

Christian Dior

30 AVENUE MONTAIGNE
PARIS
75008

Poursuite de la croissance au même rythme

Paris, le 11 octobre 2022

Le groupe Christian Dior réalise sur les neuf premiers mois de 2022 des ventes de 56,5 milliards d'euros, en hausse de 28 % par rapport à la même période de 2021. La croissance organique des ventes s'établit à 20 %. Au troisième trimestre, la croissance organique des ventes ressort à 19 %, une performance en ligne avec les tendances du premier semestre.

L'Europe, les Etats-Unis et le Japon, en forte hausse depuis le début de l'année, profitent d'une demande solide de la clientèle locale et de la reprise des voyages internationaux. L'Asie (y compris la Chine) connaît une progression moindre sur les neuf premiers mois de 2022 même si le dernier trimestre s'améliore grâce à l'allègement partiel des restrictions sanitaires.

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

| En millions d'euros | 9 premiers mois 2021 | 9 premiers mois 2022 | Variation 9 premiers mois 2022/2021 | |
|-------------------------------------|-------------------------|-------------------------|---|---------------|
| | | | Publiée | Organique* |
| Vins & Spiritueux | 4 251 | 5 226 | + 23 % | + 14 % |
| Mode & Maroquinerie | 21 315 | 27 823 | + 31 % | + 24 % |
| Parfums & Cosmétiques | 4 668 | 5 577 | + 19 % | + 12 % |
| Montres & Joaillerie | 6 160 | 7 575 | + 23 % | + 16 % |
| Distribution sélective | 7 795 | 10 095 | + 30 % | + 20 % |
| Autres activités et éliminations | (12) | 189 | - | - |
| Total | 44 177 | 56 485 | + 28 % | + 20 % |

* à structure et taux de change comparables. Pour le Groupe, l'effet périmètre par rapport aux 9 premiers mois de 2021 est nul et l'effet de change est de +8 %.

L'activité **Vins & Spiritueux** réalise une croissance de ses ventes de 23% sur les neuf premiers mois de 2022 (14% en organique). Les Maisons de Champagne du Groupe connaissent une excellente dynamique, entraînant des tensions croissantes sur les approvisionnements. Les progressions sont particulièrement fortes en Europe, aux Etats-Unis et au Japon. Le cognac Hennessy est porté par une stratégie constante de création de valeur. La politique ferme de hausse de prix dans toutes les régions compense les effets des perturbations logistiques aux Etats-Unis et l'impact des restrictions sanitaires en Chine. Moët Hennessy renforce son portefeuille mondial de vins d'exception avec l'acquisition du

vignoble Joseph Phelps, l'une des propriétés viticoles les plus réputées de la Napa Valley, en Californie.

L'activité **Mode & Maroquinerie** réalise une croissance de ses ventes de 31% sur les neuf premiers mois de 2022 (24% en organique). Louis Vuitton brille à nouveau, toujours porté par une créativité exceptionnelle et par la qualité de ses produits. Les derniers défilés de prêt-à-porter, créés pour la femme par Nicolas Ghesquière ont reçu un formidable accueil. De nombreuses nouveautés sont dévoilées en maroquinerie, notamment, ainsi que dans les montres. La montre collector *Tambour Twenty*, incarnée par Bradley Cooper, ambassadeur de la Maison a été immédiatement en rupture de stock. Christian Dior poursuit une croissance remarquable de toutes ses lignes de produits. Après trois ans de rénovation, le berceau historique de la Maison au 30 avenue Montaigne, réouvert à Paris en début d'année, connaît un immense succès, offrant une vision nouvelle de la Maison Dior. Celine connaît une très forte croissance grâce au succès des créations d'Hedi Slimane tout comme Loewe, porté par la forte créativité de J.W. Anderson. Loro Piana poursuit une bonne dynamique. Fendi, où Kim Jones apporte son talent à la Maison, célèbre les 25 ans de son sac emblématique *Baguette* avec un défilé exceptionnel à New-York.

Avec une croissance de ses ventes de 19% (12% en organique) sur les neuf premiers mois de 2022, l'activité **Parfums & Cosmétiques** poursuit dans la voie de sa stratégie de distribution très sélective. Parfums Christian Dior réalise une performance remarquable, renforçant son avance dans tous ses marchés clés. Les parfums sont en forte progression grâce au succès continu de *Sauvage*, *Miss Dior* et *J'adore*, enrichi de sa dernière création *Parfum d'Eau. Dior Addict* en maquillage et *Prestige* en soin contribuent également aux avancées rapides de la Maison. Guerlain poursuit sa croissance, portée notamment par la vitalité du soin *Abeille Royale*, de la ligne *Aqua Allegoria* et des Parfums d'exception *l'Art et la Matière*. Parfums Givenchy bénéficie du succès continu de ses fragrances. La ligne de soin *Stella by Stella McCartney* est lancée avec une démarche environnementale innovante, issue du centre de R&D Beauté du Groupe.

