

RÉSULTATS
SEMESTRIELS
2018

24 JUILLET 2018

LVMH
MOËT HENNESSY · LOUIS VUITTON



AVERTISSEMENT

2

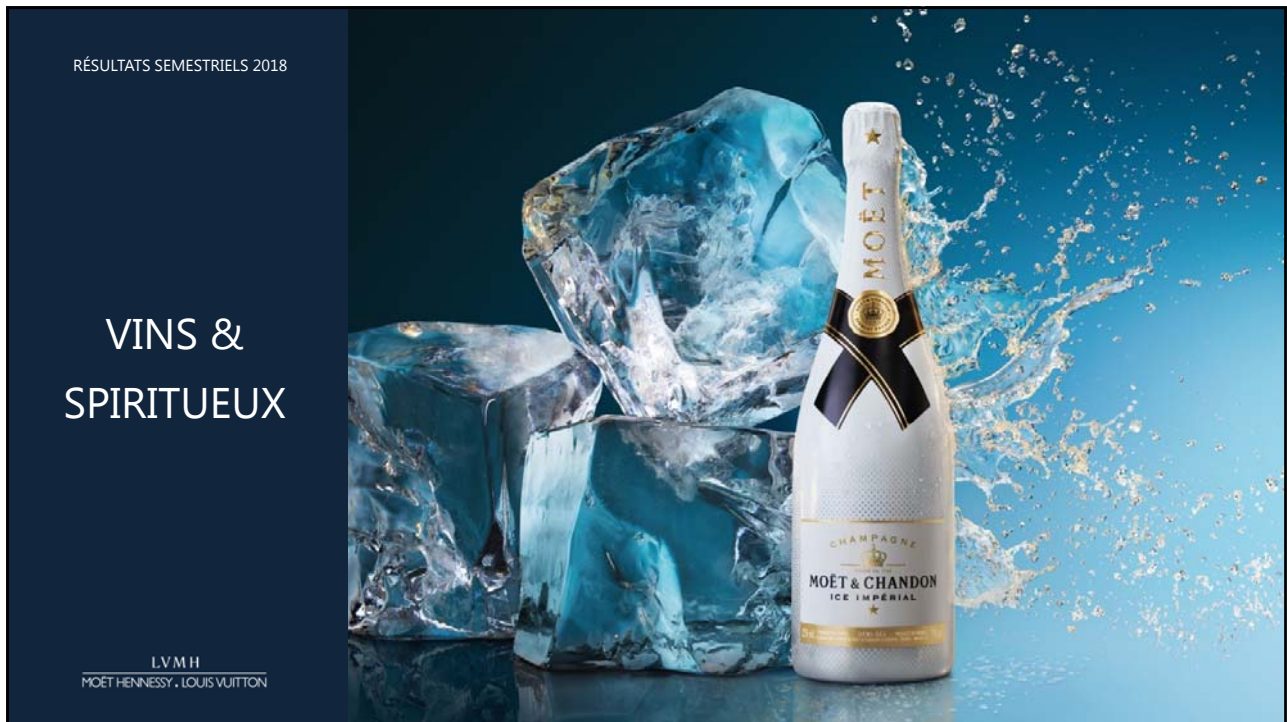
Cette présentation contient des éléments à caractère prévisionnel qui traduisent des appréciations et des projections. Par nature, ces éléments sont soumis à divers et importants facteurs de risque, incertitudes et aléas, en particulier ceux décrits dans le Document de référence établi par la Société et accessible sur son site internet (www.lvmh.fr). Ils ne doivent donc pas être considérés comme une garantie de performance future, les résultats effectifs pouvant différer significativement de ceux présentés ou implicitement inclus dans ces données prévisionnelles. Celles-ci reflètent les perspectives de la Société à la date des présentes, étant précisé que LVMH ne s'engage en aucune manière à réviser ou mettre à jour ces projections. Ces dernières doivent être utilisées avec prudence et circonspection et la responsabilité de la Société et de ses Dirigeants ne pourra être engagée à cet égard sur quelque fondement que ce soit. Cette présentation ne constitue pas une invitation à acheter ou à vendre des actions LVMH ou plus généralement à intervenir sur le titre LVMH.

