LVMH

LETTRE AUX ACTIONNAIRES
FÉVRIER 2020

RÉSULTATS 2019 RECORDS

M. Bernard Arnault, Président-Directeur Général de LVMH, a déclaré : « LVMH réalise une nouvelle année record tant au niveau des ventes que des résultats. La désirabilité de nos marques, la créativité et la qualité de nos produits, l'expérience unique offerte à nos clients, le talent et l'engagement de nos équipes sont autant d'atouts du Groupe qui ont à nouveau fait la différence. Au-delà des nombreux succès de nos Maisons, l'arrivée du groupe hôtelier d'exception Belmond, le rapprochement avec Stella McCartney et celui en cours avec la prestigieuse Maison de joaillerie Tiffany sont intervenus en 2019. LVMH est porté par une recherche permanente de perfection et de qualité, par une vision de long terme associées à un sens des responsabilités dans tous les actes de l'entreprise notamment dans son engagement pour la préservation de l'environnement, la durabilité et l'inclusion. Dans une économie porteuse mais incertaine, nous demeurerons vigilants et concentrés sur nos objectifs de progrès. Nous pouvons compter sur la puissance de nos marques et sur l'agilité de nos équipes pour renforcer encore en 2020 notre avance dans l'univers des produits de haute qualité. »

L'année 2019 a été marquée par :
- une nouvelle hausse à deux chiffres des ventes et du résultat opérationnel courant qui atteignent des niveaux records,
- une croissance soutenue dans toutes les zones géographiques,
- une bonne performance des Vins et Spiritueux, à laquelle participent toutes les régions,
- une croissance remarquable de Louis Vuitton et de Christian Dior,
- le succès des modèles iconiques et des nouveautés chez Louis Vuitton dont la rentabilité se maintient à un niveau exceptionnel,
- une grande vitalité des marques phares de Parfums et Cosmétiques,
- une excellente année pour Bvlgari et la poursuite de la croissance de Hublot,
- la croissance forte de Sephora,
- la bonne résistance de DFS, face, au deuxième semestre, à la situation de Hong Kong,
- l'accord avec la Maison iconique américaine de joaillerie Tiffany & Co,
- l'intégration du groupe hôtelier Belmond.

LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton, leader mondial des produits de luxe, réalise en 2019 des ventes de 53,7 milliards d'euros, en progression de 15 %. La croissance organique des ventes s'établit à 10 %. L'Europe et les États-Unis connaissent une bonne progression sur l'année tout comme l'Asie malgré un contexte difficile à Hong Kong sur la seconde partie de 2019.

Au quatrième trimestre, les ventes sont en hausse de 12 % par rapport à la même période de 2018. La croissance organique des ventes est de 8 % sur le trimestre. Retraitée des effets non récurrents de la hausse de la TVA au Japon et des mouvements de stock chez les distributeurs de cognac aux États-Unis, la croissance organique du Groupe est d'un niveau équivalent au troisième et au quatrième trimestre.

Le résultat opérationnel courant s'établit à 11,5 milliards d'euros en 2019, en hausse de 15 % par rapport à un niveau déjà élevé en 2018. La marge opérationnelle courante ressort à 21,4 %. Le résultat net part du Groupe s'élève à 7,2 milliards d'euros, en hausse de 13 %.

CONFIANCE PRUDENTE POUR 2020

Dans un contexte géopolitique incertain, LVMH dispose des meilleurs atouts pour poursuivre en 2020 sa dynamique de croissance pour l'ensemble de ses métiers. Le Groupe maintiendra une stratégie centrée sur le développement de ses marques, porté par une politique soutenue d'innovation et d'investissement ainsi que par une exigence permanente de qualité des produits et de leur distribution.

Fort de la grande réactivité de ses équipes, de leur esprit entrepreneurial et de la bonne répartition entre ses différents métiers et les zones géographiques où il opère, LVMH aborde l'année 2020 avec une confiance prudente et se fixe à nouveau comme objectif de renforcer son avance sur le marché mondial du luxe.

VENTES
53 670 M€ (1)
+10 % (2)

RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT
11 504 M€ (1)
+15 %

MARGE OPÉRATIONNELLE
21,4 %

RÉSULTAT NET PART DU GROUPE
7 171 M€ (1)
+13 %

CASH FLOW DISPONIBLE D'EXPLOITATION
6 167 M€ (1)
+13 %

RATIO DETTE FINANCIÈRE NETTE/ CAPITAUX PROPRES
16,2 % (1)

DIVIDENDE PAR ACTION
6,80 € (3)
+13 %

(1) Intégrant pour la première fois les effets de l'application d'IFRS 16 Contrats de location.
(2) À structure et taux de change comparables. En données publiées, la croissance des ventes est de 15 %, incluant un effet de change de +3 % et un effet de périmètre de +1 % (intégration de Belmond depuis avril 2019).
(3) Proposé à l'Assemblée Générale du 16 avril 2020.

VINS ET SPIRITUEUX

EXCELLENTE DYNAMIQUE GLOBALE

Dom Pérignon

L'activité Vins et Spiritueux réalise une croissance organique de 6 % de ses ventes. Le résultat opérationnel courant s'établit en hausse de 6 %.

Le groupe d'activités poursuit sa stratégie de valeur en s'appuyant sur une forte politique d'innovation tout en accentuant son engagement environnemental et sociétal. Les différentes régions contribuent de façon équilibrée à sa croissance. L'activité Champagne est soutenue par la progression plus rapide des cuvées de prestige et par la politique de hausse de prix. Le cognac Hennessy, qui enregistre une bonne croissance, devient la première marque mondiale de spiritueux premium. Le marché américain voit une normalisation du niveau de stocks chez les distributeurs en fin d'année tandis que la Chine poursuit une progression rapide liée notamment au calendrier du Nouvel An chinois. Les acquisitions en 2019 de Château du Galoupet et de Château d'Esclans marquent l'entrée de LVMH dans le marché porteur des vins rosés de grande qualité.

