

LVMH vante son « empreinte économique et sociale » en France

Après avoir battu de nouveaux records, le géant du luxe va créer 5 000 postes dans le pays en 2019.

La réussite de LVMH lui permet de renforcer son empreinte sociale dans la plupart des territoires. Le groupe est une des entreprises qui recrutent le plus dans notre pays

BERNARD ARNAULT, PDG DE LVMH

IVAN LETESSIER @IvanLetessier

LUXE Nouveaux records pour LVMH. Pour la première fois de son histoire, le leader mondial du luxe a franchi l'an passé le cap des 10 milliards d'euros de résultat opérationnel courant, en hausse de 21 % sur an. Une croissance deux fois plus rapide que celle de son chiffre d'affaires, qui s'est établi à plus de 48 milliards d'euros (+11% sur an).

La hausse des ventes, aussi forte qu'en 2017 et qu'au premier semestre 2018 (+12%), est deux fois plus rapide que celle du marché, estimée à 6 % par le cabinet Bain. Cette surperformance souligne la force de LVMH, quand le marché est marqué depuis deux ans par un écart grandissant entre les performances des différents acteurs du secteur.

« 2018 est une nouvelle année exceptionnelle pour LVMH, se félicite son PDG Bernard Arnault. La créativité et la qualité de nos produits, l'expérience unique offerte à nos clients dans nos magasins et en ligne, le talent et l'engagement des équipes sont autant d'atouts du groupe qui ont à nouveau fait la différence. »

Autre record, Louis Vuitton, la première griffe de luxe au monde et locomotive de LVMH, a aussi franchi cette barre symbolique, avec un chiffre d'affaires supérieur à 10 milliards d'euros, selon les ana-

lystes financiers. La croissance des ventes du malletier, supérieure à 15 %, a accéléré par rapport à 2017.

La croissance de Vuitton est certes inférieure à celle, phénoménale, de son rival Gucci, dont les ventes ont grimpé de 40 % sur les neuf premiers mois de 2018 et pourrait atteindre 8 milliards d'euros sur l'année. « Mais elle est maîtrisée et ne connaît pas d'à-coups, observe un proche de LVMH. Et le résultat opérationnel du groupe est supérieur au chiffre d'affaires de Gucci. »

Une « confiance prudente »

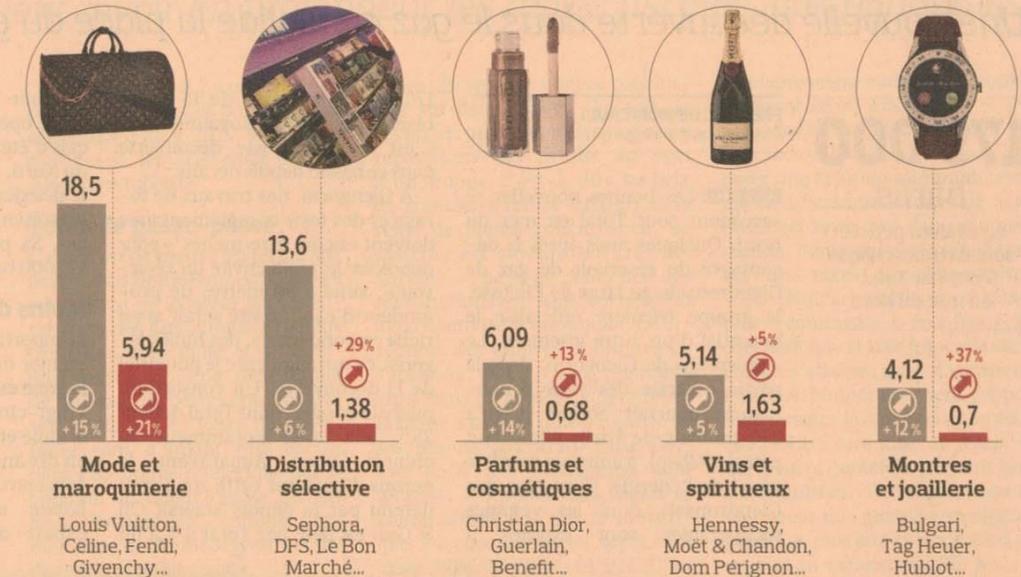
La croissance de la branche parfums et cosmétiques a elle aussi accéléré, grâce au succès des parfums Dior, « qui augmentent leurs parts de marché partout dans le monde ». Celle de la division distribution sélective a été divisée par deux, à cause de l'arrêt des concessions d'aéroport à Hongkong fin 2017. « Sephora gagne des parts de marchés, avec une centaine de boutiques ouvertes, dont les premiers magasins Sephora en Russie », souligne le groupe. La croissance de la branche vins et spiritueux a quant à elle été ralentie, en partie à cause du « contexte d'approvisionnement tendu en cognac ».

Alors que les Cassandra prédisent un ralentissement du marché chinois, un dirigeant du groupe assure qu'il « n'en voit toujours pas le

Le chiffre d'affaires et la rentabilité augmentent dans toutes les divisions

■ CHIFFRE D'AFFAIRES* ■ RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT* 🔄 VARIATION 2018/2017

*en milliards d'euros



Credits photos: LVMH, J.-C. Marmara / Le Figaro

Infographie LE FIGARO

signe », précisant que les Chinois achètent globalement plus dans leur pays et relativement moins lors de leurs voyages à l'étranger.

« Dans un contexte géopolitique et monétaire incertain, LVMH dispose des meilleurs atouts pour poursuivre sa dynamique de croissance et aborder 2019 avec une confiance prudente », assure le groupe. Au-delà de ces performances, Bernard Arnault tient à souligner l'ancrage français de LVMH. « La réussite du groupe lui permet, année après année, de renforcer son empreinte sociale dans la plupart des territoires en France, affirme le dirigeant. LVMH en France, c'est plus d'une centaine de sites de production et ateliers, plus de 30 000 collaborateurs, dont 93 % en CDI. En matière d'embauches, le groupe est à nouveau une des entreprises qui recrutent le plus dans notre pays. » 14 300 embauches sont prévues cette année, dont 5 000 créations de postes, contre 13 000 recrutements et 3 500 créations de postes en 2018.

Le dirigeant rappelle que LVMH investit, rien qu'en France, environ

1 milliard d'euros par an dans l'exploitation et le développement de ses maisons et 50 millions d'euros dans la formation de jeunes et d'apprentis. « La réussite du groupe permet d'envisager de nouvelles ouvertures d'ateliers cette année, comme le site Louis Vuitton de Beaujeu-sur-Layon (Anjou) au printemps. »

L'un des tout premiers contributeurs à l'impôt

Alors que les critiques sur les pratiques fiscales des multinationales françaises et de leurs dirigeants se multiplient, jusqu'au plus haut niveau de l'État, Bernard Arnault assure que « LVMH, c'est 1,250 milliard d'euros en impôts sur les sociétés payés en France, ce qui fait du groupe l'un des tout premiers contributeurs à l'impôt dans notre pays ». Et l'un de ses proches de résumer, afin de remettre l'église au milieu du village : « LVMH réalise en France 10 % de son chiffre d'affaires et un tiers de ses profits, mais y paye la moitié de ses impôts dans le monde. » ■