EXCELLENT PREMIER SEMESTRE POUR LVMH

- | Hausse à deux chiffres des ventes et du résultat opérationnel courant
- | Croissance forte en Asie et aux Etats-Unis
- | Bon début d'année pour les Vins et Spiritueux
- | Dynamique remarquable de Louis Vuitton, dont la rentabilité se maintient à un niveau exceptionnel
- | Succès des nouveautés de Christian Dior tant en Couture qu'en Parfums et Cosmétiques
- | Renouveau créatif au sein de plusieurs marques de mode
- | Excellente performance de Bvlgari et bonne performance des marques de montres
- | Forte croissance des ventes de Sephora en magasin et en ligne
- | Rebond de la rentabilité de DFS

REVUE DES GROUPES D'ACTIVITÉS





RÉSULTATS SEMESTRIELS 2018

VINS & SPIRITUEUX

LVMH
MOËT HENNESSY · LOUIS VUITTON

RÉSULTATS SEMESTRIELS 2018

6

VINS & SPIRITUEUX CHIFFRES CLÉS

En millions d'euros

■ Champagne et Vins ■ Cognac et Spiritueux

• VENTES

- 1%

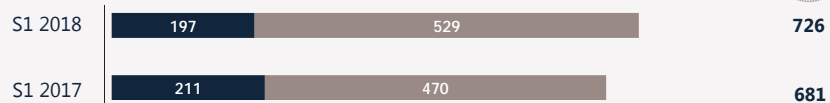
Croissance organique

+ 7%



• RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT

+ 7%



LVMH
MOËT HENNESSY · LOUIS VUITTON

VINS & SPIRITUEUX

FAITS MARQUANTS S1 2018

Forte dynamique en Chine et bonne progression en Europe et aux Etats-Unis, en dépit des contraintes d'approvisionnement

| CHAMPAGNE & VINS

- Champagne : volumes -1 %
- Nouveaux lancements et succès des cuvées de prestige
- Croissance solide en Europe et au Japon ; décalage dans les expéditions aux Etats-Unis
- Performance d'Estates & Wines principalement portée par les effets prix

| COGNAC & SPIRITUEUX

- Hennessy : volumes +3 %
- Progression continue aux Etats-Unis dans un contexte d'approvisionnement tendu
- Poursuite d'une forte dynamique en Chine
- Rebond de Glenmorangie après le déstockage en Asie en 2017

VINS & SPIRITUEUX

PERSPECTIVES 2018

| Maintien d'une stratégie de valeur dans un contexte d'approvisionnement tendu

| Innovation produits et nouveaux modes de consommation soutenus par une communication innovante et digitale

| Mise en valeur des marques dans la distribution

| Développement des outils de production pour soutenir la croissance future

| Intégration des nouvelles marques, Woodinville Whiskey, la tequila Volcán de Mi Tierra et le vin d'exception Colgin

RÉSULTATS SEMESTRIELS 2018

MODE &
MAROQUINERIE

LVMH
MOËT HENNESSY · LOUIS VUITTON



RÉSULTATS SEMESTRIELS 2018

10

MODE & MAROQUINERIE
CHIFFRES CLÉS

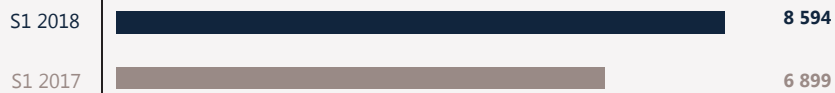
En millions d'euros

• VENTES

+ 25%*

Croissance organique

+ 15%



* Inclut un effet périmètre positif de 17 points lié à l'intégration de Christian Dior Couture

• RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT

+ 27%



LVMH
MOËT HENNESSY · LOUIS VUITTON

MODE & MAROQUINERIE

FAITS MARQUANTS S1 2018

- | Forte croissance en Asie et aux Etats-Unis ; progression solide en Europe
- | Louis Vuitton : excellente dynamique créative, conjuguant modernité et tradition
 - Succès des modèles légendaires et des innovations
 - Très bon accueil du défilé Croisière Femme à la fondation Maeght à Saint-Paul-de-Vence
 - Fort impact médiatique du premier défilé de Virgil Abloh, Directeur artistique Homme
- | Christian Dior Couture : forte progression dans toutes les catégories de produits ; arrivée de Kim Jones comme Directeur artistique Homme
- | Fendi : montée en puissance du Prêt-à-Porter et de l'Homme
- | Loro Piana : accent sur les créations féminines ; renforcement en Asie
- | Céline : dynamique continue de la maroquinerie; nouveau Directeur artistique Hedi Slimane
- | Marc Jacobs : poursuite de l'évolution des produits ; succès du sac *Snapshot*
- | Rimowa : développement qualitatif de la distribution ; succès de la collaboration avec Supreme
- | Kenzo, Loewe et Berluti : croissance soutenue

