



RÉSULTATS  
SEMESTRIELS 2017

26 JUILLET 2017

LVMH  
MOËT HENNESSY · LOUIS VUITTON

## EXCELLENT PREMIER SEMESTRE POUR LVMH

- | Hausse à deux chiffres des ventes et du résultat opérationnel courant
- | Bonne croissance en Europe, en Asie et aux Etats-Unis
- | Bon début d'année pour les Vins et Spiritueux
- | Dynamique remarquable de Louis Vuitton, dont la rentabilité se maintient à un niveau exceptionnel
- | Projet d'acquisition par LVMH de Christian Dior Couture, l'une des marques les plus emblématiques au monde, finalisé le 3 juillet
- | Intégration de Rimowa, leader du bagage d'excellence
- | Succès des nouveautés de Christian Dior
- | Progression de Bvlgari et excellent accueil des nouveautés de TAG Heuer
- | Poursuite du renforcement de la stratégie omnicanal de Sephora



REVUE DES  
GROUPE\$  
D'ACTIVITÉS

LVMH  
MOËT HENNESSY · LOUIS VUITTON



VINS  
&  
SPIRITUEUX

LVMH  
MOËT HENNESSY · LOUIS VUITTON

## VINS & SPIRITUEUX

### CHIFFRES CLÉS

| En millions d'euros

■ Champagne et Vins ■ Cognac et Spiritueux

#### • VENTES

+ 12%

Croissance organique

+ 10%



#### • RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT

+ 21%



## VINS & SPIRITUEUX

### FAITS MARQUANTS S1 2017

**Excellent début d'année avec une progression solide aux Etats-Unis et une reprise confirmée en Chine**

- Lancement du site de vente en ligne Clos 19

#### | CHAMPAGNE ET VINS

- Champagne : volumes +8 %
- Nombreuses innovations et bonnes performances des cuvées de prestige
- Croissance solide aux Etats-Unis et en Europe
- Progression d'Estates & Wines et lancement de produits d'exception

#### | COGNAC ET SPIRITUEUX

- Hennessy : volumes +16 %
- Excellente performance aux Etats-Unis
- Confirmation de la reprise en Chine pour toutes les qualités
- Déstockage de Glenmorangie dans la distribution en Asie

## VINS & SPIRITUEUX

PERSPECTIVES 2017

- | **Maintien d'une stratégie de valeur**
- | **Innovation produits et nouveaux modes de consommation**
- | **Prudence sur la croissance en volume en raison des contraintes d'approvisionnement accentuées par la météo du printemps**
- | **Renforcement des outils de production pour soutenir la croissance future**
- | **Développement de petites marques, Woodinville Whiskey et la Tequila Volcan de Mi Tierra**



## MODE & MAROQUINERIE

### CHIFFRES CLÉS

| En millions d'euros

#### • VENTES

+ 17%

Croissance organique

+ 14%



#### • RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT

+ 34%



## MODE & MAROQUINERIE

### FAITS MARQUANTS S1 2017

| **Forte croissance en Asie et en Europe, avec la poursuite en France des tendances observées fin 2016 ; progression solide aux Etats-Unis**

| **Louis Vuitton : excellente dynamique créative**

- Succès des modèles légendaires et des créations récentes
- Collaborations artistiques avec Jeff Koons et Supreme
- Excellent accueil du défilé Croisière à Kyoto
- Poursuite du renforcement qualitatif du réseau de magasins

| **Fendi : croissance soutenue dans toutes les catégories de produits, nouveau magasin à Ginza 6 à Tokyo**

| **Loro Piana : renforcement de sa présence en Asie**

| **Céline, Kenzo, Loewe et Berluti : croissance soutenue**

| **Marc Jacobs : évolution des gammes de produits et restructuration**

| **Rimowa : consolidation dans les comptes**

## MODE & MAROQUINERIE

PERSPECTIVES 2017

| **Poursuite de la dynamique créative de Louis Vuitton**

- Innovation continue dans tous les métiers; lancement d'une montre connectée
- Inauguration d'un magasin phare place Vendôme à Paris
- Déplacement de Séoul à New York de l'exposition « Volez, Voguez, Voyagez »

