Résultats semestriels 2014

24 juillet 2014

LVMH
MOËT HENNESSY . LOUIS VUITTON

Ventes S1 2014 par groupe d'activités

En millions d'euros	S1 2013*	S1 2014	Croissance publiée	Croissance organique**
Vins & Spiritueux	1 795	1 677	- 7%	- 1%
Mode & Maroquinerie	4 711	5 030	+ 7%	+ 4%
Parfums & Cosmétiques	1 804	1 839	+ 2%	+ 6%
Montres & Joaillerie	1 275	1 266	- 1%	+ 3%
Distribution sélective	4 198	4 382	+ 4%	+ 9%
Autres et éliminations	(151)	(185)	-	-
Total LVMH	13 632	14 009	+ 3%	+ 5%

**Retraité des effets de l'application des normes IFRS 10 et 11 portant sur la consolidation.*
*** L'effet périmètre, essentiellement lié à l'intégration de Loro Piana, est de +2% et l'effet de change est de -4%.*

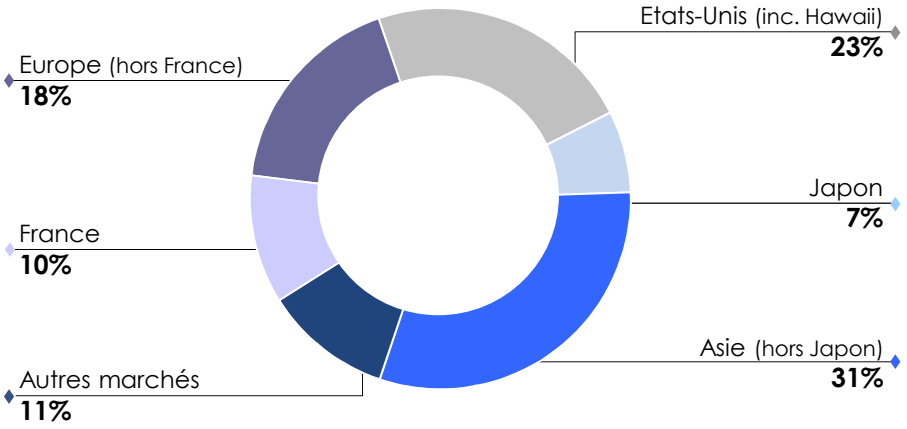
Ventes S1 2014 par trimestre par groupe d'activités

Croissance organique des ventes
par rapport à la même période de 2013

	T1 2014	T2 2014	S1 2014
Vins & Spiritueux	- 3%	+ 1%	- 1%
Mode & Maroquinerie	+ 9%	0 %	+ 4%
Parfums & Cosmétiques	+ 5%	+ 7%	+ 6%
Montres & Joaillerie	+ 5%	+ 2%	+ 3%
Distribution sélective	+10%	+ 8%	+ 9%
Total LVMH	+ 6%	+ 3%	+ 5%

Répartition des ventes S1 2014 par région

En % du total des ventes



Evolution des ventes par région

Croissance organique des ventes
par rapport à la même période de 2013

Groupe LVMH	T1 2014	T2 2014	S1 2014
Etats-Unis*	+ 5 %	+ 6 %	+ 6%
Japon	+ 32 %	- 11 %	+ 11%
Asie (hors Japon)	+ 4 %	+ 3 %	+ 3%
Europe	+ 1 %	0 %	+ 1%

** hors Hawaii*

Compte de résultat résumé

En millions d'euros	S1 2013*	S1 2014	Variation %
Ventes	13 632	14 009	+ 3%
Marge brute	8 975	9 181	+ 2%
Charges commerciales	(5 174)	(5 483)	+ 6%
Charges administratives	(1 082)	(1 119)	+ 3%
Part des MEE	(6)	(3)	-
Résultat opérationnel courant	2 713	2 576	- 5%
Autres produits et charges	(40)	(49)	
Résultat opérationnel	2 673	2 527	- 5%
Résultat financier	(75)	(50)	
Impôt sur les bénéfices	(792)	(756)	
Résultat net avant part des minoritaires	1 806	1 721	- 5%
Part des minoritaires	(229)	(212)	
Résultat net part du Groupe	1 577	1 509	- 4%