MODE & MAROQUINERIE

PERSPECTIVES 2018

- | Poursuite de la forte dynamique créative de Louis Vuitton
 - Innovation continue dans tous les métiers
 - Poursuite du développement qualitatif du réseau de distribution
 - Renforcement des capacités de production pour faire face à la demande
- | Christian Dior Couture : accent sur la créativité et l'excellence du savoir-faire
- | Fendi : ouverture de la première boutique en Espagne, à Barcelone
- | Céline : premier défilé très attendu de Hedi Slimane
- | Givenchy : nouvel emplacement et agrandissement de la boutique de Dubai Mall
- | Kenzo : reprise en direct de la distribution en Chine et ouvertures à Las Vegas et Florence
- | Poursuite du renforcement créatif et des investissements pour les autres marques

RÉSULTATS SEMESTRIELS 2018

PARFUMS &
 COSMÉTIQUES

LVMH
 MOËT HENNESSY · LOUIS VUITTON



RÉSULTATS SEMESTRIELS 2018

14

PARFUMS & COSMÉTIQUES
 CHIFFRES CLÉS

En millions d'euros

• VENTES

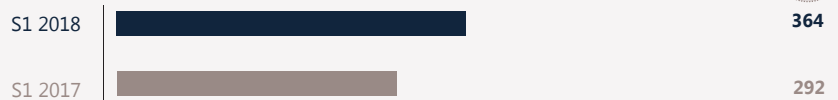
Croissance organique



+ 8%

+ 16%

• RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT



+ 25%

LVMH
 MOËT HENNESSY · LOUIS VUITTON

PARFUMS & COSMÉTIQUES

FAITS MARQUANTS S1 2018

| Parfums Christian Dior : excellente dynamique dans toutes les régions

- Vitalité des parfums *J'Adore* et *Miss Dior* ; fort engouement pour *Sauvage*
- Essor international de *Rouge Dior* ; début très prometteur de *Dior Backstage*
- Forte croissance du soin *Prestige*, notamment en Asie

| Guerlain : performance remarquable du rouge à lèvres *Rouge G* ;
lancement de *Mon Guerlain Eau de Parfum Florale* ; succès du soin *Abeille Royale*

| Benefit : lancement réussi du mascara *BADgal BANG*

| Givenchy : fortes avancées du rouges à lèvres et ligne *Prisme Libre*

| Fresh : avancée rapide des lignes de soin *Rose* et *Black Tea*, en Asie en particulier

| Acqua di Parma : forte progression portée par *Colonia Pura*, *Blu Mediterraneo* et une nouvelle communication

| Maison Francis Kurkdjian : poursuite d'un développement qualitatif

PARFUMS & COSMÉTIQUES

PERSPECTIVES 2018

| Poursuite d'une forte dynamique d'innovation et de créativité dans un marché porteur

| Parfums Christian Dior : investissements médias soutenus autour des produits emblématiques et des nouveautés

