



Bonne performance en 2013

- ◆ Croissance organique des ventes de 8 %
 - Forte dynamique aux Etats-Unis et en Asie, et poursuite de la progression en Europe
- ◆ Résultat opérationnel courant en hausse de 2 %
- ◆ Marge opérationnelle courante de 21 %
- ◆ Résultat net part du Groupe stable par rapport à 2012 qui incluait un dividende exceptionnel
- ◆ Situation financière solide
 - Cash flow disponible en hausse de 20 %
 - Ratio d'endettement net sur capitaux propres de 19 %

Vins et Spiritueux

Poursuite de la stratégie de valeur

Faits marquants 2013

- ◆ Volumes
 - Champagne (+1 %) : forte demande des cuvées de prestige
 - Hennessy (+3 %) : avancées solides des qualités jeunes
 - Autres spiritueux (+8 %) : solide performance de Glenmorangie, Belvedere et Wanjun
- ◆ Effet positif des hausses de prix
- ◆ Bonne dynamique aux Etats-Unis et en Asie, et résistance en Europe
- ◆ Innovation soutenue et renforcement de l'image des Maisons, notamment dans l'univers digital
- ◆ Développement des capacités de production, notamment en Champagne et pour les vins

Mode et Maroquinerie

Développement de Louis Vuitton
et investissement dans les autres marques

Faits marquants 2013

- ◆ Louis Vuitton : poursuite de la dynamique créative
 - Lancement de nouvelles lignes en cuir
 - Succès des nouveautés en toile *Monogram*
 - Expansion qualitative du réseau de magasins
- ◆ Fendi : montée en gamme de la distribution
- ◆ Céline : nouveau record de ventes
- ◆ Poursuite des investissements ciblés dans les autres marques de mode
- ◆ Acquisition de 80 % de Loro Piana

Parfums et Cosmétiques

Bonne dynamique et positions renforcées

Faits marquants 2013

- ◆ Gain de parts de marché
- ◆ Christian Dior : forte vitalité des lignes emblématiques *J'adore* et *Dior Homme*, succès international de *Rouge Dior* et croissance soutenue du soin premium *Prestige*
- ◆ Guerlain : réouverture de la boutique phare à Paris au 68 Champs-Élysées
- ◆ Benefit : nouvelle forte croissance et distribution innovante
- ◆ Make Up For Ever et Fresh : développement rapide en Asie
- ◆ Inauguration du nouveau centre de recherche Hélios à Saint-Jean-de Braye (France)

Montres et Joaillerie

Montée en gamme et renforcement
de la qualité de la distribution

Faits marquants 2013

- ◆ Montée en gamme et image renforcée des Maisons
- ◆ Force des lignes emblématiques et des innovations
- ◆ Excellente performance dans les magasins en propre
- ◆ Mise en œuvre continue des synergies
- ◆ Maîtrise croissante des savoir-faire horlogers et joailliers

Distribution sélective

Innovation continue dans l'offre et les services

Faits marquants 2013

- ◆ DFS
 - Première année complète d'activité pour les concessions de l'aéroport international de Hong Kong
 - Forte dynamique commerciale à Hong Kong et Macao
 - Impact du Yen sur les dépenses des voyageurs japonais
 - Nouvelle identité visuelle T Galleria
- ◆ Sephora
 - Gains de parts de marché dans toutes les régions
 - Poursuite de l'expansion du réseau
 - 1 481 magasins à fin décembre 2013 (+83 vs Déc. 2012)
 - Forte progression des ventes en ligne
 - Distribution en exclusivité de la nouvelle ligne de cosmétiques Marc Jacobs et développement de la marque en propre