| **Fendi : défilé Haute Fourrure et ouverture à San Francisco**

| **Kenzo : expansion du réseau de boutiques à Paris, Madrid et Rome**

| **Givenchy : première collection de Clare Waight Keller en octobre**

| **Poursuite du renforcement créatif et des investissements pour les autres marques**

| **Intégration de Christian Dior Couture**



## PARFUMS & COSMÉTIQUES

### CHIFFRES CLÉS

| En millions d'euros

#### • VENTES

+ 14%

Croissance organique

+ 12%



#### • RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT

+ 7%



## PARFUMS & COSMÉTIQUES

### FAITS MARQUANTS S1 2017

#### | Parfums Christian Dior : forte dynamique de tous les axes produits

- Lancement réussi de la nouvelle eau de toilette *J'adore Injoy*
- Succès confirmé du parfum masculin *Sauvage*
- Essor rapide en maquillage de *Rouge Dior* et de la ligne *Dior Addict*
- Excellents résultats du soin *Dreamskin*

#### | Bon démarrage de *Mon Guerlain*, incarné par Angelina Jolie

#### | Benefit : déploiement de sa collection *Sourcils* et nouveau correcteur pour le teint *Boi-ing*

#### | Givenchy : succès des rouges à lèvres *Le Rouge* et *Perfecto*

#### | Forte expansion de Kat Von D et Marc Jacobs Beauty

#### | Fresh : croissance tirée par le succès de la ligne *Black Tea* en Asie

#### | Acquisition de la Maison Francis Kurkdjian

## PARFUMS & COSMÉTIQUES

PERSPECTIVES 2017

- | **Poursuite d'une forte dynamique d'innovation dans un marché en évolution rapide**
- | **Parfums Christian Dior : investissements médias soutenus autour des produits emblématiques et des nouveautés**
  - Lancement de l'eau de parfum *Miss Dior* soutenue par une nouvelle communication
  - Nouvelles boutiques en propre pour mieux exprimer l'univers de la marque
  - Initiatives sur le segment des lèvres autour de *Dior Rouge*
- | **Guerlain : développement international de *Mon Guerlain***
- | **Givenchy : relance de la fragrance iconique *Gentleman Givenchy***
- | **Nouvelle ligne de maquillage *Fenty Beauty by Rihanna* en collaboration avec la chanteuse**





