



Très bonne performance de LVMH

- ▶ Environnement économique et monétaire contrasté
- ▶ Croissance organique des ventes de 5 %
- ▶ Résultat net part du Groupe record
- ▶ Résultat opérationnel courant de 5,7 milliards d'euros
- ▶ Situation financière particulièrement solide
 - Cash flow disponible de 2,8 milliards d'euros
 - Ratio d'endettement net sur capitaux propres de 21 %

Vins et Spiritueux - Faits marquants 2014

- ▶ Ventes et rentabilité pénalisées par le déstockage opéré par la distribution en Chine
- ▶ Champagne et Vins
 - Champagne : volumes +4% avec une bonne progression des cuvées de prestige
 - Vins : bonne performance des vins pétillants
- ▶ Cognac et Spiritueux
 - Hennessy : excellente dynamique aux Etats-Unis compensant partiellement le déstockage de la distribution en Chine
 - Autres spiritueux : volumes +2 % avec une progression de Glenmorangie et Belvedere
- ▶ Investissements soutenus

Mode et Maroquinerie - Faits marquants 2014

Grand succès des nouveaux produits chez Louis Vuitton et poursuite du renforcement des autres marques

- ▶ Louis Vuitton : forte dynamique créative
 - Excellent accueil des premiers défilés de Nicolas Ghesquière
 - Grand succès des nouveaux modèles en cuir et en toile *Monogram*
 - Evolution maîtrisée du réseau de magasins
- ▶ Loro Piana : intégration dans les meilleures conditions, belle progression dans les boutiques
- ▶ Fendi : bonne performance des lignes iconiques de maroquinerie et distribution qualitative
- ▶ Céline : progression soutenue des collections
- ▶ Poursuite du renforcement créatif et des investissements dans les autres marques de mode

Parfums et Cosmétiques - Faits marquants 2014

Excellente dynamique et gains de parts de marché

- ▶ Parfums Christian Dior : forte croissance des lignes emblématiques *J'adore*, *Miss Dior* et *Dior Homme*, succès des innovations en maquillage et développement du soin en Asie
- ▶ Guerlain : lancement réussi de *L'Homme Idéal* et ouverture à Chartres de *La Ruche*, le nouveau site de production dédié au maquillage et soin
- ▶ Benefit : grand succès des nouveaux produits mondialement
- ▶ Make Up For Ever et Fresh : poursuite d'un développement rapide

Montres et Joaillerie - Faits marquants 2014

Positions renforcées de la joaillerie et prudence d'achat des détaillants multimarques pour les montres

- ▶ Performance remarquable de Bvlgari portée par le succès de ses produits iconiques et de ses nouveaux lancements
- ▶ Recentrage de TAG Heuer sur son cœur de gamme historique et adaptation de son organisation à cette stratégie
- ▶ Renforcement de l'image des marques par une communication soutenue et le développement qualitatif de la distribution
- ▶ Optimisation des capacités de production pour développer la maîtrise de nos savoir-faire joaillier et horloger

Distribution sélective - Faits marquants 2014

Développement de Sephora et impact des évolutions monétaires et géopolitiques chez DFS

- ▶ Sephora
 - Croissance organique à deux chiffres des ventes et gains de parts de marché dans tous les pays
 - Excellente performance en Amérique du Nord, au Moyen Orient, en Asie et même en Europe
 - Poursuite de l'expansion du réseau
 - Bonne rentabilité
 - Forte croissance des ventes en ligne
- ▶ DFS
 - Contexte difficile en Asie
 - Impact du renouvellement de plusieurs concessions aéroportuaires sur la rentabilité
 - Bonne performance des activités aéroportuaires de Hong Kong et Amérique du Nord

Perspectives 2015

- ▶ Rebond en volume du cognac VSOP en Chine et accent sur l'innovation des Maisons de Vins et Spiritueux
- ▶ Poursuite de la stratégie de Louis Vuitton et accélération de la croissance profitable des autres marques de mode
- ▶ Accroissement de l'avance de Parfums Christian Dior et développement continu de Guerlain à l'international
- ▶ Poursuite du recentrage de TAG Heuer et de la bonne dynamique de Bvlgari , optimisation des outils de production
- ▶ Adaptation de DFS au contexte géopolitique et poursuite de la dynamique d'innovation de Sephora dans les magasins et dans l'univers digital

