



Résultats Annuels 2012

31 janvier 2013

L V M H
MOËT HENNESSY, LOUIS VUITTON



Bernard Arnault

L V M H
MOËT HENNESSY, LOUIS VUITTON

Excellente performance en 2012

- ◆ Croissance organique des ventes de 9 %
 - Base de comparaison élevée
 - Forte dynamique aux Etats-Unis et bonne progression en Europe et Asie avec des évolutions contrastées selon les régions
- ◆ Résultat opérationnel courant en hausse de 13 %
- ◆ Marge opérationnelle courante de 21 %
- ◆ Résultat net part du Groupe en hausse de 12 %
- ◆ Situation financière renforcée
 - Cash flow disponible en hausse de 14 %
 - Baisse du niveau d'endettement

Vins et Spiritueux

Demande soutenue et mix produits favorable

Faits marquants 2012

- ◆ Volumes : champagne +2 % et Hennessy +6 %
- ◆ Amélioration du mix produits et effet positif des hausses de prix
- ◆ Progression rapide dans les pays émergents, notamment ceux d'Asie, et bonne résistance en Europe et aux Etats-Unis
- ◆ Forte dynamique d'innovation, renforcement des dépenses marketing et investissements soutenus dans l'outil de production

Mode et Maroquinerie

Excellente performance de Louis Vuitton
et des autres marques

Faits marquants 2012

- ◆ Louis Vuitton : croissance à deux chiffres des ventes
 - Forte dynamique aux Etats-Unis et bonne progression en Europe et dans les pays émergents malgré des environnements contrastés
 - Avancées rapides des lignes en cuir
 - Renforcement des capacités de production
- ◆ Fendi : expansion qualitative de sa distribution
- ◆ Céline : contribution de toutes les régions et catégories de produits à la forte progression de la marque
- ◆ Amélioration des performances des autres marques de mode

Parfums et Cosmétiques

Excellente dynamique et positions renforcées

Faits marquants 2012

- ◆ Christian Dior : forte vitalité des lignes emblématiques *J'adore* et *Miss Dior*, lancement réussi des innovations en maquillage et croissance soutenue de la ligne de soin Prestige
- ◆ Guerlain : excellent parcours du nouveau parfum *La Petite Robe Noire* et d' *Orchidée Impériale*
- ◆ Benefit, Make Up For Ever et Fresh : nouvelle année de forte croissance

Montres et Joaillerie

Renforcement des lignes emblématiques
et développement des capacités industrielles

Faits marquants 2012

- ◆ Première année complète d'intégration de Bvlgari
- ◆ Accroissement des capacités de production horlogères chez TAG Heuer, Bvlgari, Hublot et Zenith
- ◆ Renforcement des lignes emblématiques et poursuite de la dynamique d'innovation
- ◆ Développement ciblé du réseau de magasins en propre

Distribution sélective

Développement rapide grâce à une offre
innovante de produits et services

Faits marquants 2012

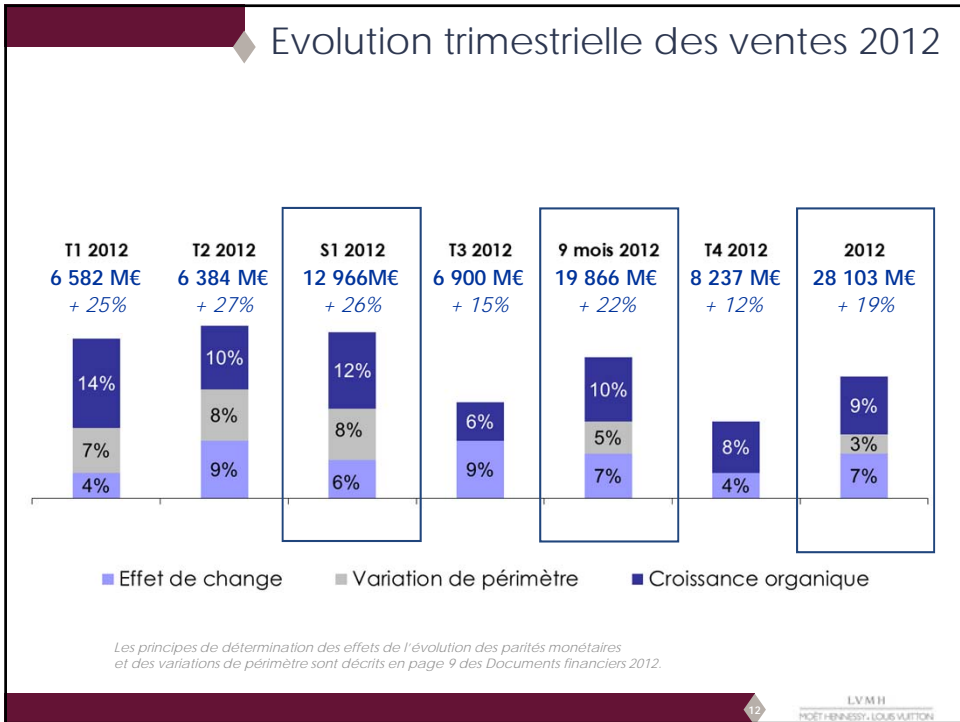
- ◆ DFS : démarrage à Hong Kong des opérations pour les 3 nouvelles concessions aéroportuaires et ouverture d'une 3^{ème} Galleria
- ◆ Sephora : gains de parts de marché, forte dynamique aux Etats-Unis et développement soutenu des ventes en ligne