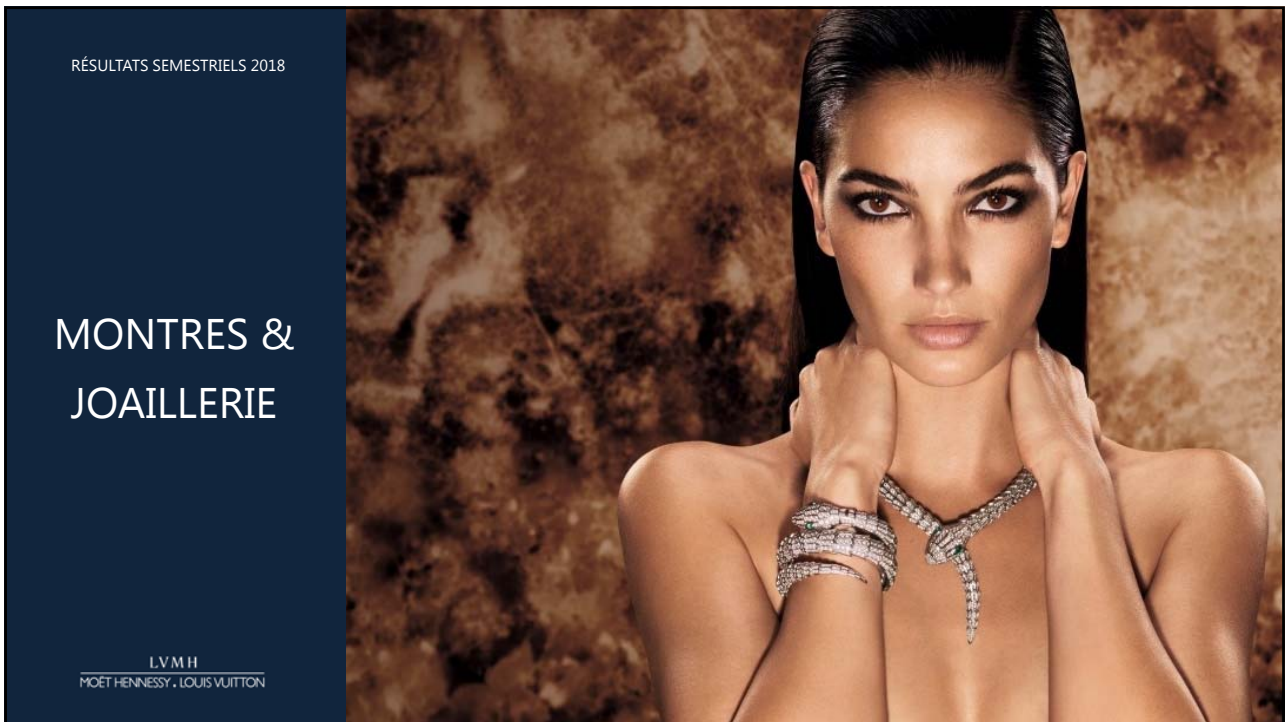
- Lancement d'un nouveau parfum féminin incarné par l'actrice Jennifer Lawrence
- Poursuite du déploiement de *Dior Backstage*

| Guerlain : lancement en soin du sérum *Double R Abeille Royale*

| Givenchy : nouveau parfum féminin avec pour égérie l'actrice Rooney Mara

| Kenzo : déploiement de *Kenzo World* en Chine

| Fenty Beauty by Rihanna : premier anniversaire et enrichissement de la gamme de produits



MONTRES & JOAILLERIE

CHIFFRES CLÉS

En millions d'euros

• VENTES

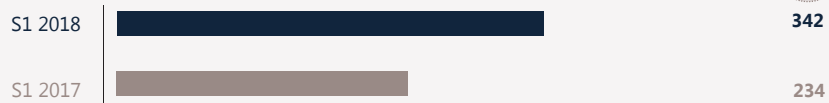
Croissance organique



+ 8%

+ 16%

• RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT



+ 46%

MONTRES & JOAILLERIE

FAITS MARQUANTS S1 2018

- | Progression rapide de la joaillerie et avancée des montres tirée par le développement des lignes iconiques
- | Bvlgari : excellente dynamique et gain de parts de marché
 - Succès des lignes emblématiques *Serpenti*, *B.Zero 1*, *Diva*, *Lvcea* et *Octo*, soutenues par des nouveaux produits
 - Excellent accueil pour la collection de haute joaillerie *Wild Pop*
- | TAG Heuer : bon accueil des modèles *Carrera Calibre Heuer 02 Tourbillon* et *Monaco Bamford* au Salon de Bâle; ouverture de boutiques phares à New York et à Tokyo
- | Hublot : croissance solide, notamment en Chine et aux États-Unis, portée par les lignes *Classic Fusion* et *Big Bang* et par le développement de *Spirit of Big Bang* ; visibilité renforcée en tant que Chronométrateur Officiel de la Coupe du Monde de football
- | Chaumet : succès des lignes *Liens* et *Joséphine*; nouvelle collection *Les Mondes de Chaumet*

