



MOËT HENNESSY, LOUIS VUITTON



NOUVELLE ANNÉE RECORD POUR LVMH EN 2016

- Contexte de turbulences géopolitiques et d'incertitudes économiques et monétaires
- Poursuite d'une belle progression aux États-Unis et en Europe ; retour à la croissance en Asie
- Record de ventes et de résultat opérationnel courant
 - Ventes: +5% (organique 6%)
 - Résultat opérationnel courant : + 6%
- | Résultat net part du Groupe en hausse de 11%

| Situation financière solide

- Cash flow disponible de 3 974 M€: +8%
- Ratio d'endettement net de 12%

RÉSULTATS ANNUELS 2016

LVMH



VINS & SPIRITUEUX

FAITS MARQUANTS 2016

Bonne croissance aux États-Unis et rebond des expéditions en Chine

| CHAMPAGNE ET VINS

- Champagne : volumes + 3% avec une progression solide aux États-Unis et en Europe
- Bonne performance des cuvées de prestige
- Poursuite du développement d'Estates & Wines

| COGNAC ET SPIRITUEUX

- Hennessy : volumes + 10% auquel contribue l'ensemble des qualités
- Excellente performance aux États-Unis
- Rebond des ventes en Chine et sur les autres marchés asiatiques
- Autres spiritueux : poursuite des avancées de Glenmorangie et Belvedere

LVMH

RÉSULTATS ANNUELS 2016

MOËT HENNESSY, LOUIS VUITTON



MODE & MAROQUINERIE

FAITS MARQUANTS 2016

Succès des nouveautés chez Louis Vuitton et renforcement des autres marques

LOUIS VUITTON

- Forte dynamique créative dans tous les métiers
- Succès des modèles légendaires revisités et des créations récentes
- Excellent accueil de la collection de fragrances
- Développement qualitatif du réseau de magasins; rénovations majeures à Hong Kong

FENDI

• Forte hausse des ventes qui dépassent la barre symbolique du milliard d'euros

I ORO PIANA

• Ouverture d'un magasin phare à Paris avenue Montaigne

| CÉLINE

• Bonne progression des lignes de souliers et de prêt-à-porter

| AUTRES MARQUES

- Progression soutenue de Kenzo, Loewe et Berluti
- Poursuite du repositionnement des collections chez Marc Jacobs
- Prise de participation majoritaire dans Rimowa
- Cession de Donna Karan à G-III

RÉSULTATS ANNUELS 2016

5

LV M H MOËT HENNESSY, LOUIS VUITTO



PARFUMS & COSMÉTIQUES

FAITS MARQUANTS 2016

Gain de parts de marché et grand succès des innovations

• Nouveau studio de création à Grasse, les Fontaines Parfumées

| PARFUMS CHRISTIAN DIOR

- Vitalité continue des lignes emblématiques J'adore et Miss Dior
- Succès mondial de Sauvage
- Excellente performance en maquillage de Rouge Dior

GUERLAIN

- Succès de la déclinaison du parfum La Petite Robe Noire dans l'univers du maquillage
- Poursuite du développement des soins Orchidée Impériale et Abeille Royale

BENEFIT

• Forte progression portée par le succès de sa nouvelle collection pour sourcils

| PARFUMS GIVENCHY

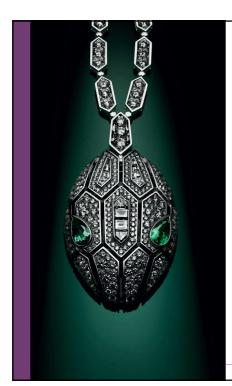
• Croissance soutenue du maquillage avec Le Rouge et Prisme Libre

| AUTRES MARQUES

- Lancement remarqué de Kenzo World
- Avancées rapides des gammes Ultra HD et Artist Rouge chez Make Up For Ever
- Développement rapide de Fresh et Kat Von D