Perspectives 2013 par groupe d'activités

- ◆ Poursuivre la montée en puissance des marchés émergents pour les Vins et Spiritueux
- ◆ Poursuivre le développement de Louis Vuitton et accélérer la croissance profitable des autres marques de mode
- ◆ Accentuer l'avance de Parfums Christian Dior en liaison avec la Couture et développer *La Petite Robe Noire* chez Guerlain
- ◆ Soutenir le développement de Bvlgari et poursuivre l'intégration industrielle et la mise en oeuvre de synergies dans les Montres et Joaillerie
- ◆ Renforcer le leadership de DFS en Asie et accélérer l'expansion internationale de Sephora

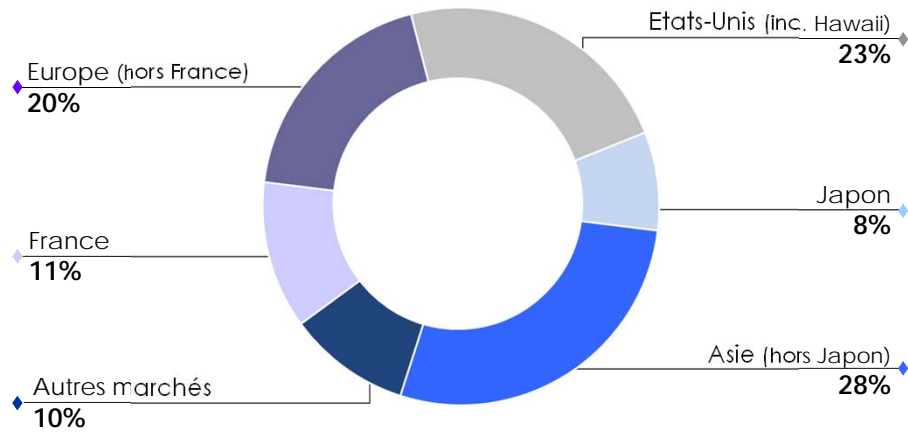
Perspectives favorables pour LVMH en 2013

- ◆ Confiance pour 2013 malgré les incertitudes sur les économies européennes
- ◆ Développer et valoriser nos Maisons
 - Innovation soutenue
 - Expansion ciblée dans les marchés porteurs
 - Renforcement continu de leur distribution
- ◆ Poursuivre une politique ambitieuse de ressources humaines
 - Cultiver l'esprit entrepreneurial
 - Attirer et faire évoluer les meilleurs talents



Répartition des ventes 2012 par région

En % du total des ventes



Evolution des ventes par région

Croissance organique
par rapport à la même période de 2011

Groupe LVMH	9 mois 2012	T4 2012	2012
Etats-Unis*	+ 12%	+ 11%	+ 12%
Japon	+ 7%	+ 3%	+ 6%
Asie	+ 11%	+ 8%	+ 10%
Europe	+ 7%	+ 5%	+ 7%

