

L V M H

---

MOËT HENNESSY · LOUIS VUITTON

**LVMH : CROISSANCE ORGANIQUE DE 12 % DES VENTES  
SUR LES NEUF PREMIERS MOIS DE 2017**

Paris, le 9 octobre 2017

LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton, leader mondial des produits de luxe, réalise sur les neuf premiers mois de 2017 des ventes de 30,1 milliards d'euros, en hausse de 14 %. La croissance organique des ventes ressort à 12 % par rapport à la même période de 2016.

Avec une croissance organique de 12 %, le troisième trimestre poursuit les tendances enregistrées sur la première partie de l'année. Les ventes sont en progression de 14 %, incluant un effet de change négatif de 5 % et un impact de périmètre positif de 7 %, reflétant notamment l'intégration de Christian Dior Couture. Tous les groupes d'activités enregistrent une croissance organique à deux chiffres à l'exception des Vins et Spiritueux dont les contraintes d'approvisionnement limitent la progression.

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

| <i>En millions d'euros</i>       | <b>9 premiers<br/>mois 2017</b> | <b>9 premiers<br/>mois 2016</b> | <b>Variation 2017 / 2016<br/>9 premiers mois</b> |                   |
|----------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|--|-------------------|
|                                  |                                 |                                 | <b>Publiée</b>                                   | <b>Organique*</b> |
| Vins & Spiritueux                | 3 514                           | 3 281                           | + 7 %  | + 8 %             |
| Mode & Maroquinerie              | 10 838                          | 8 991                           | + 21 %   | + 14 %            |
| Parfums & Cosmétiques            | 4 065                           | 3 578                           | + 14 %   | + 14 %            |
| Montres & Joaillerie             | 2 789                           | 2 486                           | + 12 %   | + 13 %            |
| Distribution sélective           | 9 335                           | 8 283                           | + 13 %   | + 12 %            |
| Autres activités et éliminations | (446)                           | (293)                           | ns   | ns                |
| <b>Total</b>                     | <b>30 095</b>                   | <b>26 326</b>                   | <b>+ 14 %</b>                                    | <b>+ 12 %</b>     |

\* à structure et taux de change comparables. L'effet de change est de -1 % et l'effet de périmètre, de +3 %.

L'activité **Vins et Spiritueux** enregistre une croissance organique de 8 % de ses ventes sur les neuf premiers mois de 2017. Les volumes de champagne sont en hausse de 4 % avec une demande particulièrement dynamique en Europe et au Japon. Le cognac Hennessy réalise une belle performance depuis le début de l'année. La hausse des volumes s'établit à 9 % sur les neuf premiers mois de 2017 en dépit d'un recul au troisième trimestre lié aux contraintes d'approvisionnement. Les qualités supérieures connaissent une bonne progression.

L'activité **Mode & Maroquinerie** réalise une croissance organique de 14 % de ses ventes sur les neuf premiers mois de 2017. Louis Vuitton est toujours porté par son exceptionnelle force d'innovation, illustrée par sa première montre connectée et ses nombreuses créations dans tous ses métiers. Le développement qualitatif de son réseau de distribution se poursuit comme l'illustre l'ouverture de la Maison Louis Vuitton Vendôme à Paris, qui réunit en un seul lieu tous les savoir-faire de la Maison. Christian Dior Couture, dont l'activité est consolidée pour la première fois au troisième trimestre, réalise une excellente performance. Une rétrospective au musée des Arts Décoratifs à Paris célèbre les 70 ans de la Maison et connaît un immense succès. Fendi accentue son développement aux Etats-Unis avec l'ouverture de plusieurs nouvelles boutiques. Loro Piana, Céline et Loewe connaissent de bonnes progressions. Rimowa est consolidé depuis janvier 2017 tandis que Donna Karan a été cédé fin 2016.