RÉSULTATS ANNUELS 2016 6 LVM H MOÈTHENNESY, LOUIS

MOËT HENNESSY, LOUIS VUITTON



MONTRES & JOAILLERIE

FAITS MARQUANTS 2016

Gain de parts de marché de Bylgari et de TAG Heuer

BVLGARI

- Performance supérieure à celle du marché
- Succès de la nouvelle collection Serpenti Seduttori
- Enrichissement des lignes plus récentes Diva et Lvcea
- Ouvertures sélectives et rénovations majeures (Washington, Londres, Moscou)

| TAG HEUER

- Bonne progression sur un marché horloger très difficile
- Bonne dynamique des lignes iconiques Carrera, Aquaracer et Formula 1
- Grand succès du déploiement de la montre connectée ; doublement des capacités de production

- Croissance soutenue des lignes Classic Fusion et Big Bang
- Ouverture d'un magasin phare à New York 5ème avenue

CHAUMET

- Excellente dynamique en Asie
- Nouveau concept de boutique inauguré à Hong Kong

RÉSULTATS ANNUELS 2016

LVMH



DISTRIBUTION SÉLECTIVE

FAITS MARQUANTS 2016

Excellente performance de Sephora et développement de DFS pénalisé par un contexte touristique difficile en Asie

- Nouvelle croissance à deux chiffres des ventes et des résultats
- Gains de parts de marché dans tous les pays
- Forte croissance à magasins comparables en Amérique du Nord et au Moyen-Orient
- Excellente dynamique des ventes en ligne
- Ouvertures de magasins phares à Paris et New York; rénovations majeures à Singapour et Boston

DFS

- Situation complexe en Asie pénalisant la rentabilité
- Extension des espaces de ventes à Macao
- Inauguration de nouvelles T Galleria au Cambodge et en Italie à Venise
- Rééquilibrage de l'offre par de nouvelles marques et de nouvelles catégories de produits

LE BON MARCHÉ

Transformation de l'espace Mode Femme et succès continu du programme de fidélité « 24 Sèvres »

LVMH RÉSULTATS ANNUELS 2016 8

LV M H MOËT HENNESSY: LOUIS VUITTON



PRUDENCE POUR 2017

- Confiance mais aussi vigilance dans un climat d'incertitudes économiques, monétaires et géopolitiques
- | Poursuivre la dynamique créative de nos Maisons
- Offrir l'excellence et la plus haute qualité pour nos produits et services
- | Attirer une diversité de talents et révéler les potentiels
- | Privilégier l'esprit d'entreprise de nos équipes
- Agilité de notre organisation
- Volonté de se perfectionner en permanence

Objectif de LVMH

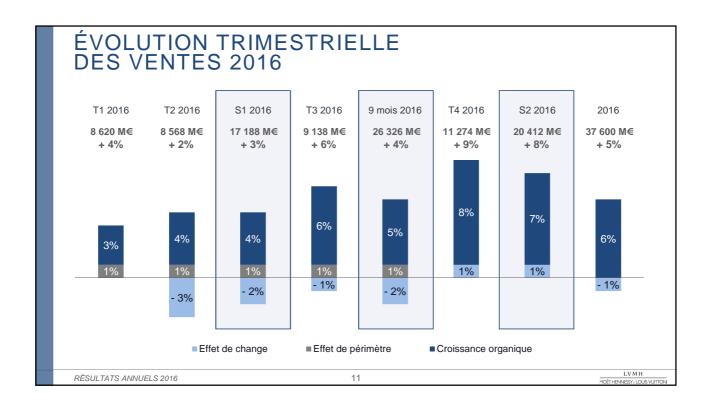
RENFORCER SON AVANCE SUR LE MARCHÉ MONDIAL DU LUXE

