

# LVMH

---

## MOËT HENNESSY . LOUIS VUITTON

### LVMH : CROISSANCE DE 8 % DES VENTES SUR LES NEUF PREMIERS MOIS DE 2013

Paris, le 15 octobre 2013

LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton, leader mondial des produits de luxe, réalise sur les neuf premiers mois de 2013 des ventes de 20,7 milliards d'euros, en hausse de 4 % par rapport à la même période de 2012. La croissance organique des ventes ressort à 8 %.

Le Groupe enregistre une croissance organique de 8 % des ventes au troisième trimestre. Les Vins et Spiritueux et les Montres et Joaillerie accélèrent leur rythme de progression par rapport au premier semestre ; les autres groupes d'activités connaissent des tendances comparables à celles observées sur le début de l'année. L'Europe fait toujours preuve d'une bonne résistance ; les Etats-Unis et l'Asie continuent d'enregistrer de fortes progressions.

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

<i>En millions d'euros</i>	<b>9 premiers mois 2013</b>	<b>9 premiers mois 2012</b>	<b>Variation 2013 / 2012</b>	
			<b>Publiée</b>	<b>Organique*</b>
Vins & Spiritueux	2 840	2 765	+ 3 %	+ 7 %
Mode & Maroquinerie	7 139	7 179	- 1 %	+ 4 %
Parfums & Cosmétiques	2 683	2 625	+ 2 %	+ 5 %
Montres & Joaillerie	1 987	2 033	- 2 %	+ 3 %
Distribution sélective	6 316	5 452	+ 16 %	+ 19 %
Autres activités et éliminations	(250)	(188)	ns	ns
<b>Total</b>	<b>20 715</b>	<b>19 866</b>	<b>+ 4 %</b>	<b>+ 8 %</b>

\* à structure et taux de change comparables.

Le groupe d'activités **Vins & Spiritueux** réalise une croissance organique de 7 % de ses ventes sur les neuf premiers mois de 2013. L'activité champagne connaît un rebond au troisième trimestre, porté par la demande soutenue des marchés asiatiques et américain. Les cuvées de prestige enregistrent de fortes avancées sur la période. Le cognac Hennessy poursuit une belle progression avec une croissance en volume solide associée à une politique ferme de prix.

L'activité **Mode & Maroquinerie** réalise une croissance organique de 4 % de ses ventes sur les neuf premiers mois de l'année. Louis Vuitton poursuit la mise en œuvre de sa stratégie fondée sur la très haute qualité de ses produits et l'excellence de sa distribution. Les dernières créations en maroquinerie connaissent un vif succès. Fendi continue de mettre l'accent sur la fourrure et la maroquinerie. L'ouverture de boutiques à Paris et Milan a marqué le dernier trimestre. Céline connaît une excellente dynamique, portée par ses lignes de maroquinerie et souliers. Les autres marques poursuivent leur développement.

L'activité **Parfums & Cosmétiques** enregistre une croissance organique de 5 % de ses ventes sur les neuf premiers mois de 2013. Parfums Christian Dior poursuit sa croissance, nourrie par les performances des produits iconiques et des innovations. Les succès continus de *J'Adore* et *Dior Homme* et le développement de *Rouge Dior* sont parmi les temps forts du dernier trimestre. Chez Guerlain, une nouvelle communication est consacrée à son parfum emblématique *Shalimar* tandis que *La Petite Robe Noire* célèbre son premier anniversaire. Fresh, Benefit et Make Up For Ever continuent d'enregistrer de bonnes progressions, notamment en Asie où les marques étendent leur distribution.

Le groupe d'activités **Montres & Joaillerie** enregistre sur les neuf premiers mois de 2013 une croissance organique de 3 % de ses ventes. La performance de LVMH tant en horlogerie qu'en joaillerie demeure excellente dans les boutiques en propre. Entre autres initiatives du troisième trimestre, Bulgari a lancé avec succès la ligne de haute joaillerie *Diva* et la nouvelle manufacture de mouvements de TAG Heuer a démarré ses opérations. L'ensemble des marques continue d'étendre son réseau de boutiques en propre à travers le monde, contribuant au renforcement de la qualité de la distribution.

L'activité **Distribution sélective** réalise une croissance organique de 19 % de ses ventes sur les neuf premiers mois de 2013. Les ventes de DFS connaissent une forte progression, portée par les excellentes performances de ses Galleries de Macao et Hong Kong et intégrant pour la première fois cette année l'activité des trois nouvelles concessions de l'aéroport de Hong Kong. Sephora continue de gagner des parts de marché dans les régions clés. La croissance à magasins comparables est particulièrement soutenue aux Etats-Unis et en Asie. L'expansion du réseau de distribution se poursuit avec plusieurs ouvertures sur le dernier trimestre. Les ventes en ligne connaissent une progression rapide dans toutes les régions.