**Retraité des effets de l'application des normes IFRS 10 et 11 portant sur la consolidation.*

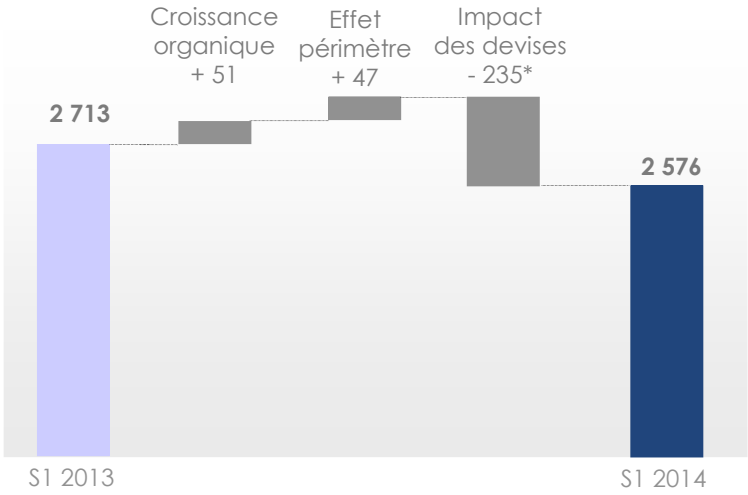
Résultat opérationnel courant par groupe d'activités

En millions d'euros	S1 2013*	S1 2014	Variation %
Vins & Spiritueux	539	461	-15%
Mode & Maroquinerie	1 493	1 487	0%
Parfums & Cosmétiques	200	204	+ 2%
Montres & Joaillerie	155	107	- 31%
Distribution sélective	412	398	- 3%
Autres et éliminations	(86)	(81)	*ns*
Total LVMH	2 713	2 576	- 5%

**Retraité des effets de l'application des normes IFRS 10 et 11 portant sur la consolidation.*

Hausse du résultat opérationnel courant à périmètre et devises comparables

En millions d'euros



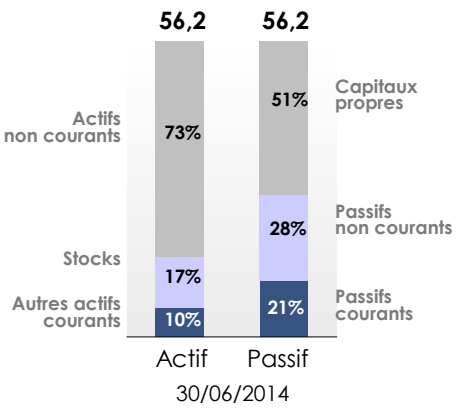
** Dont Mode et Maroquinerie : - 117 M Euros*

Évolution du résultat financier

En millions d'euros	S1 2013	S1 2014	Variation (M€)
Coût de la dette financière nette	(56)	(50)	+6
Part inefficace des couvertures de change	(83)	(67)	+16
Résultat relatif aux investissements, placements et autres instruments financiers	80	82	+2
Autres, nets	(16)	(15)	+1
Résultat financier	(75)	(50)	+25

Une structure financière solide

En milliards d'euros



- Progression des capitaux propres
- Progression des actifs non courants en raison principalement des investissements opérationnels et de la hausse de la valeur boursière de l'investissement dans Hermès
- Hausse du niveau des stocks résultant de la progression des activités du Groupe et à l'augmentation des stocks d'eau-de-vie