Perspectives 2014 par groupe d'activités

- ◆ Renforcer les Maisons de Vins et Spiritueux en accentuant le développement des nouveaux marchés
- ◆ Poursuivre le développement stratégique de Louis Vuitton et accélérer la croissance profitable des autres marques de mode
- ◆ Accompagner le développement de Loro Piana
- ◆ Accentuer l'avance de Christian Dior et dynamiser le développement de Guerlain à l'international
- ◆ Poursuivre la stratégie de montée en gamme en renforçant l'intégration industrielle et la mise en oeuvre de synergies dans les Montres et Joaillerie
- ◆ Renforcer le leadership de DFS en Asie et poursuivre la dynamique d'innovation de Sephora dans les magasins et dans l'univers digital

Confiance de LVMH pour 2014

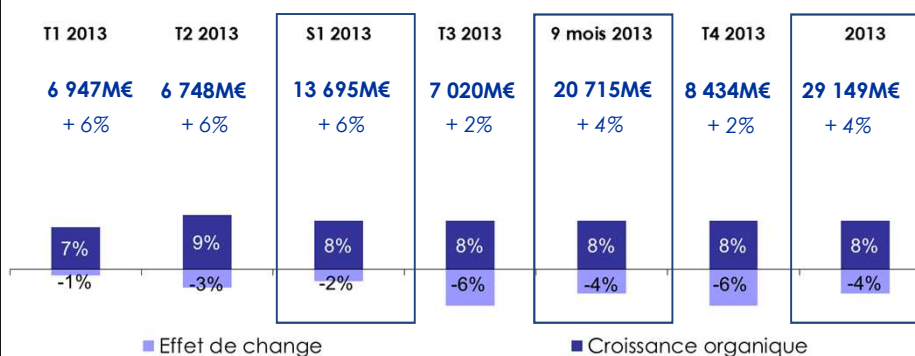
- ◆ Confiance pour 2014 malgré un environnement économique et monétaire incertain en Europe
- ◆ Poursuivre le développement stratégique et la dynamique créative de nos Maisons
 - Enrichissement des lignes emblématiques
 - Renforcement continu de leur distribution
- ◆ Des équipes motivées
 - Capacité d'adaptation
 - Volonté de se perfectionner en permanence
 - Esprit entrepreneurial



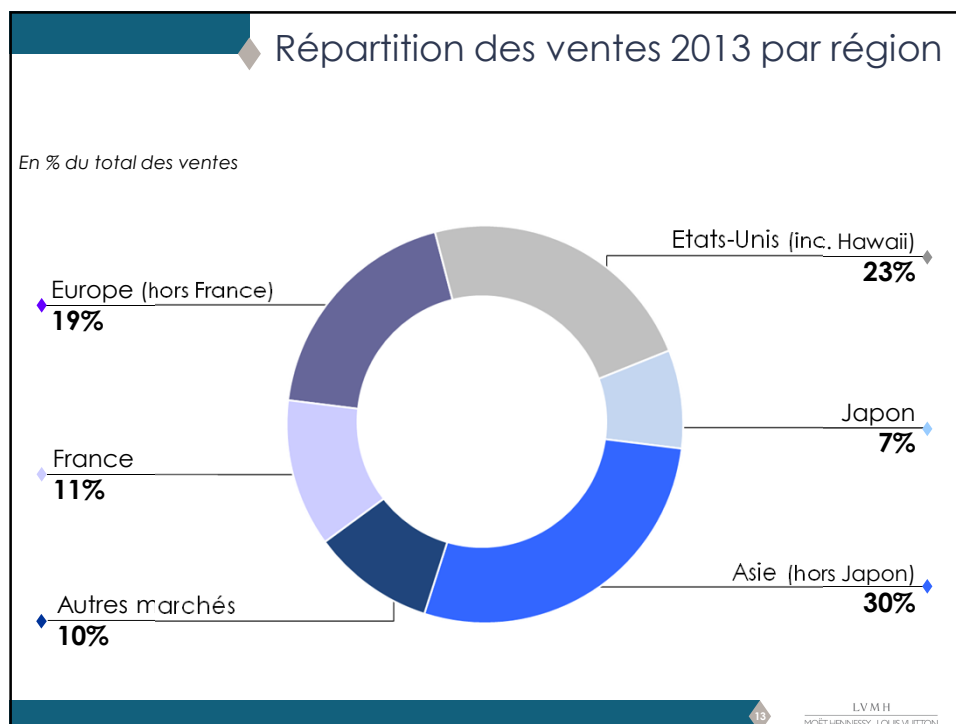
Jean-Jacques
Guiony

LVMH
MOËT HENNESSY · LOUIS VUITTON

Évolution trimestrielle des ventes 2013



Les principes de détermination des effets de l'évolution des parités monétaires et des variations de périmètre sont décrits en page 9 des Documents financiers 2013.