### **Perspectives**

Malgré un environnement économique incertain en Europe, LVMH reste confiant pour l'année 2013. Le Groupe poursuivra sur le reste de l'année une stratégie offensive centrée sur l'innovation et une expansion géographique ciblée dans les marchés les plus porteurs. LVMH compte sur le dynamisme de ses marques et le talent de ses équipes pour renforcer encore en 2013 son avance sur le marché mondial du luxe.

*Au cours du trimestre et à la date de ce jour, il n'y a pas eu d'évènement ou de changement de nature à affecter de façon significative la structure financière du Groupe.*

*Information réglementée liée à ce communiqué et présentation disponibles sur [www.lvmh.fr](http://www.lvmh.fr).*

# ANNEXE

## LVMH – Répartition des ventes par groupe d'activités et par trimestre

### 9 premiers mois 2013

(en millions d'euros)	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres activités et éliminations	Total
Premier trimestre	979	2 383	932	624	2 122	(93)	<b>6 947</b>
Deuxième trimestre	829	2 328	872	686	2 093	(60)	<b>6 748</b>
Troisième trimestre	1 032	2 428	879	677	2 101	(97)	<b>7 020</b>
<b>Total des ventes</b>	<b>2 840</b>	<b>7 139</b>	<b>2 683</b>	<b>1 987</b>	<b>6 316</b>	<b>(250)</b>	<b>20 715</b>

### 9 premiers mois 2012

(en millions d'euros)	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres activités et éliminations	Total
Premier trimestre	926	2 374	899	630	1 823	(70)	<b>6 582</b>
Deuxième trimestre	833	2 282	828	713	1 767	(39)	<b>6 384</b>
Troisième trimestre	1 006	2 523	898	690	1 862	(79)	<b>6 900</b>
<b>Total des ventes</b>	<b>2 765</b>	<b>7 179</b>	<b>2 625</b>	<b>2 033</b>	<b>5 452</b>	<b>(188)</b>	<b>19 866</b>

#### LVMH

LVMH est présent dans les vins et spiritueux au travers notamment des maisons Moët & Chandon, Dom Pérignon, Veuve Clicquot Ponsardin, Krug, Ruinart, Mercier, Château d'Yquem, Hennessy, Glenmorangie, Ardbeg, Wen Jun, Belvedere, 10 Cane, Chandon, Cloudy Bay, Terrazas de los Andes, Cheval des Andes, Cape Mentelle, Newton et Numanthia. Le secteur Mode et Maroquinerie inclut les marques Louis Vuitton, Céline, Loewe, Kenzo, Givenchy, Thomas Pink, Fendi, Emilio Pucci, Donna Karan, Marc Jacobs, Berluti ainsi que Nicholas Kirkwood. LVMH est présent dans le secteur des parfums et cosmétiques avec les marques Parfums Christian Dior, Guerlain, Parfums Givenchy, Parfums Kenzo et Parfums Loewe ainsi que d'autres sociétés de cosmétiques à fort potentiel de croissance (BeneFit Cosmetics, Make Up For Ever, Acqua di Parma et Fresh). LVMH est également actif dans la distribution sélective ainsi que d'autres activités au travers de DFS, Sephora, Le Bon Marché, la Samaritaine et Royal Van Lent. Le groupe d'activités Montres et Joaillerie est constitué des marques Bulgari, TAG Heuer, Chaumet, Dior Montres, Zenith, Fred, Hublot et De Beers Diamond Jewellers Ltd, une joint-venture créée avec le premier groupe diamantaire du monde.

''Certaines informations contenues dans cette présentation intègrent ou reposent sur des anticipations ou projections. D'importants facteurs de risques, incertitudes ou éléments indépendants de notre contrôle ou ne pouvant être anticipés à ce jour pourraient donc conduire à ce que les résultats effectivement constatés diffèrent significativement de ceux anticipés, projetés ou implicitement inclus dans ces données. Ces informations reflètent notre vision de l'activité à la date des présentes. Elles doivent être utilisées avec prudence et circonspection, étant en outre précisé que nous ne nous engageons en aucun cas à modifier ou mettre à jour ces informations ultérieurement.''

#### Contacts:

Analystes et investisseurs: Chris Hollis + 33 1.4413.2122  
**LVMH**

#### Media:

France: Michel Calzaroni/Olivier Labesse / + 33 1.4070.1189  
Sonia Fellmann/Hugues Schmitt  
**DGM Conseil**

Royaume-Uni: Claire Maloney + 44.207.307.5341  
**Capital MSL**

Italie: Michele Calcaterra/Mateo Steinbach +39.02.8905.5101  
**CarloBruno&Associati**

Etats-Unis: James Fingerroth/Molly Morse/ +1.212.521.4800  
Anntal Silver  
**Kekst and Company**