MONTRES & JOAILLERIE

PERSPECTIVES 2018

- | Poursuite des programmes dédiés à la qualité et à la productivité de la distribution
- | Investissements ciblés, en particulier dans le domaine digital
- | Nouveau magasin au sein de Lee Gardens à Hong Kong chez Bvlgari
- | Inauguration d'une exposition dédiée à l'histoire de Chaumet à Tokyo, et rénovation de sa boutique à Ginza
- | Déploiement mondial de la nouvelle ligne *Defy* chez Zenith

RÉSULTATS SEMESTRIELS 2018

DISTRIBUTION SÉLECTIVE

LVMH
MOËT HENNESSY · LOUIS VUITTON



RÉSULTATS SEMESTRIELS 2018

22

DISTRIBUTION SÉLECTIVE CHIFFRES CLÉS

En millions d'euros

• VENTES

Croissance organique



* +15 % en excluant l'arrêt de la concession de l'aéroport de Hong Kong.

+ 1%

+ 9%*

• RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT



+ 39%

LVMH
MOËT HENNESSY · LOUIS VUITTON

DISTRIBUTION SÉLECTIVE

FAITS MARQUANTS S1 2018

| SEPHORA

- Forte croissance des ventes et gains de parts de marché dans les régions clés
- Progression rapide des ventes en ligne et extension à toutes les régions
- Réouverture du magasin de la gare Saint Lazare à Paris, avec un concept innovant

| DFS

- Reprise significative des ventes à Hong Kong, à Macao et au Japon
- Succès des *Galleries* ouvertes récemment au Cambodge et à Venise
- Réouverture et bon démarrage de la *Galleria* de Sydney
- Rebond de la rentabilité

| LE BON MARCHÉ

- Poursuite du plan d'embellissement et animation du magasin
- Ajout de la catégorie Joaillerie à la plateforme digitale 24 Sèvres

DISTRIBUTION SÉLECTIVE

PERSPECTIVES 2018

| SEPHORA

- Innovation dans les produits et développement de services exclusifs
- Rénovation continue du réseau mondial de magasins
- Nouvelles ouvertures de Studios de proximité aux Etats-Unis
- Poursuite de l'intégration omnicanal et de la fidélisation

| DFS

- Rénovation en cours dans les magasins phares de Canton Road à Hong Kong et à l'aéroport international de San Francisco
- Développement des actions de relation clients et marketing digital

| LE BON MARCHÉ

- Ouverture d'un espace Enfant rénové
- Organisation d'une exposition consacrée à Los Angeles à la rentrée

CHIFFRES CLÉS
CONSOLIDÉS
S1 2018



LVMH
MOËT HENNESSY · LOUIS VUITTON

RÉSULTATS SEMESTRIELS 2018

26

VENTES S1 2018
PAR GROUPE D'ACTIVITÉS

En millions d'euros	S1 2017	S1 2018	Croissance publiée	Croissance organique*
VINS & SPIRITUEUX	2 294	2 271	- 1%	+ 7%
MODE & MAROQUINERIE	6 899	8 594	+ 25%	+ 15%
PARFUMS & COSMÉTIQUES	2 670	2 877	+ 8%	+ 16%
MONTRES & JOAILLERIE	1 838	1 978	+ 8%	+ 16%
DISTRIBUTION SÉLECTIVE	6 280	6 325	+ 1%	+ 9%**
AUTRES ET ÉLIMINATIONS	(267)	(295)	-	-
TOTAL LVMH	19 714	21 750	+ 10%	+ 12%

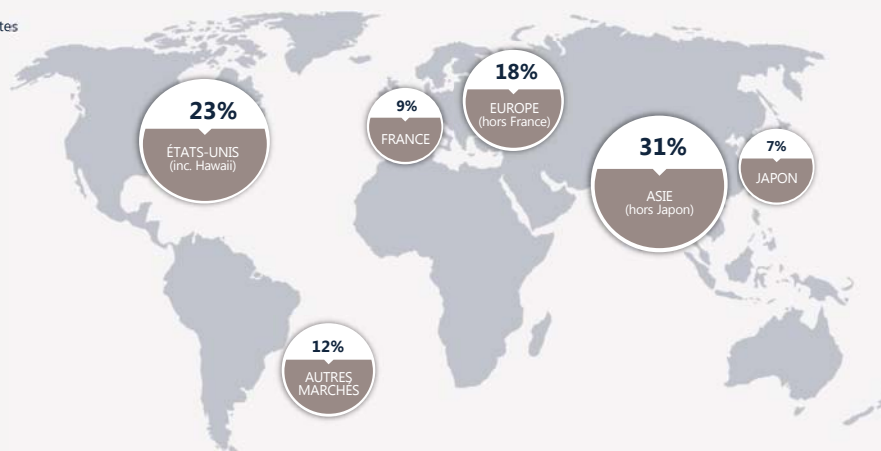
* À structure et taux de change comparables. L'effet de change pour le Groupe est de -8 % et l'effet de périmètre, de +6 %.
** +15 % en excluant l'arrêt de la concession de l'aéroport de Hong Kong.