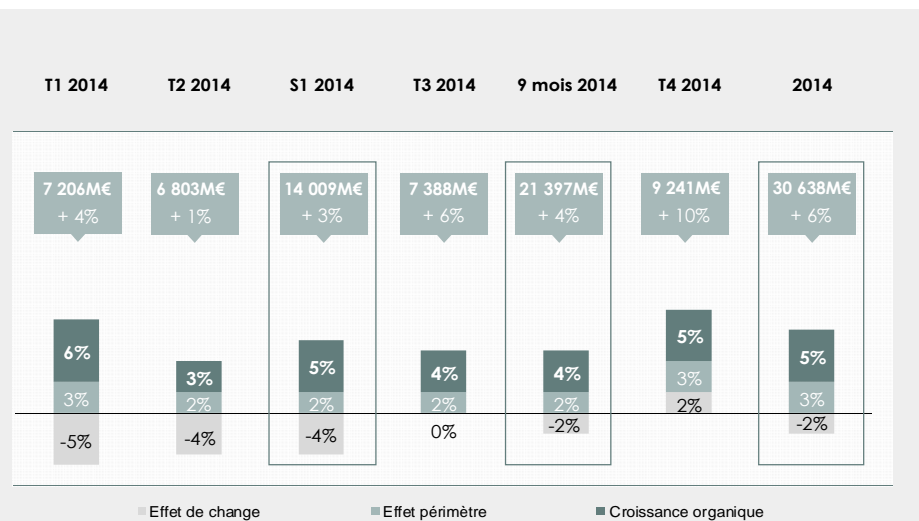
Confiance pour 2015

- ▶ Maintenir une forte créativité dans nos Maisons
 - Se renouveler dans le respect de leurs racines
 - Placer la relation client au cœur de leurs développements
 - Accentuer encore les innovations produits
- ▶ Perpétuer la qualité de nos produits
 - Assurer la préservation de nos matières premières
 - Optimiser les outils de production
- ▶ Soutenir l'esprit entrepreneurial de nos équipes
 - Agilité de notre organisation
 - Volonté de se perfectionner en permanence
- ▶ Gestion rigoureuse des coûts dans un climat d'incertitudes économiques, monétaires et géopolitiques

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



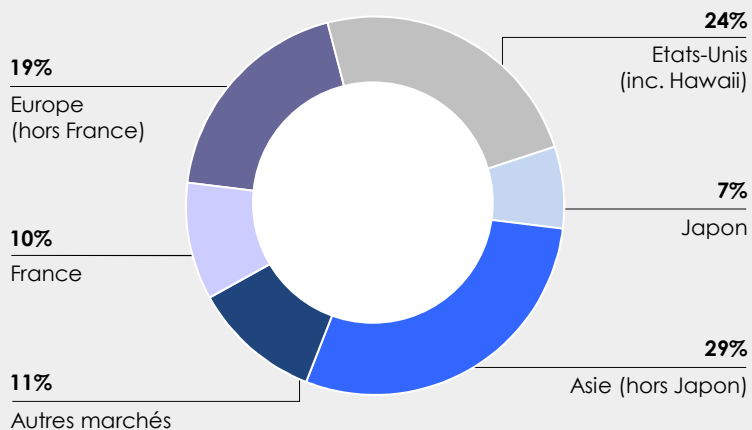
Évolution trimestrielle des ventes 2014



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 2014.

Répartition des ventes 2014 par région

En % du total des ventes



Évolution des ventes par région

Croissance organique
par rapport à la même période de 2013

Groupe LVMH	9 mois 2014	T4 2014	2014
Etats-Unis*	+ 6%	+ 13%	+ 8%
Japon	+ 9%	+ 7%	+ 8%
Asie	+ 1%	- 6%	- 1%
Europe	+ 1%	+ 5%	+ 3%

* hors Hawaii

Ventes par groupe d'activités

En millions d'euros	2013*	2014	Croissance publiée	Croissance organique
Vins & Spiritueux	4 173	3 973	- 5%	- 3%
Champagne & Vins	1 937	1 985	+ 2%	+ 6%
Cognac & Spiritueux	2 236	1 988	- 11%	- 10%
Mode & Maroquinerie	9 883	10 828	+ 10%	+ 3%
Parfums & Cosmétiques	3 717	3 916	+ 5%	+ 7%
Montres & Joaillerie	2 697	2 782	+ 3%	+ 4%
Distribution sélective	8 903	9 534	+ 7%	+ 8%
Autres et éliminations	(357)	(395)	-	-
Total LVMH	29 016	30 638	+ 6%	+ 5%