## MONTRES & JOAILLERIE

### CHIFFRES CLÉS

| En millions d'euros

#### • VENTES

+ 14%

Croissance organique

+ 13%



#### • RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT

+ 14%



## MONTRES & JOAILLERIE

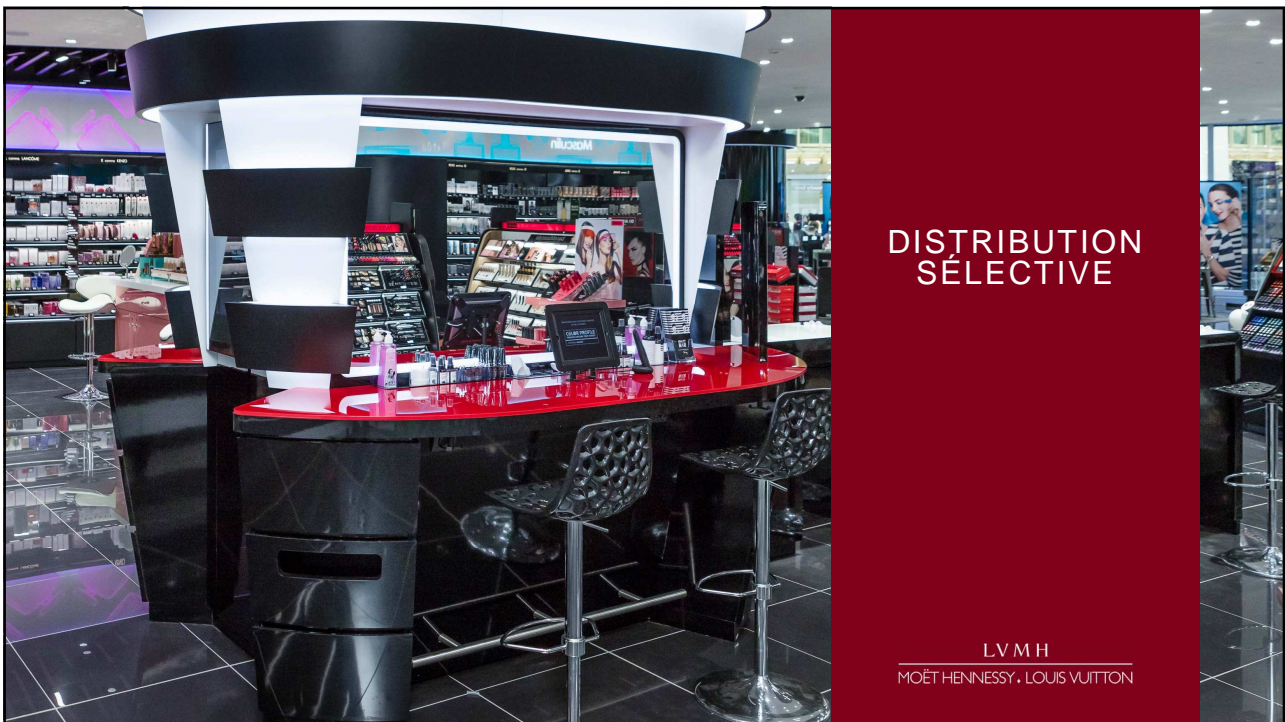
### FAITS MARQUANTS S1 2017

- | **Poursuite de la croissance grâce à la force des lignes iconiques et à la créativité des nouveaux produits**
- | **Bulgari : très bon semestre**
  - Succès des lignes joaillères *Serpenti* et *B Zero 1*, et de la collection de haute joaillerie *Festa*
  - Retour à la croissance de l'activité Montres; nouvelle montre *Octo Finissimo*
- | **TAG Heuer : excellent accueil des nouveautés dans ses collections phares *Formula 1*, *Carrera* et *Aquaracer* ; nouvelle génération de Montre Connectée**
- | **Hublot : croissance soutenue, notamment en Chine, portée par les lignes emblématiques *Classic Fusion* et *Big Bang***
- | **Chaumet : poursuite de la montée en gamme et fortes retombées de l'exposition « Splendeurs Impériales » à Pékin**

## MONTRES & JOAILLERIE

PERSPECTIVES 2017

- | Nouveau gain de parts de marché pour le reste de l'année
- | Investissements soutenus en marketing, initiatives digitales, sponsoring dans l'univers sport et lifestyle
- | Réouverture de la boutique Bvlgari à New York et développement des montres *Serpenti Skins*
- | Inauguration d'une nouvelle boutique TAG Heuer à Londres
- | Innovation produits pour la ligne iconique *Liens* de Chaumet



## DISTRIBUTION SÉLECTIVE CHIFFRES CLÉS

| En millions d'euros

### • VENTES

+ 15%

Croissance organique

+ 12%



### • RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT

+ 8%



## DISTRIBUTION SÉLECTIVE FAITS MARQUANTS S1 2017

### | SEPHORA

- Forte croissance des ventes, tirée notamment par l'Asie
- Renforcement de la stratégie omnicanal et progression rapide des ventes en ligne
- Poursuite de l'extension de son réseau de magasins: rénovations phares à New York et Dubai et nouvelle ouverture en Allemagne

### | DFS

- Reprise significative des ventes à Hong Kong, à Macao et au Japon
- Bonne progression des Gallerias ouvertes récemment au Cambodge et à Venise
- Renforcement des actions marketing et de fidélisation, incluant un nouveau service de réservation en ligne

### | LE BON MARCHÉ

- Lancement de la plateforme digitale 24 Sèvres
- Nouveaux ateliers dans l'espace Mode Femme avec services de personnalisation

## DISTRIBUTION SÉLECTIVE

PERSPECTIVES 2017

### | SEPHORA

- Innovation continue dans les produits et développement de services exclusifs
- Renforcement des initiatives mobiles dans toutes les régions
- Poursuite de l'expansion mondiale du réseau de magasins

