

L V M H

MOËT HENNESSY · LOUIS VUITTON

**LVMH : CROISSANCE ORGANIQUE DE 5 %
SUR LES NEUF PREMIERS MOIS DE 2016**

Paris, le 10 octobre 2016

LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton, leader mondial des produits de luxe, réalise sur les neuf premiers mois de 2016 des ventes de 26,3 milliards d'euros, en hausse de 4 %. La croissance organique des ventes ressort à 5 % par rapport à la même période de 2015.

Avec une croissance organique de 6 %, le troisième trimestre marque une accélération par rapport aux tendances de début d'année. L'Asie, excluant le Japon, s'améliore sensiblement sur le trimestre. Le marché américain reste bien orienté tout comme l'Europe, à l'exception de la France, toujours affectée par une baisse du tourisme.

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

<i>En millions d'euros</i>	9 premiers mois 2016	9 premiers mois 2015	Variation 2016 / 2015	
			Publiée	Organique*
Vins & Spiritueux	3 281	3 129	+ 5 %	+ 7 %
Mode & Maroquinerie	8 991	8 872	+ 1 %	+ 2 %
Parfums & Cosmétiques	3 578	3 371	+ 6 %	+ 8 %
Montres & Joaillerie	2 486	2 404	+ 3 %	+ 4 %
Distribution sélective	8 283	7 878	+ 5 %	+ 6 %
Autres activités et éliminations	(293)	(366)	ns	ns
Total	26 326	25 288	+ 4 %	+ 5 %

* à structure et taux de change comparables.

L'activité **Vins et Spiritueux** enregistre une croissance organique de 7 % de ses ventes sur les neuf premiers mois de 2016. Les volumes de champagne progressent de 3 % sur la période. Les cuvées de prestige réalisent en particulier une belle performance. Le cognac Hennessy voit pour sa part ses volumes augmenter de 9 %. Le marché américain est en forte progression et la Chine fait preuve d'une meilleure dynamique sur la période, après une année 2015 marquée par le déstockage des distributeurs. Les autres spiritueux Glenmorangie et Belvedere continuent de se développer.

L'activité **Mode & Maroquinerie** réalise une croissance organique de 2 % de ses ventes sur les neuf premiers mois de 2016, marquant une accélération au troisième trimestre. Louis Vuitton maintient une forte dynamique et explore un nouveau territoire avec le lancement des parfums Louis Vuitton. Les sept fragrances, imaginées par le Maître Parfumeur Jacques Cavallier Belletrud, connaissent des débuts très prometteurs. Le nouveau bagage *Horizon*, conçu par Marc Newson, est également parmi les innovations majeures du dernier trimestre. Fendi enregistre une sensible hausse de ses ventes. Loro Piana inaugure à Paris un magasin phare avenue Montaigne. Céline, Loewe et Kenzo connaissent de bonnes progressions. Marc Jacobs poursuit le repositionnement de ses collections. Donna Karan a fait l'objet d'un accord de cession. LVMH a annoncé une prise de participation majoritaire dans la Maison allemande, Rimowa, leader mondial du bagage d'excellence. La transaction, soumise à l'approbation des autorités de la concurrence, devrait être réalisée en janvier 2017.

L'activité **Parfums & Cosmétiques** enregistre une croissance organique de 8 % de ses ventes sur les neuf premiers mois de 2016, supérieure à celle du marché. Parfums Christian Dior confirme son excellente dynamique, gagnant des parts de marché sur l'ensemble des pays. La vitalité continue de ses parfums emblématiques, le succès immense de *Sauvage* et les dernières innovations en maquillage sont les principaux vecteurs de croissance de la Maison. Guerlain a décliné avec succès le parfum *La Petite Robe Noire* dans l'univers du maquillage, un segment dans lequel Givenchy voit une forte progression. Soutenu par une communication audacieuse, le nouveau parfum *Kenzo World* est déployé avec succès. Benefit, Make Up For Ever, Fresh et Kat Von D réalisent d'excellentes performances.

Le groupe d'activités **Montres & Joaillerie** enregistre sur les neuf premiers mois de 2016 une croissance organique de 4 % de ses ventes. Bvlgari continue de gagner des parts de marché et fait preuve d'une grande dynamique créative en enrichissant ses lignes emblématiques avec notamment le lancement récent de *Serpenti Seduttori*. TAG Heuer, en forte progression sur un marché difficile, bénéficie notamment du succès confirmé de ses nouvelles collections et de la montre connectée. Hublot poursuit le développement de ses lignes iconiques *Classic Fusion* et *Big Bang*. Chaumet accentue ses avancées, portées par le succès de ses collections *Joséphine* et *Lien*.