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

Croissance organique des ventes par groupe d'activités

Croissance organique par rapport à la même période de 2013

	S1 2014	T3 2014	T4 2014	2014
Vins & Spiritueux	- 1%	- 7%	- 1%	- 3%
Mode & Maroquinerie	+ 4%	+ 2%	+ 4%	+ 3%
Parfums & Cosmétiques	+ 6%	+ 11%	+ 7%	+ 7%
Montres & Joaillerie	+ 3%	+ 8%	+ 3%	+ 4%
Distribution sélective	+ 9%	+ 7%	+ 8%	+ 8%
Total LVMH	+ 5%	+ 4%	+ 5%	+ 5%

Compte de résultat résumé

En millions d'euros	2013*	2014	Variation %
Ventes	29 016	30 638	+ 6%
Marge brute	19 019	19 837	+ 4%
Charges commerciales	(10 767)	(11 744)	+ 9%
Charges administratives	(2 212)	(2 373)	+ 7%
Part des MEE	(23)	(5)	
Résultat opérationnel courant	6 017	5 715	- 5%
Autres produits et charges opérationnels	(119)	(284)	
Résultat opérationnel	5 898	5 431	- 8%
Résultat financier	(198)	2 947	
Impôt sur les bénéfices	(1 753)	(2 273)	
Résultat net avant part des minoritaires	3 947	6 105	+ 55%
Part des minoritaires	(511)	(457)	
Résultat net part du Groupe	3 436	5 648	+ 64%

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

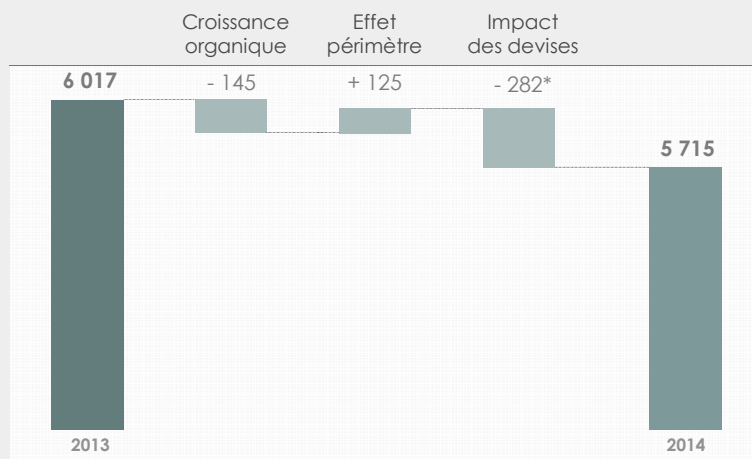
Résultat opérationnel courant par groupe d'activités

En millions d'euros	2013*	2014	Variation %
Vins & Spiritueux	1 367	1 147	- 16%
Champagne & Vins	594	565	- 5%
Cognac & Spiritueux	773	582	- 25%
Mode & Maroquinerie	3 135	3 189	+ 2%
Parfums & Cosmétiques	414	415	0%
Montres & Joaillerie	367	283	- 23%
Distribution sélective	908	882	- 3%
Autres et éliminations	(174)	(201)	ns
Total LVMH	6 017	5 715	- 5%

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

Évolution du résultat opérationnel courant à périmètre et devises comparables

En millions d'euros



* dont : Mode et Maroquinerie (149)M€

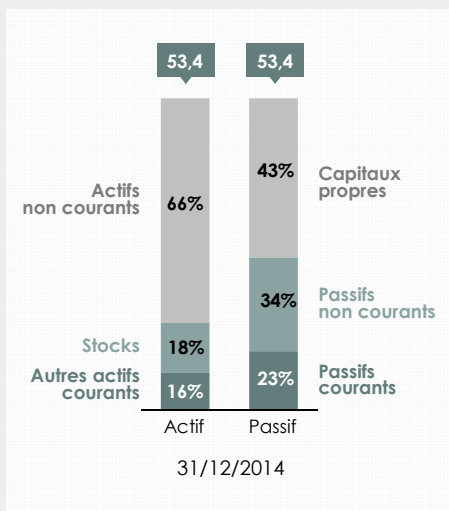
Évolution du résultat financier

En millions d'euros	2013*	2014	Variation (M€)
Coût de la dette financière nette	(101)	(115)	-14
Part inefficace des dérivés de change	(159)	(238)	-79
Résultat relatif aux investissements, placements et autres instruments financiers, dividendes reçus	94	3 337	3 243
Autres, nets	(32)	(37)	-5
Résultat financier	(198)	2 947	3 145