Évolution des ventes par région

Croissance organique
par rapport à la même période de 2012

Groupe LVMH	9 mois 2013	T4 2013	2013
Etats-Unis*	+ 9%	+ 9%	+ 9%
Japon	+ 10%	+ 12%	+ 10%
Asie	+ 13%	+ 11%	+ 13%
Europe	+ 2%	+ 3%	+ 2%

* hors Hawaii

LVMH
MOËT HENNESSY · LOUIS VUITTON

Ventes par groupe d'activités

En millions d'euros	2012	2013	Croissance publiée	Croissance organique
Vins & Spiritueux	4 137	4 187	+ 1%	+ 6%
Champagne et Vins	1 980	1 951	- 1%	+ 5%
Cognac et Spiritueux	2 157	2 236	+ 4%	+ 7%
Mode & Maroquinerie	9 926	9 882	- 0,4%	+ 5%
Parfums & Cosmétiques	3 613	3 717	+ 3%	+ 7%
Montres & Joaillerie	2 836	2 784	- 2%	+ 4%
Distribution sélective	7 879	8 938	+ 13%	+ 17%
Autres et éliminations	(288)	(359)	-	-
Total LVMH	28 103	29 149	+ 4%	+ 8%

Croissance organique des ventes par groupe d'activités

Croissance organique par rapport à la même période de 2012

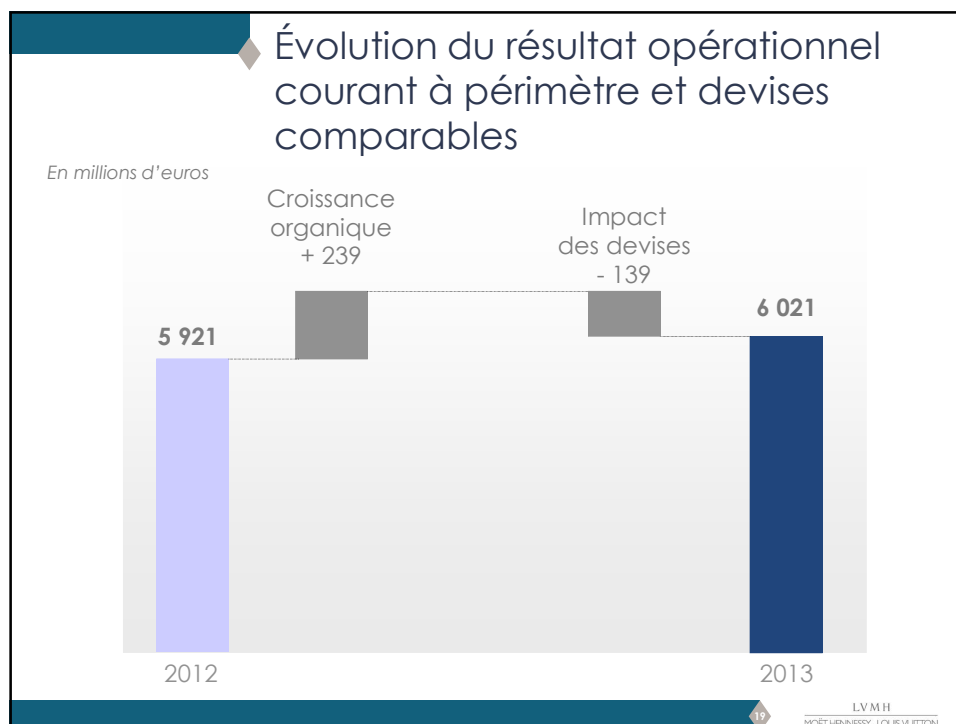
	S1 2013	T3 2013	T4 2013	2013
Vins & Spiritueux	+ 5%	+ 9%	+ 4%	+ 6%
Mode & Maroquinerie	+ 5%	+ 3%	+ 7%	+ 5%
Parfums & Cosmétiques	+ 6%	+ 4%	+ 10%	+ 7%
Montres & Joaillerie	+ 1%	+ 6%	+ 6%	+ 4%
Distribution sélective	+ 19%	+ 19%	+ 13%	+ 17%
Total LVMH	+ 8%	+ 8%	+ 8%	+ 8%