L'activité **Parfums & Cosmétiques** enregistre une croissance organique de 14 % de ses ventes sur les neuf premiers mois de 2017. Parfums Christian Dior confirme sa forte dynamique. Le parfum bénéficie du succès continu de *J'adore*, de *Sauvage*, et du lancement de l'eau de parfum *Miss Dior*. Dans le maquillage, la gamme de rouge à lèvres *Rouge Dior* connaît un développement rapide. Guerlain déploie à l'international sa nouvelle fragrance *Mon Guerlain*. Parfums Givenchy poursuit sa forte expansion, portée par le maquillage. Fenty Beauty by Rihanna, distribué en exclusivité chez Sephora, connaît un démarrage exceptionnel.

Le groupe d'activités **Montres & Joaillerie** enregistre sur les neuf premiers mois de 2017 une croissance organique de 13 % de ses ventes. Bvlgari réalise une performance remarquable grâce notamment aux avancées rapides de ses collections joaillères emblématiques *Serpenti*, *Diva* et *B.Zero1*. Le lancement de la nouvelle ligne de haute joaillerie *Festa* constitue un des temps forts du dernier trimestre. Chaumet et Fred contribuent également à la bonne performance de l'ensemble. Dans le secteur horloger, TAG Heuer et Hublot continuent de progresser. Les nouveautés présentées au salon de Bâle connaissent d'excellents résultats.

L'activité **Distribution sélective** réalise une croissance organique de 12 % de ses ventes sur les neuf premiers mois de 2017. Sephora poursuit la rénovation de ses boutiques et l'extension de son réseau de magasins. Après la France, Sephora déploie son nouveau concept de magasin en Espagne avec deux nouveaux flagships au design innovant, plaçant le digital au cœur de l'expérience client. Les ventes en ligne progressent à un rythme soutenu. DFS connaît une progression soutenue, en particulier à Hong Kong et Macao. Les magasins T Galleria du Cambodge et de Venise connaissent un bon développement.

### **Perspectives**

Dans un contexte géopolitique et monétaire incertain, LVMH continuera de faire preuve de vigilance. Le Groupe 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 2017 son avance sur le marché mondial du luxe.

*Hormis l'acquisition de Christian Dior Couture réalisée en juillet 2017, dont les détails sont indiqués en page 52 du Rapport semestriel financier 2017, il n'y a pas eu, au cours du trimestre et à la date de ce jour, 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](http://www.lvmh.fr).*

## ANNEXE

### LVMH – Ventes par groupe d'activités et par trimestre

#### Ventes 2017 (en millions d'euros)

| <i>Année 2017</i>         | Vins et Spiritueux | Mode et Maroquinerie | Parfums et Cosmétiques | Montres et Joaillerie | Distribution sélective | Autres activités et éliminations | <b>Total</b>  |
|---------------------------|--------------------|----------------------|------------------------|-----------------------|------------------------|----------------------------------|---------------|
| Premier trimestre         | 1 196              | 3 405                | 1 395                  | 879                   | 3 154                  | (145)                            | <b>9 884</b>  |
| Deuxième trimestre        | 1 098              | *3 494               | 1 275                  | 959                   | 3 126                  | (122)                            | <b>*9 830</b> |
| <b>Premier semestre</b>   | <b>2 294</b>       | <b>6 899</b>         | <b>2 670</b>           | <b>1 838</b>          | <b>6 280</b>           | <b>(267)</b>                     | <b>19 714</b> |
| Troisième trimestre       | 1 220              | 3 939                | 1 395                  | 951                   | 3 055                  | (179)                            | <b>10 381</b> |
| <b>Neuf premiers mois</b> | <b>3 514</b>       | <b>10 838</b>        | <b>4 065</b>           | <b>2 789</b>          | <b>9 335</b>           | <b>(446)</b>                     | <b>30 095</b> |

\* Inclut la totalité des ventes de Rimowa pour le premier semestre 2017.