L'activité **Distribution sélective** réalise une croissance organique de 6 % de ses ventes sur les neuf premiers mois de 2016. Sephora gagne des parts de marché partout dans le monde et enregistre une croissance à deux chiffres de ses ventes. Les ventes en ligne connaissent une progression rapide dans toutes les régions. L'expansion du réseau de magasins se poursuit. DFS fait face en Asie à un contexte touristique difficile, en particulier à Macao et Hong Kong. Après le Cambodge au premier semestre, DFS inaugure en septembre une nouvelle *T Galleria* en Europe, à Venise, élargissant ainsi sa présence dans des destinations touristiques majeures.

Perspectives

Dans un contexte géopolitique et monétaire incertain, LVMH poursuivra sa stratégie 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 2016 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.

ANNEXE

LVMH – Ventes par groupe d'activités et par trimestre

Ventes 2016 (en millions d'euros)

<i>Année 2016</i>	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres activités et éliminations	Total
Premier trimestre	1 033	2 965	1 213	774	2 747	(112)	8 620
Deuxième trimestre	1 023	2 920	1 124	835	2 733	(67)	8 568
Premier semestre	2 056	5 885	2 337	1 609	5 480	(179)	17 188
Troisième trimestre	1 225	3 106	1 241	877	2 803	(114)	9 138
Neuf premiers mois	3 281	8 991	3 578	2 486	8 283	(293)	26 326

Ventes 2016 (croissance organique par rapport à la même période de 2015)

<i>Année 2016</i>	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres activités et éliminations	Total
Premier trimestre	+6%	0%	+9%	+7%	+4%	-	+3%
Deuxième trimestre	+13%	+1%	+6%	+2%	+7%	-	+4%
Premier semestre	+9%	0%	+8%	+4%	+5%	-	+4%
Troisième trimestre	+ 4%	+5%	+10%	+2%	+8%	-	+6%
Neuf premiers mois	+7%	+2%	+8%	+4%	+6%	-	+5%

Ventes 2015 (en millions d'euros)

<i>Année 2015</i>	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques*	Montres et Joaillerie	Distribution sélective*	Autres activités et éliminations	Total
Premier trimestre	992	2 975	1 129	723	2 648	(144)	8 323
Deuxième trimestre	938	2 958	1 099	829	2 627	(67)	8 384
Premier semestre	1 930	5 933	2 228	1 552	5 275	(211)	16 707
Troisième trimestre	1 199	2 939	1 143	852	2 603	(155)	8 581
Neuf premiers mois	3 129	8 872	3 371	2 404	7 878	(366)	25 288

* reclassement de la société de cosmétiques Kendo de la Distribution sélective aux Parfums & Cosmétiques.

LVMH

LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton est présent dans les Vins & Spiritueux au travers notamment des Maisons Moët & Chandon, Dom Pérignon, Veuve Clicquot Ponsardin, Krug, Ruinart, Mercier, Château d'Yquem, Domaine du Clos des Lambrays, Château Cheval Blanc, Hennessy, Glenmorangie, Ardbeg, Wengjun, Belvedere, Chandon, Cloudy Bay, Terrazas de los Andes, Cheval des Andes, Cape Mentelle, Newton, Bodega Numanthia et Ao Yun –Shangri-La. Le secteur Mode et Maroquinerie inclut les marques Louis Vuitton, Céline, Loewe, Kenzo, Givenchy, Thomas Pink, Fendi, Emilio Pucci, Donna Karan, Marc Jacobs, Berluti, Nicholas Kirkwood et Loro Piana. 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, Royal Van Lent et les hôtels Cheval Blanc. Le groupe d'activités Montres & 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 LVMH	+ 33 1.4413.2122
Media:		
France:	Michel Calzaroni/Olivier Labesse / Sonia Fellmann/Hugues Schmitt DGM Conseil	+ 33 1.4070.1189
Royaume-Uni:	Hugh Morrison / Charlotte McMullen Montfort Communications	+44 7921.881.800
Italie:	Michele Calcaterra/ Matteo Steinbach SEC and Partners	+39 02 6249991
Etats-Unis:	James Fingerroth/Molly Morse/ Anntal Silver Kekst and Company	+1.212.521.4800