Compte de résultat résumé

<i>En millions d'euros</i>	2012	2013	Variation %
Ventes	28 103	29 149	+ 4%
Marge brute	18 186	19 094	+ 5%
Charges commerciales	(10 101)	(10 849)	+ 7%
Charges administratives	(2 164)	(2 224)	+ 3%
Résultat opérationnel courant	5 921	6 021	+ 2%
Autres produits et charges opérationnels	(182)	(127)	
Résultat opérationnel	5 739	5 894	+ 3%
Résultat financier	(14)	(199)	
Impôt sur les bénéfices	(1 820)	(1 755)	
Part des MEE	4	7	
Résultat net avant part des minoritaires	3 909	3 947	+ 1%
Part des minoritaires	(485)	(511)	
Résultat net part du Groupe	3 424	3 436	+ 0,4%

Résultat opérationnel courant par groupe d'activités

<i>En millions d'euros</i>	2012	2013	Variation %
Vins & Spiritueux	1 260	1 370	+ 9%
Champagne et Vins	578	597	+ 3%
Cognac et Spiritueux	682	773	+ 13%
Mode & Maroquinerie	3 264	3 140	- 4%
Parfums & Cosmétiques	408	414	+ 2%
Montres & Joaillerie	334	375	+ 12%
Distribution sélective	854	901	+ 6%
Autres et éliminations	(199)	(179)	ns
Total LVMH	5 921	6 021	+ 2%



Évolution du résultat financier

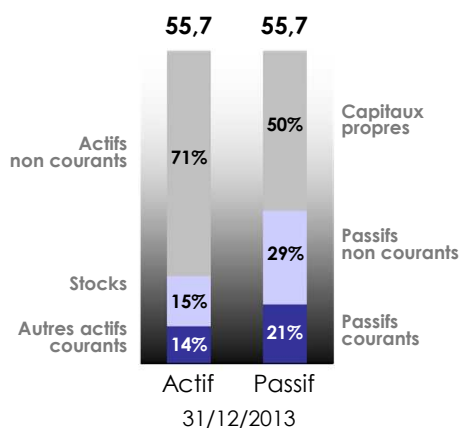
En millions d'euros

	2012	2013	Variation (M€)
Coût de la dette financière nette	(140)	(103)	+37
Part inefficace des dérivés de change	(49)	(159)	-110
Résultat relatif aux investissements, placements et autres instruments financiers, dividendes reçus	205	94	-111
Autres, nets	(30)	(31)	-1
Résultat financier	(14)	(199)	-185

LVMH
MOËT HENNESSY · LOUIS VUITTON

Une structure financière solide

En milliards d'euros



- ◆ Progression des capitaux propres
- ◆ Hausse de la dette nette, liée aux acquisitions de l'année, notamment Loro Piana
- ◆ 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	2012	2013	Variation (M€)
Capacité d'autofinancement générée par l'activité	7 113	7 329	+ 216
Intérêts nets payés	(154)	(112)	+ 42
Impôt payé	(1 970)	(1 979)	- 9
Capacité d'autofinancement	4 989	5 238	+ 249
Variation du BFR	(813)	(617)	+ 196
Investissements d'exploitation	(1 702)	(1 663)	+ 39
Cash flow disponible*	2 474	2 958	+ 484

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

