et aux partenariats stratégiques. La société continue de suivre de près les conditions du marché mondial pour planifier l'année à venir.