### | DFS

- Ouverture de 2 nouveaux points de vente Beauté à Macao
- Poursuite de la modernisation du réseau à Hong Kong, Auckland et Sydney
- Expiration en fin d'année de la concession déficitaire de l'aéroport de Hong Kong

### | LE BON MARCHÉ

- Exposition dédiée à l'Italie
- Ouverture de la Grande Epicerie Rive Droite à Paris en fin d'année



## VENTES S1 2017 PAR GROUPE D'ACTIVITÉS

<i>En millions d'euros</i>	S1 2016	S1 2017	Croissance publiée	Croissance organique*
VINS & SPIRITUEUX	2 056	2 294	+ 12%	+ 10%
MODE & MAROQUINERIE	5 885	6 899	+ 17%	+ 14%
PARFUMS & COSMÉTIQUES	2 337	2 670	+ 14%	+ 12%
MONTRES & JOAILLERIE	1 609	1 838	+ 14%	+ 13%
DISTRIBUTION SÉLECTIVE	5 480	6 280	+ 15%	+ 12%
AUTRES ET ÉLIMINATIONS	(179)	(267)	-	-
<b>TOTAL LVMH</b>	<b>17 188</b>	<b>19 714</b>	<b>+ 15%</b>	<b>+ 12%</b>

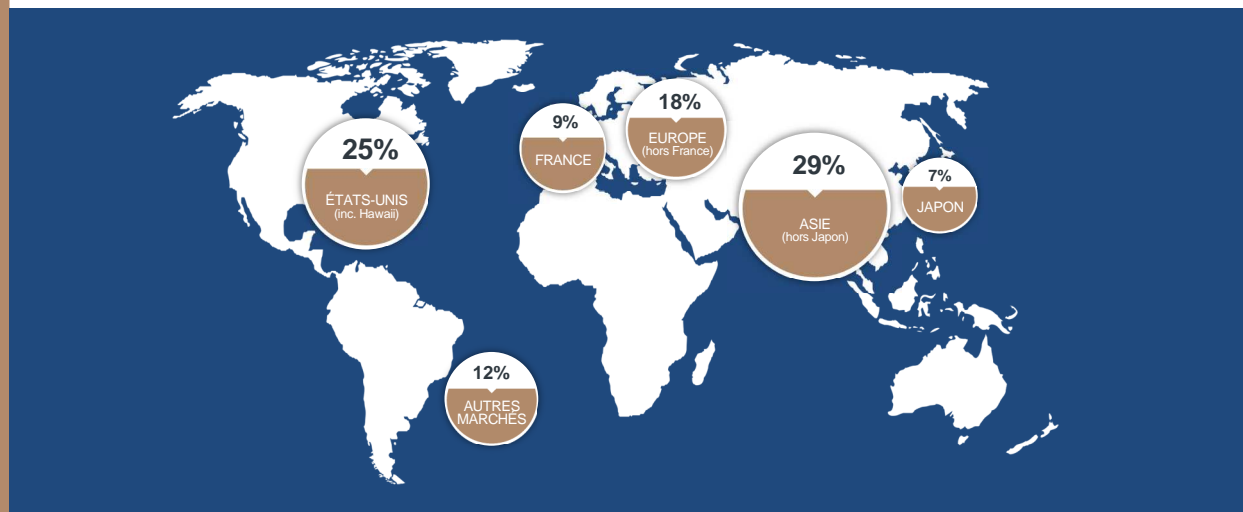
\* À structure et taux de change comparables. L'effet de change est de +2 % et l'effet de périmètre, de +1 %.