* hors Hawaii

Ventes par groupe d'activités

<i>En millions d'euros</i>	2011	2012	Croissance publiée	Croissance organique
Vins & Spiritueux	3 524	4 137	+ 17%	+ 11%
<i>Champagne et Vins</i>	1 782	1 980	+ 11%	+ 7%
<i>Cognac et Spiritueux</i>	1 742	2 157	+ 24%	+ 15%
Mode & Maroquinerie	8 712	9 926	+ 14%	+ 7%
Parfums & Cosmétiques	3 195	3 613	+ 13%	+ 8%
Montres & Joaillerie	1 949	2 836	+ 46%	+ 6%
Distribution sélective	6 436	7 879	+ 22%	+ 14%
Autres et éliminations	-157	-288	-	-
Total LVMH	23 659	28 103	+ 19%	+ 9%

15

LVMH
MOÏT HENNESSY LOUIS VUITTON

Croissance organique des ventes par groupe d'activités

Croissance organique par rapport à la même période de 2011

	S1 2012	T3 2012	T4 2012	2012
Vins & Spiritueux	+ 15%	+ 6%	+ 9%	+ 11%
Mode & Maroquinerie	+ 10%	+ 5%	+ 5%	+ 7%
Parfums & Cosmétiques	+ 9%	+ 6%	+ 9%	+ 8%
Montres & Joaillerie	+ 13%	+ 2%	+ 6%	+ 6%
Distribution sélective	+ 16%	+ 10%	+ 13%	+ 14%
Total LVMH	+ 12%	+ 6%	+ 8%	+ 9%

16

LVMH
MOÏT HENNESSY LOUIS VUITTON

Compte de résultat résumé

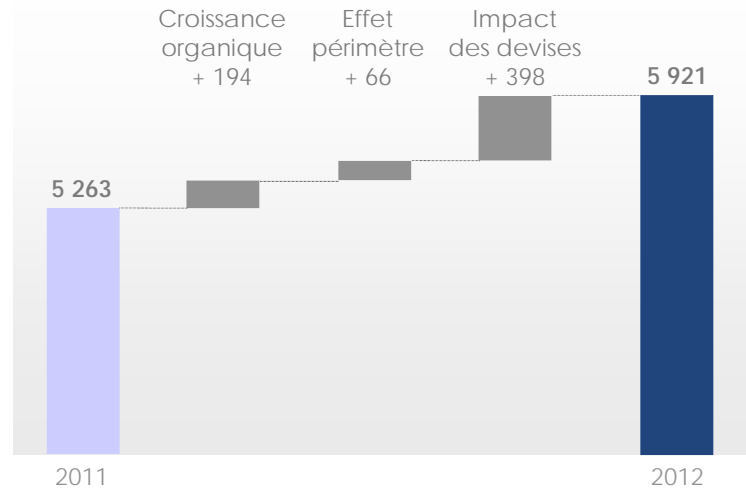
<i>En millions d'euros</i>	2011	2012	Variation %
Ventes	23 659	28 103	+ 19%
Marge brute	15 567	18 186	+ 17%
Charges commerciales	(8 360)	(10 101)	+ 21%
Charges administratives	(1 944)	(2 164)	+ 11%
Résultat opérationnel courant	5 263	5 921	+ 13%
Autres produits et charges opérationnels	(109)	(182)	
Résultat opérationnel	5 154	5 739	+ 11%
Résultat financier	(242)	(14)	
Impôt sur les bénéfices	(1 453)	(1 820)	
Part des MEE	6	4	
Résultat net avant part des minoritaires	3 465	3 909	+ 13%
Part des minoritaires	(400)	(485)	
Résultat net part du Groupe	3 065	3 424	+ 12%

Résultat opérationnel courant par groupe d'activités

<i>En millions d'euros</i>	2011	2012	Variation %
Vins & Spiritueux	1 101	1 260	+ 14%
<i>Champagne et Vins</i>	531	578	+ 9%
<i>Cognac et Spiritueux</i>	570	682	+ 20%
Mode & Maroquinerie	3 075	3 264	+ 6%
Parfums & Cosmétiques	348	408	+ 17%
Montres & Joaillerie	265	334	+ 26%
Distribution sélective	716	854	+ 19%
Autres et éliminations	(242)	(199)	<i>ns</i>
Total LVMH	5 263	5 921	+ 13%

