

Christian Dior

30 AVENUE MONTAIGNE
PARIS
75008

Paris, le 16 avril 2020

Bonne résistance de Christian Dior au premier trimestre 2020

Le groupe Christian Dior réalise au premier trimestre 2020 des ventes de 10,6 milliards d'euros, en recul de 15 %. A périmètre et devises comparables, les ventes sont en baisse de 17 % par rapport à la même période de 2019. Le Groupe témoigne d'une bonne capacité de résistance dans un environnement économique perturbé par une grave crise sanitaire, entraînant la fermeture des boutiques et des sites de production dans la plupart des pays au cours des dernières semaines et l'arrêt des voyages internationaux. La priorité de Christian Dior est d'assurer la sécurité de ses collaborateurs et clients. Les équipes du Groupe témoignent d'un engagement fort et d'une grande agilité pour faire face à cette situation sans précédent alors que des efforts d'adaptation à la conjoncture actuelle sont activement menés afin de contrôler les coûts et d'accroître la sélectivité des investissements.

Le Groupe est par ailleurs mobilisé pour soutenir l'effort collectif entrepris pour lutter contre le Covid-19. De nombreuses initiatives solidaires en aide aux autorités sanitaires et au personnel médical ont été déployées par les Maisons du Groupe partout à travers le monde.

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

En millions d'euros	1er trimestre 2020	1er trimestre 2019	Variation 1er trim. 2020 / 1er trim. 2019	
			Publiée	Organique*
Vins & Spiritueux	1 175	1 349	-13%	-14%
Mode & Maroquinerie	4 643	5 111	-9%	-10%
Parfums & Cosmétiques	1 382	1 687	-18%	-19%
Montres & Joaillerie	792	1 046	-24%	-26%
Distribution sélective	2 626	3 510	-25%	-26%
Autres activités et éliminations	(22)	(165)	-	-
Total	10 596	12 538	-15%	-17%

* à structure et taux de change comparables. L'effet de change pour le Groupe est de +1 % et l'effet périmètre de +1%.

Dans l'activité **Vins & Spiritueux**, l'effet positif de change et la politique ferme de hausse de prix ont compensé en partie la baisse des volumes. Les ventes sont en recul de 14 % à devises et périmètres comparables au premier trimestre 2020. Soutenu par des commandes anticipées de la part des distributeurs, le marché américain fait preuve d'une bonne résistance sur la période. Le cognac Hennessy est ralenti en Chine par la moindre demande liée à l'épidémie et au calendrier 2020 du nouvel an chinois.

L'activité **Mode & Maroquinerie** enregistre des ventes en baisse de 10 % à devises et périmètres comparables au premier trimestre 2020 dans un environnement marqué par la fermeture des boutiques dans plusieurs régions du monde. Les ventes en ligne connaissent pour leur part une progression rapide. Louis Vuitton et Christian Dior en particulier poursuivent leur dynamique créative comme l'illustrent les derniers défilés et l'enrichissement continu des produits iconiques. Les autres marques poursuivent les efforts pour renforcer leur capacité de résistance. Après l'arrêt de leur activité depuis mi-mars, les sites de production des Maisons du Groupe préparent leur réouverture dans des conditions de sécurité maximales pour les équipes.

Dans les **Parfums & Cosmétiques**, les ventes sont en recul de 19 % à devises et périmètres comparables au premier trimestre 2020. Les plus grandes marques font preuve d'une bonne résistance bien que les détaillants abaissent leur niveau de stocks au vu de la crise en cours. Les ventes en ligne se développent rapidement.

Le groupe d'activités **Montres & Joaillerie** enregistre au premier trimestre 2020 une baisse de 26 % de ses ventes à devises et périmètres comparables. Bvlgari connaît un recul de son activité en raison de la fermeture de ses boutiques, en Asie en particulier. Après un bon début d'année, TAG Heuer et Hublot ont été pénalisés par la baisse des commandes de la part des détaillants. Le lancement très réussi de la nouvelle montre connectée TAG Heuer constitue une des innovations majeures du trimestre.

Dans la **Distribution sélective**, les ventes sont en recul de 26 % à devises et périmètres comparables au premier trimestre 2020. Tandis que toutes les boutiques Sephora ont été fermées en Chine sur une bonne partie du trimestre, celles situées en Europe et aux Etats-Unis le sont depuis mi-mars. Les ventes en ligne enregistrent une progression sensible sur la période. La fréquentation dans les boutiques reprend progressivement en Chine depuis début avril. DFS connaît un recul significatif de son activité dans la plupart des destinations sous l'effet de l'arrêt des voyages internationaux.

Dans un contexte très perturbé, le Groupe maintiendra une stratégie centrée sur la préservation de la valeur de ses marques, en s'appuyant sur l'exceptionnelle qualité de ses produits et la réactivité des équipes. Dans les circonstances actuelles, le Groupe renforcera encore sa politique de maîtrise des coûts et de sélectivité des investissements.

Les fermetures de sites de production et de magasins du Groupe dans la plupart des pays du monde pendant le 1^{er} semestre auront un impact sur les ventes et les résultats annuels. Cet impact ne peut être précisément évalué à ce stade, sans connaître le calendrier de retour à la normale dans les différentes zones d'implantation du Groupe. On ne peut qu'espérer que la reprise se fasse graduellement à partir des mois de mai ou juin après un second trimestre qui devrait être encore très affecté par la crise, en particulier en Europe et aux Etats-Unis. 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 2020 son avance sur le marché mondial des produits de haute qualité.

Le Conseil d'administration de Christian Dior, réuni le 15 avril 2020, a fait le point sur la situation économique résultant de la pandémie de Covid-19 et, eu égard aux circonstances actuelles et aux recommandations gouvernementales, a décidé de proposer à l'Assemblée Générale du 30 juin 2020 un dividende réduit par rapport au montant annoncé le 28 janvier 2020. Ainsi, le solde de dividende à verser s'établirait à 2,60 euros par action, sa mise en paiement intervenant le 9 juillet 2020.

En outre, le Conseil d'administration a été informé de la décision prise par Monsieur Sidney Toledano, Directeur Général de Christian Dior, de renoncer à sa rémunération au sein du Groupe pour les mois d'avril et mai 2020 ainsi qu'à toute rémunération variable au titre de l'année 2020, décision identique à celle prise par les dirigeants administrateurs de LVMH.

Enfin, les administrateurs de la Société ont pris la décision de réduire de 30 % le montant de leur rémunération au titre de leur mandat social pour l'année 2020.

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