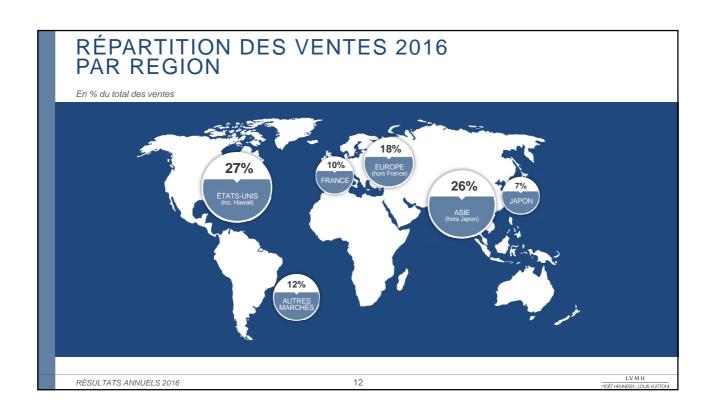
RÉSULTATS ANNUELS 2016 9



JEAN-JACQUES GUIONY

LVMH





ÉVOLUTION DES VENTES PAR RÉGION

Croissance organique par rapport à la même période de 2015	9 mois 2016	T4 2016	2016
ÉTATS-UNIS*	+ 7%	+ 9%	+ 7%
JAPON	- 3%	- 3%	- 3%
ASIE (HORS JAPON)	+ 3%	+10%	+ 5%
EUROPE	+ 5%	+ 9%	+ 7%

^{*} Hors Hawaii.

RÉSULTATS ANNUELS 2016 LVMH

VENTES PAR GROUPE D'ACTIVITÉS

En millions d'euros	2015	2016	Croissance publiée	Croissance organique*
VINS & SPIRITUEUX Champagne & Vins Cognac & Spiritueux	4 603 2 221 2 382	4 835 2 288 2 547	+ 5% + 3% + 7%	+ 7% + 6% + 8%
MODE & MAROQUINERIE	12 369	12 775	+ 3%	+ 4%
PARFUMS & COSMÉTIQUES	**4 671	4 953	+ 6%	+ 8%
MONTRES & JOAILLERIE	3 308	3 468	+ 5%	+ 5%
DISTRIBUTION SÉLECTIVE	**11 193	11 973	+ 7%	+ 8%
AUTRES ET ÉLIMINATIONS	(480)	(404)	-	-
TOTAL LVMH	35 664	37 600	+ 5%	+ 6%

^{*} À structure et taux de change comparables. L'effet de change est de -1%
** Reclassement de la société de cosmétiques Kendo de la Distribution sélective aux Parfums & Cosmétiques.

LV M H MOËT HENNESSY , LOUIS VUITTON

CROISSANCE ORGANIQUE DES VENTES PAR GROUPE D'ACTIVITÉS

Croissance organique par rapport à la même période de 2015	S1 2016	T3 2016	T4 2016	2016
VINS & SPIRITUEUX	+ 9%	+ 4%	+ 7%	+ 7%
MODE & MAROQUINERIE	0%	+ 5%	+ 9%	+ 4%
PARFUMS & COSMÉTIQUES	+ 8%	+ 10%	+ 7%	+ 8%
MONTRES & JOAILLERIE	+ 4%	+ 2%	+ 8%	+ 5%
DISTRIBUTION SÉLECTIVE	+ 5%	+ 8%	+ 11%	+ 8%
TOTAL LVMH	+ 4%	+ 6%	+ 8%	+ 6%

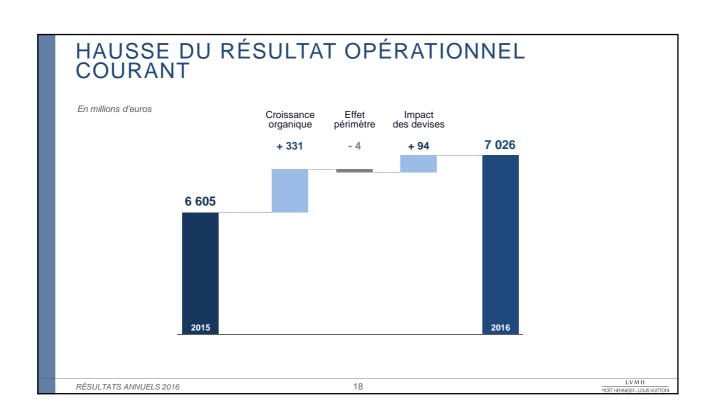
RÉSULTATS ANNUELS 2016 15 ELVM H
MOÈTHENNESY, LOUS VUITION