## VENTES S1 2017 PAR TRIMESTRE PAR GROUPE D'ACTIVITÉS

<i>Croissance organique par rapport à la même période de 2016</i>	T1 2017	T2 2017	S1 2017
VINS & SPIRITUEUX	+ 13%	+ 6%	+ 10%
MODE & MAROQUINERIE	+ 15%	+ 13%	+ 14%
PARFUMS & COSMÉTIQUES	+ 12%	+ 13%	+ 12%
MONTRES & JOAILLERIE	+ 11%	+ 14%	+ 13%
DISTRIBUTION SÉLECTIVE	+ 11%	+ 12%	+ 12%
<b>TOTAL LVMH</b>	<b>+ 13%</b>	<b>+ 12%</b>	<b>+ 12%</b>

## RÉPARTITION DES VENTES S1 2017 PAR RÉGION

En % du total des ventes



## ÉVOLUTION DES VENTES PAR RÉGION

Croissance organique  
par rapport à la même période de 2016

	T1 2017	T2 2017	S1 2017
ÉTATS-UNIS*	+ 9%	+ 8%	+ 9%
JAPON	+ 2%	+ 11%	+ 6%
ASIE (HORS JAPON)	+ 20%	+ 17%	+ 18%
EUROPE	+ 14%	+ 11%	+ 13%

\* Hors Hawaï.

## COMPTÉ DE RÉSULTAT RÉSUMÉ

<i>En millions d'euros</i>	S1 2016	S1 2017	Variation %
<b>VENTES</b>	17 188	19 714	+ 15%
<b>MARGE BRUTE</b>	11 271	12 833	+ 14%
<i>Charges commerciales</i>	(6 935)	(7 704)	+ 11%
<i>Charges administratives</i>	(1 381)	(1 488)	+ 8%
<i>Part des MEE</i>	4	(1)	
<b>RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT</b>	2 959	3 640	+ 23%
<i>Autres produits et charges opérationnels</i>	(40)	(95)	
<b>RÉSULTAT OPÉRATIONNEL</b>	2 919	3 545	+ 21%
<i>Résultat financier</i>	(166)	(15)	
<i>Impôt sur les bénéfices</i>	(890)	(1 186)	
<b>RÉSULTAT NET AVANT PART DES MINORITAIRES</b>	1 863	2 344	+ 26%
<i>Part des minoritaires</i>	(152)	(225)	
<b>RÉSULTAT NET PART DU GROUPE</b>	<b>1 711</b>	<b>2 119</b>	<b>+ 24%</b>

## RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT PAR GROUPE D'ACTIVITÉS

<i>En millions d'euros</i>	S1 2016	S1 2017	Variation %
<b>VINS &amp; SPIRITUEUX</b>	565	681	+ 21%
<b>MODE &amp; MAROQUINERIE</b>	1 630	2 192	+ 34%
<b>PARFUMS &amp; COSMÉTIQUES</b>	272	292	+ 7%
<b>MONTRES &amp; JOAILLERIE</b>	205	234	+ 14%
<b>DISTRIBUTION SÉLECTIVE</b>	410	441	+ 8%
<b>AUTRES ET ÉLIMINATIONS</b>	(123)	(200)	ns
<b>TOTAL LVMH</b>	<b>2 959</b>	<b>3 640</b>	<b>+ 23%</b>

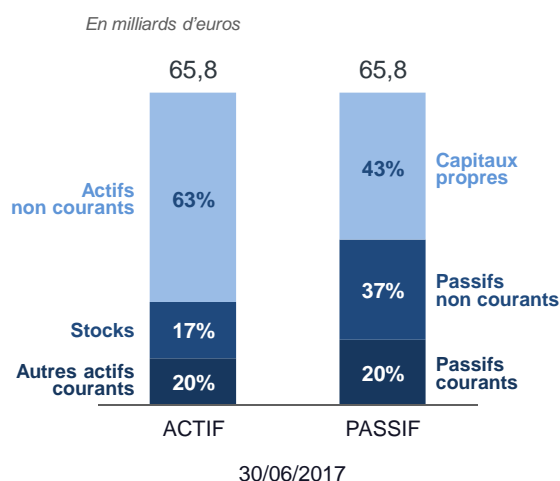
## ÉVOLUTION DU RÉSULTAT FINANCIER

<i>En millions d'euros</i>	S1 2016	S1 2017	Variation (M€)
COÛT DE LA DETTE FINANCIÈRE NETTE	(33)	(19)	+14
PART INEFFICACE DES DÉRIVÉS DE CHANGE	(132)	9	+ 141
RÉSULTAT RELATIF AUX INVESTISSEMENTS, PLACEMENTS ET AUTRES INSTRUMENTS FINANCIERS, DIVIDENDES REÇUS	15	10	-5
AUTRES, NETS	(16)	(15)	+1
<b>RÉSULTAT FINANCIER</b>	<b>(166)</b>	<b>(15)</b>	<b>+ 151</b>