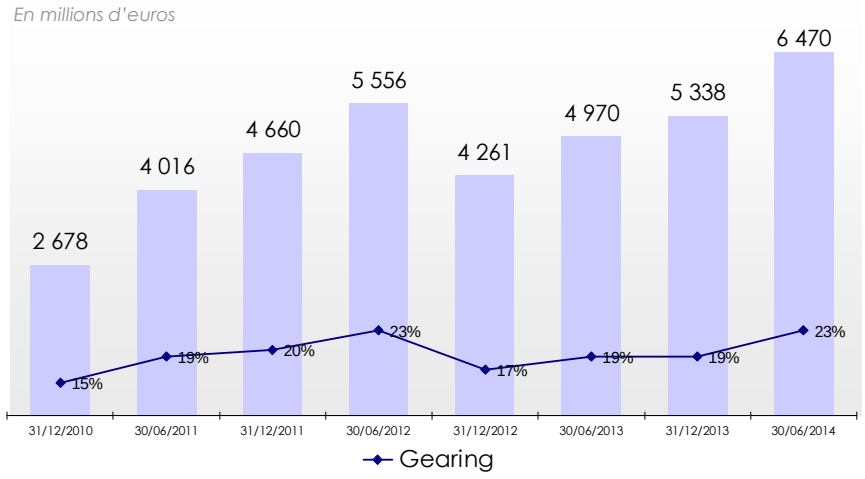
Analyse de la variation de trésorerie

En millions d'euros	S1 2013*	S1 2014	Variation (M€)
Capacité d'autofinancement générée par l'activité	3 282	3 214	- 68
Intérêts nets payés	(62)	(57)	+ 5
Impôt payé	(979)	(947)	- 32
Capacité d'autofinancement	2 241	2 210	- 31
Variation du BFR	(1 010)	(1 274)	- 264
Investissements d'exploitation	(813)	(848)	- 35
Cash flow disponible**	418	88	- 330

** Retraité des effets de l'application des normes IFRS 10 et 11 portant sur la consolidation.*
*** avant investissements financiers, opérations en capital et opérations de financement*

- Acompte sur dividende de 1,25 euro par action

Endettement net



Revue des groupes d'activités

LVMH
MOËT HENNESSY . LOUIS VUITTON

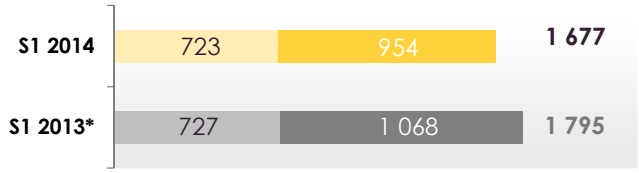
VINS ET SPIRITUEUX

Chiffres clés

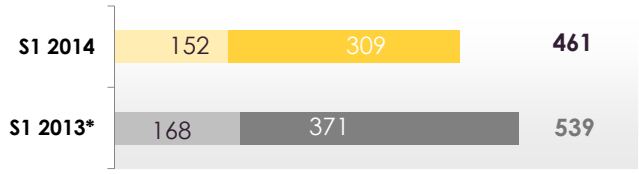
En millions d'euros — Champagne et Vins — Cognac et Spiritueux

Ventes - 7%

Croissance organique - 1%



Résultat opérationnel courant - 15 %



*Retraité des effets de l'application des normes IFRS 10 et 11 portant sur la consolidation.

VINS ET SPIRITUEUX

Faits marquants S1 2014

- Champagne : volumes +3 %
  - Croissance équilibrée des ventes entre volume/mix/prix
  - Progression solide des cuvées de prestige
  - Bonne performance en Asie et aux Etats-Unis
- Vins : dynamisme de Chandon, tempéré par l'effet négatif de la dépréciation du peso argentin et baisse de l'activité des vins d'exception
- Cognac : volumes -1 %
  - Bonne dynamique aux Etats-Unis
  - Poursuite du déstockage de la distribution en Chine pour les qualités supérieures
- Autres spiritueux : progression soutenue de Belvedere et de Glenmorangie

VINS ET SPIRITUEUX

Perspectives 2014

- Maintien d'une stratégie de valeur pour renforcer l'image et la désirabilité des marques
- Poursuite des innovations pour séduire de nouveaux consommateurs
- Accent sur le développement des nouveaux marchés
- Développement continu des capacités de production
- Investissements soutenus en communication
- Poursuite du déstockage de la distribution en Chine