VENTES S1 2018 PAR TRIMESTRE PAR GROUPE D'ACTIVITÉS

Croissance organique par rapport à la même période de 2017	T1 2018	T2 2018	S1 2018
VINS & SPIRITUEUX	+ 10%	+ 3%	+ 7%
MODE & MAROQUINERIE	+ 16%	+ 13%	+ 15%
PARFUMS & COSMÉTIQUES	+ 17%	+ 14%	+ 16%
MONTRES & JOAILLERIE	+ 20%	+ 12%	+ 16%
DISTRIBUTION SÉLECTIVE	+ 9%	+ 9%	+ 9%
TOTAL LVMH	+ 13%	+ 11%	+ 12%

RÉPARTITION DES VENTES S1 2018 PAR RÉGION

En % du total des ventes



ÉVOLUTION DES VENTES PAR RÉGION

Croissance organique par rapport à la même période de 2017	T1 2018	T2 2018	S1 2018
ÉTATS-UNIS*	+ 10%	+ 11%	+ 10%
JAPON	+ 18%	+ 16%	+ 17%
ASIE (HORS JAPON)	+ 21%	+ 15%	+ 18%
EUROPE	+ 6%	+ 4%	+ 5%

* Hors Hawaii.

COMPTE DE RÉSULTAT RÉSUMÉ

En millions d'euros	S1 2017*	S1 2018	Variation %
VENTES	19 714	21 750	+ 10%
MARGE BRUTE	12 833	14 620	+ 14%
Charges commerciales	(7 704)	(8 305)	+ 8%
Charges administratives	(1 488)	(1 679)	+ 13%
Part des MEE	(1)	12	
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT	3 640	4 648	+ 28%
Autres produits et charges opérationnels	(95)	(70)	
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL	3 545	4 578	+ 29%
Résultat financier	(19)	(22)	
Impôt sur les bénéfices	(1 185)	(1 264)	
RÉSULTAT NET AVANT PART DES MINORITAIRES	2 341	3 292	+ 41%
Part des minoritaires	(214)	(288)	
RÉSULTAT NET PART DU GROUPE	2 127	3 004	+ 41%

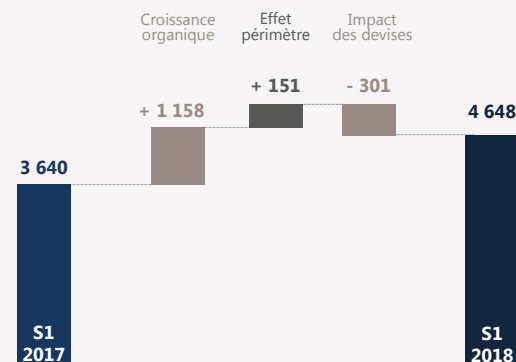
* Retraité des effets de l'application d'IFRS 9 Instruments financiers.

RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT PAR GROUPE D'ACTIVITÉS

En millions d'euros	S1 2017	S1 2018	Variation %
VINS & SPIRITUEUX	681	726	+ 7%
MODE & MAROQUINERIE	2 192	2 775	+ 27%
PARFUMS & COSMÉTIQUES	292	364	+ 25%
MONTRES & JOAILLERIE	234	342	+ 46%
DISTRIBUTION SÉLECTIVE	441	612	+ 39%
AUTRES ET ÉLIMINATIONS	(200)	(171)	Ns
TOTAL LVMH	3 640	4 648	+ 28%

HAUSSE DU RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT

En millions d'euros



ÉVOLUTION DU RÉSULTAT FINANCIER

En millions d'euros	S1 2017*	S1 2018	Variation (M€)
COÛT DE LA DETTE FINANCIÈRE NETTE	(62)	(56)	+ 6
PART INEFFICACE DES DÉRIVÉS DE CHANGE	(74)	(68)	+ 6
RÉSULTAT RELATIF AUX INVESTISSEMENTS, PLACEMENTS ET AUTRES INSTRUMENTS FINANCIERS, DIVIDENDES REÇUS	131	113	- 18
AUTRES, NETS	(14)	(11)	+ 3
RÉSULTAT FINANCIER	(19)	(22)	- 3

* Retraité des effets de l'application d'IFRS 9 Instruments financiers.

