



## Le patron de LVMH, No1 mondial du luxe "confiant" mais prudent pour 2010

15.04.2010, 14h58

Bernard Arnault, PDG du géant mondial du luxe LVMH, s'est déclaré jeudi "assez confiant" pour 2010 après le rebond des ventes du groupe observé au premier trimestre tout en se gardant de faire des prévisions pour l'année.

S'exprimant lors de l'assemblée générale des actionnaires de LVMH à Paris, M. Arnault s'est déclaré "assez confiant" en ce qui concerne 2010, "mais on n'aura peut-être pas les taux de croissance de 20% parfois 30% qu'on a observés au premier trimestre. On peut l'espérer, mais il faut être prudent". Le patron du numéro un mondial du luxe faisait référence au rebond de ventes observés sur les trois premiers mois avec une croissance de 11% globalement (+18% pour les vins et spiritueux, +33% pour les montres et la joaillerie, deux secteurs fortement affectés par la crise en 2009).

"Je me garderais bien de faire des prévisions. Je préfère vous réserver des surprises et j'espère de bonnes surprises", a-t-il dit.

M. Arnault a jugé le rebond "assez positif" et expliqué qu'il faisait suite à un phénomène de restockage des distributeurs, phénomène inverse de celui observé l'an dernier. "Frappés par la crise, les distributeurs ont eu comme réaction de couper les commandes même si la demande finale était là", a-t-il regretté.

"Il faut voir si ce phénomène va se poursuivre pendant l'année", a-t-il ajouté.

Le patron de LVMH a indiqué que "dans ce contexte de reprise économique, le groupe allait continuer pendant 2010 à renforcer (les) points forts et investir sur (les) marques phare" du groupe notamment Louis Vuitton.

Le groupe, qui compte parmi ses autres marques stars les champagnes Moët&Chandon ou Dom Pérignon, les cognacs Hennessy ou les marques Givenchy, Céline ou les parfums Dior, va continuer sa politique de développement mais ne pas "aller trop vite".

"L'expansion géographique doit être ciblée. Cela ne sert à rien d'aller trop vite, pour qu'à long terme l'image et la désirabilité de nos marques se poursuivent", a indiqué M. Arnault dont le groupe va également continuer en 2010 une politique de "gestion rigoureuse" et de "maîtrise des dépenses".

L'Asie et notamment la Chine restent une terre de conquête puisque Louis Vuitton et Dior vont ouvrir de nouvelles boutiques prochainement à Shanghai.

Concernant cette région, Bernard Arnault a déclaré que le groupe comptait non pas "faire des croissances extravagantes" dans cette région mais "à long terme avoir une présence qui donne une crédibilité historique à nos marques comme en Europe et aux Etats-Unis".

AFP

Droits de reproduction et de diffusion réservés - Copyright LE PARISIEN 2010