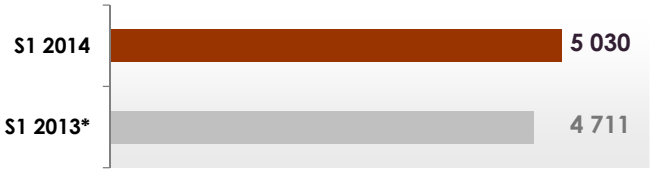
MODE ET MAROQUINERIE

Chiffres clés

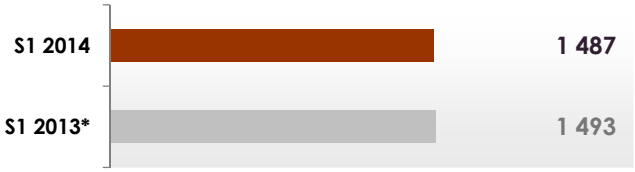
En millions d'euros

Ventes + 7%

Croissance organique +4%



Résultat opérationnel courant 0%



**Retraité des effets de l'application des normes IFRS 10 et 11 portant sur la consolidation.*

MODE ET MAROQUINERIE

Faits marquants S1 2014

- Louis Vuitton : forte dynamique créative
  - Développement des lignes en cuir
  - Lancement réussi des nouveaux modèles en *Monogram*
  - Excellent accueil du premier défilé de Nicolas Ghesquière
- Fendi : avancées rapides de la maroquinerie
- Céline : progression continue portée par les lignes de maroquinerie et de souliers
- Loro Piana : intégration de l'activité au sein de LVMH dans les meilleures conditions
- Berluti : communication renouvelée et ouvertures de Maisons à Milan et New York

MODE ET MAROQUINERIE

Perspectives 2014

- Développement qualitatif de Louis Vuitton
  - Nouveaux modèles de maroquinerie en cuir
  - Arrivée de nouvelles collections de Nicolas Ghesquière
  - Poursuite du développement sélectif et qualitatif du réseau de distribution
- Fendi : ouverture d'un magasin phare à New York
- Loewe : premier défilé Femme du nouveau créateur
- Givenchy : expansion du réseau de distribution
- Kenzo : enrichissement des collections
- Loro Piana : ouvertures ciblées de boutiques

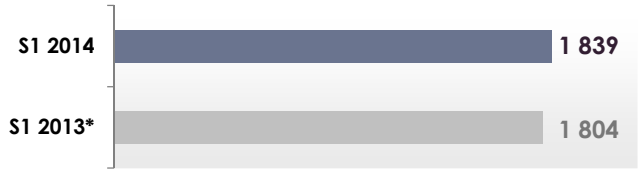
PARFUMS ET COSMETIQUES

Chiffres clés

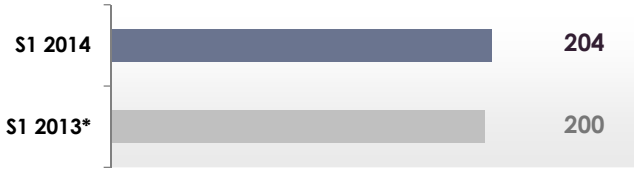
En millions d'euros

Ventes + 2%

Croissance organique + 6%



Résultat opérationnel courant + 2%



**Retraité des effets de l'application des normes IFRS 10 et 11 portant sur la consolidation.*

PARFUMS ET COSMETIQUES

Faits marquants S1 2014

- Parfums Christian Dior : renforcement des positions dans tous les marchés
  - Poursuite des gains de parts de marché de *J'Adore, Miss Dior* et *Dior Homme*
  - Succès spectaculaire en maquillage de la gamme *Dior Addict*
  - Poursuite de la croissance du soin *Prestige*
- Guerlain : succès mondial du soin *Abeille Royale* et lancement du nouveau parfum *L'Homme Idéal*
- Belle performance de *Flower in the Air* de Kenzo
- Succès du lancement de l'eyeliner innovant *They're real!* de Benefit
- Avancée rapide de Fresh aux Etats-Unis et développement exceptionnel en Asie

PARFUMS ET COSMETIQUES

Perspectives 2014

- Poursuite d'une forte dynamique d'innovation et maintien d'investissements médias soutenus
- Poursuite des gains de parts de marché dans les régions clés
- Parfums Christian Dior : renaissance de *Dior Addict* et nouvelle communication marquante pour *J'Adore*
- Guerlain : inauguration du nouveau site de production à Chartres
- Lancement chez Parfums Givenchy d'une nouvelle fragrance féminine *Dahlia Divin*
- Ouvertures de nouvelles boutiques chez Fresh, Benefit et Make Up For Ever