#### Ventes 2017 (croissance organique par rapport à la même période de 2016)

| <i>Année 2017</i>         | Vins et Spiritueux | Mode et Maroquinerie | Parfums et Cosmétiques | Montres et Joaillerie | Distribution sélective | Autres activités et éliminations | <b>Total</b> |
|---------------------------|--------------------|----------------------|------------------------|-----------------------|------------------------|----------------------------------|--------------|
| Premier trimestre         | +13%               | +15%                 | +12%                   | +11%                  | +11%                   | -                                | <b>+13%</b>  |
| Deuxième trimestre        | +6%                | +13%                 | +13%                   | +14%                  | +12%                   | -                                | <b>+12%</b>  |
| <b>Premier semestre</b>   | <b>+10%</b>        | <b>+14%</b>          | <b>+12%</b>            | <b>+13%</b>           | <b>+12%</b>            | -                                | <b>+12%</b>  |
| Troisième trimestre       | +4%                | +13%                 | +17%                   | +14%                  | +14%                   | -                                | <b>+12%</b>  |
| <b>Neuf premiers mois</b> | <b>+8%</b>         | <b>+14%</b>          | <b>+14%</b>            | <b>+13%</b>           | <b>+12%</b>            | -                                | <b>+12%</b>  |

#### 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 | <b>Total</b>  |
|---------------------------|--------------------|----------------------|------------------------|-----------------------|------------------------|----------------------------------|---------------|
| Premier trimestre         | 1 033              | 2 965                | 1 213                  | 774                   | 2 747                  | (112)                            | <b>8 620</b>  |
| Deuxième trimestre        | 1 023              | 2 920                | 1 124                  | 835                   | 2 733                  | (67)                             | <b>8 568</b>  |
| <b>Premier semestre</b>   | <b>2 056</b>       | <b>5 885</b>         | <b>2 337</b>           | <b>1 609</b>          | <b>5 480</b>           | <b>(179)</b>                     | <b>17 188</b> |
| Troisième trimestre       | 1 225              | 3 106                | 1 241                  | 877                   | 2 803                  | (114)                            | <b>9 138</b>  |
| <b>Neuf premiers mois</b> | <b>3 281</b>       | <b>8 991</b>         | <b>3 578</b>           | <b>2 486</b>          | <b>8 283</b>           | <b>(293)</b>                     | <b>26 326</b> |

## **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, Belvedere, Woodinville, Chandon, Cloudy Bay, Terrazas de los Andes, Cheval des Andes, Cape Mentelle, Newton, Bodega Numanthia et Ao Yun. Le secteur Mode et Maroquinerie inclut les marques Louis Vuitton, Christian Dior Couture, Céline, Loewe, Kenzo, Givenchy, Thomas Pink, Fendi, Emilio Pucci, Marc Jacobs, Berluti, Nicholas Kirkwood, Loro Piana et Rimowa. LVMH est présent dans le secteur des Parfums et Cosmétiques avec les marques Parfums Christian Dior, Guerlain, Parfums Givenchy, Kenzo Parfums, Parfums Loewe, BeneFit Cosmetics, Make Up For Ever, Acqua di Parma, Fresh, Kat Von D et Maison Francis Kurkdjian. Le groupe d'activités Montres & Joaillerie est constitué des marques Bvlgari, TAG Heuer, Chaumet, Dior Montres, Zenith, Fred et Hublot. 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.*

*''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 + 33 1.4413.2122  
**LVMH**

### **Media:**

Jean-Charles Tréhan +33 1 4413.2620  
**LVMH**

France: Michel Calzaroni/Olivier Labesse / + 33 1.4070.1189

Thomas Roborel de Climens/Hugues Schmitt

Royaume-Uni: Hugh Morrison / Charlotte McMullen +44 7921.881.800

**Montfort Communications**

Italie: Michele Calcaterra/ Matteo Steinbach +39 02 6249991

**SEC and Partners**

Etats-Unis: James Fingerroth/Molly Morse/ +1.212.521.4800

Anntal Silver

**Kekst and Company**