Evolution du résultat opérationnel courant à périmètre et devises comparables

En millions d'euros

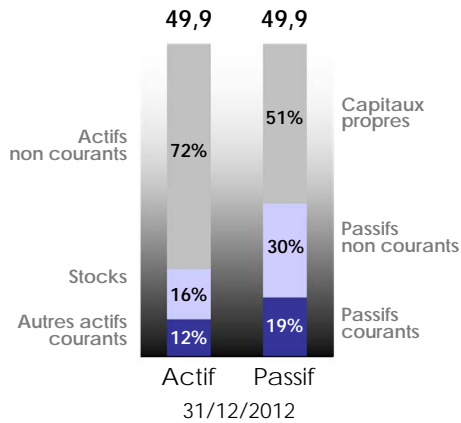


Évolution du résultat financier

En millions d'euros	2011	2012	Variation (M€)
Coût de la dette financière nette	(151)	(140)	+11
Part inefficace des dérivés de change	(105)	(49)	+56
Résultat relatif aux investissements, placements et autres instruments financiers, dividendes reçus	43	205	+162
Autres, nets	(29)	(30)	-1
Résultat financier	(242)	(14)	+228

Une structure financière solide

En milliards d'euros



- ◆ Progression des capitaux propres
- ◆ Réduction de la dette nette
- ◆ Progression des actifs non courants en raison notamment de la hausse des investissements nets et la revalorisation des engagements d'achat de titres de minoritaires
- ◆ Hausse du niveau des stocks résultant de la progression des activités du Groupe

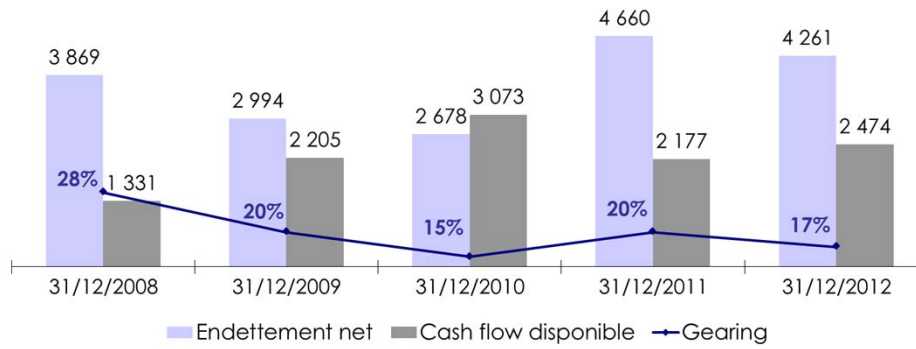
Analyse de la variation de trésorerie

En millions d'euros	2011	2012	Variation (M€)
Capacité d'autofinancement générée par l'activité	6 137	7 113	+ 976
Intérêts nets payés	(152)	(154)	- 2
Impôt payé	(1 544)	(1 970)	- 426
Capacité d'autofinancement	4 441	4 989	+ 548
Variation du BFR	(534)	(813)	- 279
Investissements d'exploitation	(1 730)	(1 702)	+ 28
Cash flow disponible*	2 177	2 474	+ 297

* avant investissements financiers, opérations en capital et opérations de financement

Endettement net et cash flow disponible

En millions d'euros



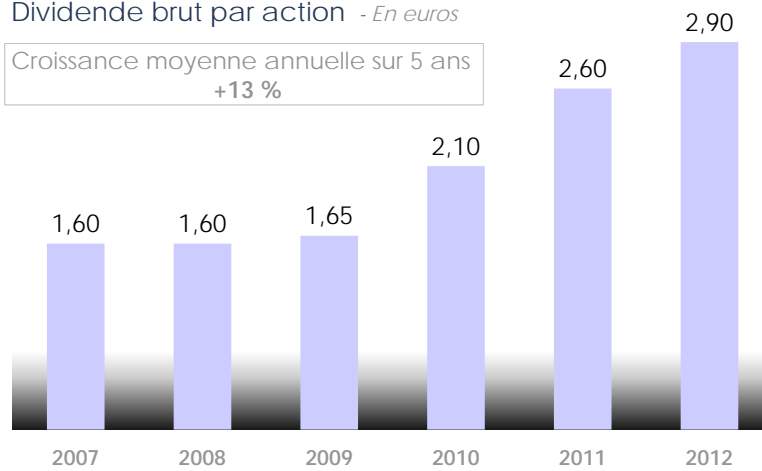
23

LVMH
MOÏT HENNESSY LOUIS VUITTON

Dividende 2012 en hausse de 12 %

Dividende brut par action - En euros

Croissance moyenne annuelle sur 5 ans
+13 %



24

LVMH
MOÏT HENNESSY LOUIS VUITTON