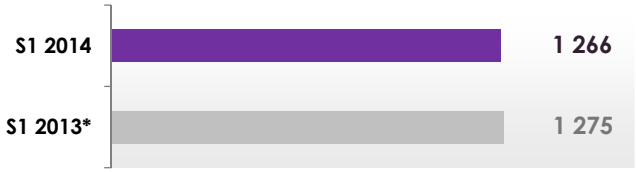
MONTRES ET JOAILLERIE

Chiffres clés

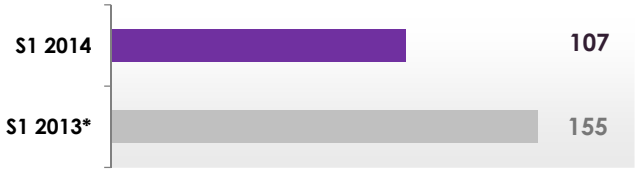
En millions d'euros

Ventes - 1%

Croissance organique + 3%



Résultat opérationnel courant - 31%



**Retraité des effets de l'application des normes IFRS 10 et 11 portant sur la consolidation.*

MONTRES ET JOAILLERIE

Faits marquants S1 2014

- Progression solide dans les magasins en propre
- Prudence d'achat des détaillants horlogers multimarques
- Succès des nouveautés horlogères au salon de Bâle
- Bonne dynamique de Bulgari qui célèbre ses 130 ans, avec une avancée rapide de la joaillerie
- Innovations et communication renouvelée chez TAG Heuer
- Poursuite des investissements visant à optimiser les outils de production
- Investissements soutenus en communication

MONTRES ET JOAILLERIE

Perspectives 2014

- Renforcement de l'image des Maisons
- Accent sur le développement des produits iconiques
- Lancement de nombreux nouveaux produits chez Bulgari
- Expansion du réseau de boutiques en propre
- Sélectivité accrue dans la distribution multimarques

DISTRIBUTION SELECTIVE

Chiffres clés

En millions d'euros

Ventes + 4%

Croissance organique + 9%

Résultat opérationnel courant - 3%

**Retraité des effets de l'application des normes IFRS 10 et 11 portant sur la consolidation.*

DISTRIBUTION SELECTIVE

Faits marquants S1 2014

DFS

- Développement continu du tourisme en Asie mais impact de la faiblesse du Yen sur les voyageurs japonais
- Rentabilité pénalisée par l'expansion et la rénovation de plusieurs concessions aéroportuaires
- Progression remarquable des Gallerias de Macao
- Poursuite du déploiement de sa nouvelle identité visuelle *T Galleria*

SEPHORA

- Gains de parts de marché dans les régions clés
- Excellente dynamique en Amérique du nord, Asie et Moyen-Orient
- Progression rapide des ventes en ligne
- Maîtrise des nouvelles tendances cosmétiques
- Déploiement mondial des marques exclusives *Marc Jacobs* et *Formula X*

DISTRIBUTION SELECTIVE

Perspectives 2014

DFS

- Renforcement de son leadership en Asie
- Rénovation de la concession aéroportuaire renouvelée de Changi à Singapour
- Déploiement du programme de fidélisation *Loyal T* et d'une communication multicanal

SEPHORA

- Poursuite de la rénovation de son réseau de magasins
- Expansion dans de nouveaux territoires
- Innovation continue dans l'univers digital et mobile

Conclusion

LVMH
MOËT HENNESSY . LOUIS VUITTON

Bonne résistance de LVMH au premier semestre

- La bonne résistance en Europe et la poursuite de la croissance aux Etats-Unis et en Asie
- Un impact de change négatif élevé, concentré principalement sur la Mode et Maroquinerie et l'activité Montres et Joaillerie
- Une performance des Vins et Spiritueux pénalisée par la poursuite du déstockage de la distribution en Chine
- Le développement très qualitatif de Louis Vuitton dont la rentabilité se maintient à un niveau exceptionnel
- La poursuite des investissements dans les marques de mode
- Une forte dynamique d'innovation chez Christian Dior
- Des investissements soutenus en communication pour les Montres et Joaillerie
- L'excellente performance de Sephora

Perspectives 2014

- Confiance pour 2014
  - Contexte économique incertain en Europe
  - Environnement monétaire défavorable
- Poursuite de la dynamique créative des Maisons
  - Enrichissement des lignes emblématiques
  - Communication soutenue
  - Renforcement de la distribution
- Maintien des investissements ciblés sur les marchés à fort potentiel

Objectif de LVMH de renforcer son avance sur le marché mondial du luxe