COMPTE DE RÉSULTAT RÉSUMÉ

RÉSULTATS ANNUELS 2016

En millions d'euros	2015	2016	Variation %
VENTES	35 664	37 600	+ 5%
MARGE BRUTE	23 111	24 561	+ 6%
Charges commerciales	(13 830)	(14 607)	+ 6%
Charges administratives	(2 663)	(2 931)	+ 10%
Part des MEE	(13)	3	
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT	6 605	7 026	+ 6%
Autres produits et charges opérationnels	(221)	(122)	
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL	6 384	6 904	+ 8%
Résultat financier	(414)	(432)	
Impôt sur les bénéfices	(1 969)	(2 109)	
RÉSULTAT NET AVANT PART DES MINORITAIRES	4 001	4 363	+ 9%
Part des minoritaires	(428)	(382)	
RÉSULTAT NET PART DU GROUPE	3 573	3 981	+ 11%
III TATS ANNI IEI S 2016	16		LVM

RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT PAR GROUPE D'ACTIVITÉS Variation % 2015 2016 En millions d'euros 1 363 1 504 + 10% **VINS & SPIRITUEUX** Champagne & Vins 641 658 + 3% Cognac & Spiritueux + 17% 722 846 MODE & MAROQUINERIE 3 505 3 873 + 10% PARFUMS & COSMÉTIQUES 524 551 + 5% MONTRES & JOAILLERIE 432 458 + 6% DISTRIBUTION SÉLECTIVE 940 919 - 2% **AUTRES ET ÉLIMINATIONS** (159)(279)ns **TOTAL LVMH** 6 605 7 026 + 6% LVMH RÉSULTATS ANNUELS 2016 17



ÉVOLUTION DU RÉSULTAT FINANCIER

En millions d'euros	2015	2016	Variation (M€)
COÛT DE LA DETTE FINANCIÈRE NETTE	(78)	(83)	- 5
PART INEFFICACE DES DÉRIVÉS DE CHANGE	(437)	(330)	+ 107
RÉSULTAT RELATIF AUX INVESTISSEMENTS, PLACEMENTS ET AUTRES INSTRUMENTS FINANCIERS, DIVIDENDES REÇUS	133	12	- 121
AUTRES, NETS	(32)	(31)	+ 1
RÉSULTAT FINANCIER	(414)	(432)	- 18

RÉSULTATS ANNUELS 2016 19 LVMH

UNE STRUCTURE FINANCIÈRE SOLIDE En milliards d'euros | Progression des capitaux propres liée à la hausse 59,6 59,6 des résultats et l'évolution des écarts de réévaluation, compensées en partie par l'effet de la mise en œuvre du programme de rachat d'actions Capitaux propres Actifs non courants 67% | Réduction de la dette nette | Hausse des actifs non courants en raison **Passifs** 32% non courants des investissements de l'année, de la revalorisation 18% des engagements d'achat d'intérêts minoritaires Stocks et de l'évolution des parités monétaires **Passifs Autres actifs** 21% 15% courants courants | Hausse du niveau des stocks résultant **ACTIF PASSIF** de la progression des activités du Groupe 31/12/2016 LVMH RÉSULTATS ANNUELS 2016 20

ANALYSE DE LA VARIATION DE TRÉSORERIE

En millions d'euros	2015	2016	Variation (M€)
CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT GÉNÉRÉE PAR L'ACTIVITÉ	7 945	8 733	+ 788
Intérêts nets payés	(75)	(59)	+ 16
Impôt payé	(1 807)	(1 923)	- 116
CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT	6 063	6 751	+ 688
Variation du BFR	(429)	(512)	- 83
Investissements d'exploitation	(1 955)	(2 265)	- 310
CASH FLOW DISPONIBLE*	3 679	3 974	+ 295

^{*} Avant investissements financiers, opérations en capital et opérations de financement.

RÉSULTATS ANNUELS 2016 21 LV M H
MOÈTHENNESSY, LOUIS VUITION