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

Une structure financière particulièrement solide, notation A+

En milliards d'euros



- ▶ Evolution des capitaux propres suite à la distribution en nature des actions Hermès
- ▶ Baisse de la dette nette
- ▶ Hausse du niveau des stocks résultant de la progression des activités du Groupe

Analyse de la variation de trésorerie

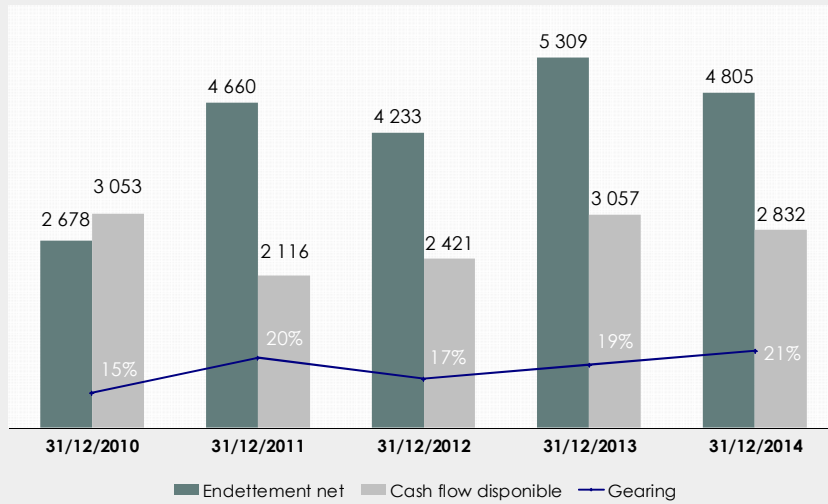
En millions d'euros	2013*	2014	Variation (M€)
Capacité d'autofinancement générée par l'activité	7 277	7 080	- 197
Intérêts nets payés	(111)	(116)	- 5
Impôt payé	(1 832)	(1 639)	+ 193
Capacité d'autofinancement	5 334	5 325	- 9
Variation du BFR	(620)	(718)	- 98
Investissements d'exploitation	(1 657)	(1 775)	- 118
Cash flow disponible**	3 057	2 832	- 225

* 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.

Endettement net et cash flow disponible

En millions d'euros



RÉSULTATS ANNUELS 2014

23

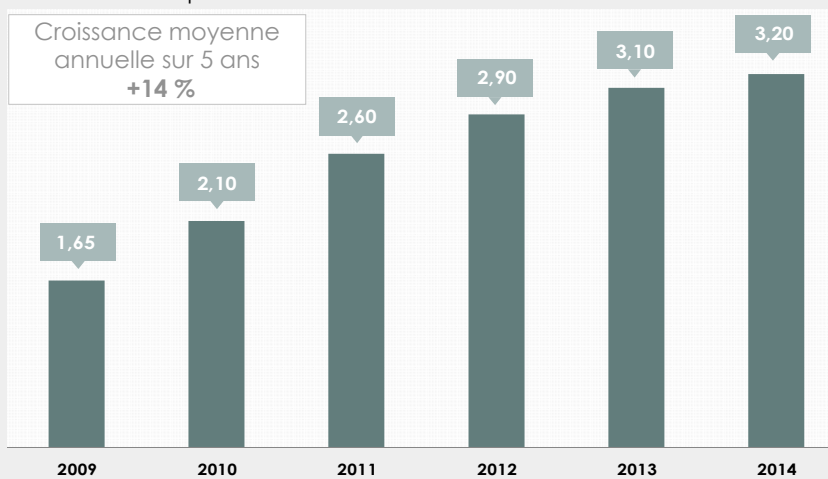
LVMH
MOËT HENNESSY · LOUIS VUITTON

Dividende 2014 en hausse de 3 %

En euros

Dividende brut par action

Croissance moyenne
annuelle sur 5 ans
+14 %



RÉSULTATS ANNUELS 2014

24

LVMH
MOËT HENNESSY · LOUIS VUITTON