Le groupe d'activités **Montres & Joaillerie** réalise une croissance de 23 % (16% en organique) de ses ventes sur les neuf premiers mois de 2022. Tiffany & Co. est porté par une forte dynamique aux Etats-Unis. L'exposition « Vision & Virtuosity », à la Galerie Saatchi à Londres, célébrant les 185 ans de la Maison, a connu un grand succès. La nouvelle collection de bracelets unisexes *Lock* est déployée en Amérique du Nord. Bulgari continue de renforcer ses collections iconiques. Sa nouvelle ligne de haute joaillerie et haute horlogerie *Eden : The Garden of Wonders* est mise à l'honneur à Shanghai et Beijing tandis que le film « Inside the Dream » révèle les talents de la Maison en termes de création et fabrication joaillière. L'exposition « Végétal » de Chaumet a célébré la nature durant l'été à Paris. Fred présente pour sa part sa première exposition rétrospective au Palais de Tokyo qui connaît un énorme succès. Dans le secteur horloger, TAG Heuer dévoile sa nouvelle montre connectée *Calibre E4 - Porsche Edition* et Hublot poursuit le compte à rebours de la Coupe du Monde de football 2022 en tant que chronométreur officiel de la Coupe.

Dans la **Distribution sélective**, la croissance des ventes est de 30 % (20% en organique) sur les neuf premiers mois de 2022. Sephora réalise une excellente performance avec un fort rebond de l'activité de ses boutiques. La dynamique est particulièrement forte en Amérique du Nord, en France et au Moyen Orient. Les investissements dédiés à la stratégie omnicanale de Sephora se poursuivent afin d'améliorer continuellement l'expérience d'achat de ses clients tant en ligne qu'en magasin. DFS est pour sa part affecté par la faiblesse persistante des voyages, en raison du maintien des restrictions sanitaires en Asie.

PERSPECTIVES

Malgré un contexte géopolitique et économique incertain, le groupe Christian Dior est confiant dans la poursuite de la croissance actuelle et maintiendra une politique de maîtrise des coûts et de sélectivité des investissements. Sa stratégie restera 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 compte sur le dynamisme de ses marques et le talent de ses équipes pour renforcer encore en 2022 son avance sur le marché mondial du luxe.

Hormis les éléments mentionnés dans ce communiqué, 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.

ANNEXE

Groupe Christian Dior - Ventes par groupe d'activités et par trimestre

Ventes 2022 (en millions d'euros)

| <i>Année 2022</i> | Vins et Spiritueux | Mode et Maroquinerie | Parfums et Cosmétiques | Montres et Joaillerie | Distribution sélective | Autres activités et éliminations | Total |
|---------------------------|--------------------|----------------------|------------------------|-----------------------|------------------------|----------------------------------|---------------|
| Premier trimestre | 1 638 | 9 123 | 1 905 | 2 338 | 3 040 | (41) | 18 003 |
| Deuxième trimestre | 1 689 | 9 013 | 1 714 | 2 570 | 3 591 | 149 | 18 726 |
| Premier semestre | 3 327 | 18 136 | 3 618 | 4 909 | 6 630 | 109 | 36 729 |
| Troisième trimestre | 1 899 | 9 687 | 1 959 | 2 666 | 3 465 | 79 | 19 755 |
| Neuf premiers mois | 5 226 | 27 823 | 5 577 | 7 575 | 10 095 | 189 | 56 485 |

Ventes 2022 (croissance organique par rapport à la même période de 2021)

| <i>Année 2022</i> | Vins et Spiritueux | Mode et Maroquinerie | Parfums et Cosmétiques | Montres et Joaillerie | Distribution sélective | Autres activités et éliminations | Total |
|---------------------------|--------------------|----------------------|------------------------|-----------------------|------------------------|----------------------------------|---------------|
| Premier trimestre | + 2 % | + 30 % | + 17 % | + 19 % | + 24 % | - | + 23 % |
| Deuxième trimestre | + 30% | + 19 % | + 8 % | + 13 % | + 20 % | - | + 19 % |
| Premier semestre | + 14 % | + 24 % | + 13 % | + 16 % | + 22 % | - | + 21 % |
| Troisième trimestre | + 14 % | + 22 % | + 10 % | + 16 % | + 15 % | - | + 19 % |
| Neuf premiers mois | + 14 % | + 24 % | + 12 % | + 16 % | + 20 % | - | + 20 % |

Ventes 2021 (en millions d'euros)

| <i>Année 2021</i> | Vins et Spiritueux | Mode et Maroquinerie | Parfums et Cosmétiques | Montres et Joaillerie | Distribution sélective | Autres activités et éliminations | Total |
|---------------------------|--------------------|----------------------|------------------------|-----------------------|------------------------|----------------------------------|---------------|
| Premier trimestre | 1 510 | 6 738 | 1 550 | 1 883 | 2 337 | (59) | 13 959 |
| Deuxième trimestre | 1 195 | 7 125 | 1 475 | 2 140 | 2 748 | 23 | 14 706 |
| Premier semestre | 2 705 | 13 863 | 3 025 | 4 023 | 5 085 | (36) | 28 665 |
| Troisième trimestre | 1 546 | 7 452 | 1 642 | 2 137 | 2 710 | 25 | 15 512 |
| Neuf premiers mois | 4 251 | 21 315 | 4 668 | 6 160 | 7 795 | (12) | 44 177 |

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.

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.