## UNE STRUCTURE FINANCIÈRE SOLIDE

Evolution par rapport fin décembre 2016:

- | Progression des capitaux propres liée principalement à la hausse des résultats, compensées en partie par l'effet de l'évolution des parités monétaires
- | Hausse de la dette nette suite notamment à l'acquisition de Rimowa
- | Hausse des actifs non courants en raison principalement de l'impact sur les écarts d'acquisition de la revalorisation des engagements d'achat d'intérêts minoritaires et de l'effet des variations de périmètre
- | Hausse du niveau des stocks résultant de la progression des activités du Groupe



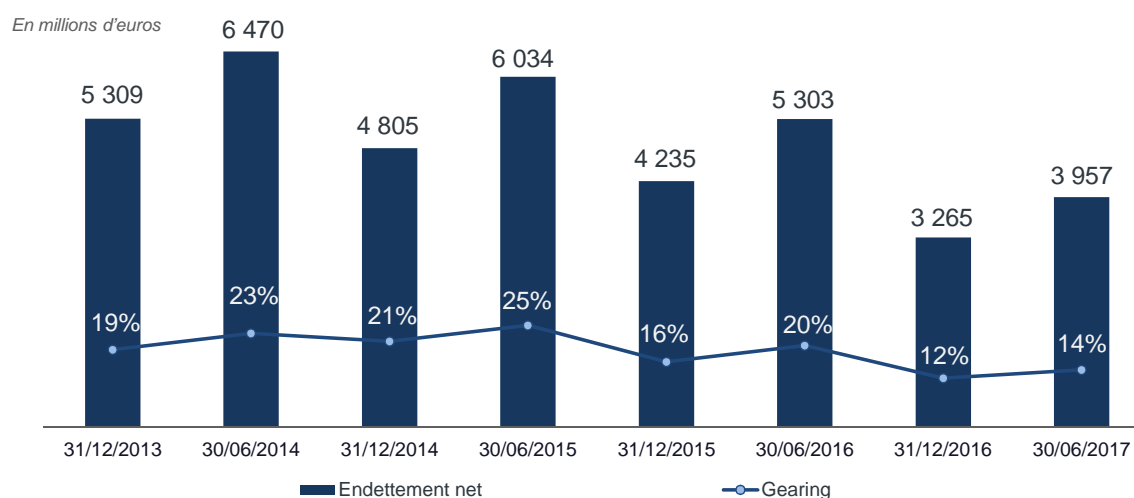


## ANALYSE DE LA VARIATION DE TRÉSORERIE

<i>En millions d'euros</i>	S1 2016	S1 2017	Variation (M€)
<b>CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT GÉNÉRÉE PAR L'ACTIVITÉ</b>	3 650	4 501	+ 851
<i>Intérêts nets payés</i>	(23)	(37)	- 14
<i>Impôt payé</i>	(884)	(1 068)	- 184
<b>CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT</b>	2 743	3 396	+ 653
<i>Variation du BFR</i>	(1 111)	(1 130)	- 19
<i>Investissements d'exploitation</i>	(871)	(988)	- 117
<b>CASH FLOW DISPONIBLE*</b>	<b>761</b>	<b>1 278</b>	<b>+ 517</b>

\* Avant investissements financiers, opérations en capital et opérations de financement.

## ENDETTEMENT NET





## VIGILANCE POUR LA DEUXIÈME PARTIE DE 2017

- | Poursuivre la dynamique créative de nos Maisons
- | Tirer profit de la digitalisation de nos activités
  - Enrichissement de l'expérience client on-line et off-line
- | Privilégier l'esprit d'entreprise de nos équipes
- | Confiance mais aussi vigilance dans un climat d'incertitudes économiques, monétaires et géopolitiques, et face à une base de comparaison plus exigeante

*Objectif de LVMH*

**RENFORCER SON AVANCE  
SUR LE MARCHÉ MONDIAL DU LUXE**