UNE STRUCTURE FINANCIÈRE SOLIDE

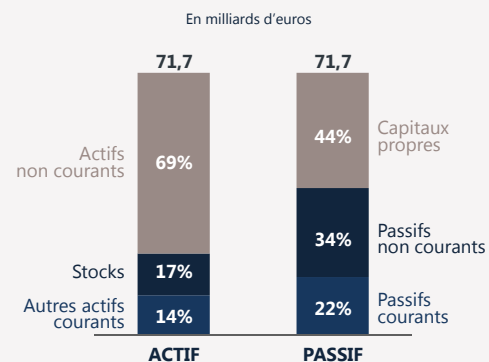
Evolution par rapport à fin 2017

| Progression des capitaux propres liée notamment à la hausse des résultats compensée en partie par l'évolution des écarts de réévaluation

| Légère hausse de la dette nette

| Hausse des actifs non courants en raison principalement de la revalorisation des engagements d'achat d'intérêts minoritaires

| Hausse du niveau des stocks résultant de la progression des activités du Groupe



30/06/2018

ANALYSE DE LA VARIATION DE TRÉSORERIE

En millions d'euros	S1 2017*	S1 2018	Variation (M€)
CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT GÉNÉRÉE PAR L'ACTIVITÉ	4 501	5 464	+ 963
Intérêts nets payés	(51)	(73)	- 22
Impôt payé	(1 068)	(907)	+ 161
CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT	3 382	4 484	+ 1 102
Variation du BFR	(1 130)	(1 323)	- 193
Investissements d'exploitation	(988)	(1 204)	- 216
CASH FLOW DISPONIBLE**	1 264	1 957	+ 693

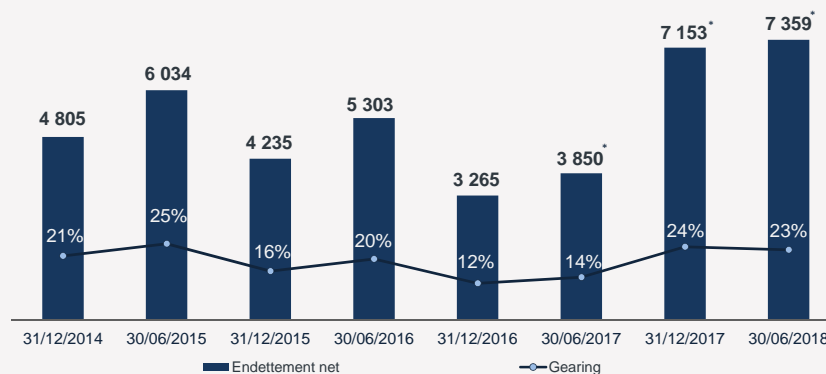
* Retraité des effets de l'application d'IFRS 9 Instruments financiers.

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

Acompte sur dividende de 2 euros par action mis en paiement le 6 décembre 2018.

ENDETTEMENT NET

En millions d'euros



* Retraité des effets de l'application d'IFRS 9 Instruments financiers.

CONCLUSION

LVMH
MOËT HENNESSY · LOUIS VUITTON



CONFIANCE PRUDENTE POUR LA DEUXIÈME PARTIE DE 2018

| Une demande mondiale dynamique mais des incertitudes monétaires et géopolitiques

| Poursuivre la dynamique créative de nos Maisons

| Accentuer la digitalisation de nos activités

| Privilégier l'esprit d'entreprise

- Agilité de notre organisation
- Engagement et implication des équipes

Objectif de LVMH

**RENFORCER SON AVANCE
SUR LE MARCHÉ MONDIAL DU LUXE**

RÉSULTATS
SEMESTRIELS

2018

24 JUILLET 2018

LVMH
MOËT HENNESSY · LOUIS VUITTON