VENTES
5 576 M€
+6 % (1)

RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT
1 729 M€
+6 %

MARGE OPÉRATIONNELLE
31,0 %

(1) À structure et taux de change comparables. En données publiées, la croissance des ventes est de 8 %.

MODE ET MAROQUINERIE

PERFORMANCES REMARQUABLES DE LOUIS VUITTON ET DE CHRISTIAN DIOR

Louis Vuitton

Le groupe d'activités Mode et Maroquinerie réalise une croissance organique de 17 % de ses ventes en 2019. Le résultat opérationnel courant est en hausse de 24 %.

Louis Vuitton continue de réaliser une performance exceptionnelle à laquelle contribuent tous les métiers et toutes les clientèles. Lignes iconiques et nouvelles créations concourent de manière équilibrée à la croissance des ventes. Tandis que l'exposition « Louis Vuitton X » à Los Angeles retraçait avec succès les nombreuses collaborations artistiques de la Maison, un partenariat inédit dans l'e-sport est signé pour le Championnat du monde de League of Legends. La transformation qualitative du réseau de distribution se poursuit avec notamment l'inauguration de la Maison Louis Vuitton de Séoul, pour laquelle Frank Gehry a imaginé un fantastique vaisseau de verre. Christian Dior accomplit une année remarquable. Preuve du rayonnement unique de la Maison, l'exposition qui lui est consacrée au Victoria and Albert Museum de Londres a connu un record d'affluence avec près de 600 000 visiteurs. Très bien accueillie par la clientèle, une boutique d'exception sur les Champs-Élysées à Paris prend le relais de l'adresse historique du 30 avenue Montaigne pendant sa transformation. Pour Fendi, l'année 2019 est marquée par le dernier défilé hommage de Karl Lagerfeld après une collaboration de 54 années. Celine déploie progressivement son concept de boutiques et lance sa première collection de Haute Parfumerie. Loewe réalise, sous l'impulsion de son créateur JW Anderson, une forte croissance. Loro Piana, Rimowa et Berluti connaissent de bonnes progressions.

VENTES
22 237 M€
+17 % (1)

RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT
7 344 M€
+24 %

MARGE OPÉRATIONNELLE
33,0 %

(1) À structure et taux de change comparables. En données publiées, la croissance des ventes est de 20 %.

PARFUMS ET COSMÉTIQUES

EXCELLENTE PROGRESSION DES MARQUES PHARES ET AVANCÉES RAPIDES EN ASIE

Guerlain

L'activité Parfums et Cosmétiques réalise une croissance organique de 9 % de ses ventes, portée par la dynamique remarquable des grandes marques Dior, Guerlain, Givenchy notamment. Le résultat opérationnel courant est en hausse de 1 % après prise en compte d'une dépréciation exceptionnelle de lignes de produits de certaines jeunes marques américaines. Les avancées sont en soin, soutenues notamment par la demande en Asie.

Christian Dior poursuit un rythme de progression nettement supérieur à celui du marché. Au-delà de la vitalité de ses parfums iconiques *J'adore*, *Miss Dior* et *Sauvage*, le maquillage et le soin sont d'importants contributeurs à l'excellente performance de la Maison. Guerlain accélère sa croissance et connaît en particulier une belle dynamique avec le succès d'*Abeille Royale* en soin et de *Rouge G* en maquillage. Parfums Givenchy réalise une nouvelle année de forte progression grâce à son maquillage et sa fragrance *L'Interdit*. Fresh, Fenty Beauty by Rihanna et Acqua di Parma sont en augmentation rapide.

VENTES

6 835 M€

+9 % [1]

RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT

683 M€

+1 %

MARGE OPÉRATIONNELLE

10,0 %

(1) À structure et taux de change comparables. En données publiées, la croissance des ventes est de 12 %.

MONTRES ET JOAILLERIE

FORTE CROISSANCE DE BVLGARI ET POURSUITE DU REPOSITIONNEMENT DE TAG HEUER

Bvlgari

L'activité Montres et Joaillerie enregistre une croissance organique de 3 % de ses ventes. Le résultat opérationnel courant est en hausse de 5 %.

L'accord avec Tiffany & Co constitue un temps fort stratégique. Bvlgari poursuit son très beau parcours et continue d'accroître fortement ses parts de marché. La Haute Joaillerie et les lignes emblématiques *Serpenti*, *B.zero1* et *Diva's Dream* s'enrichissent de nombreuses nouveautés et la collection *Fiorever*, lancée fin 2018, combinant fleur et diamant, contribue significativement à la croissance. En horlogerie, la montre *Serpenti Seduttori* reçoit un excellent accueil. La croissance de Chaumet est portée par le succès des collections iconiques. La Maison inaugurera, début 2020, son site emblématique de la place Vendôme totalement rénové. Dans un secteur horloger dont la distribution est en forte évolution, TAG Heuer poursuit, en parallèle de son renouveau créatif, le travail engagé avec ses partenaires pour une présence toujours plus sélective en boutique et une meilleure efficacité commerciale. Hublot enregistre une forte croissance, nourrie par les lignes *Classic Fusion*, *Big Bang* et *Spirit of Big Bang*. Le premier salon des Maisons horlogères de LVMH, à l'hôtel Bvlgari de Dubaï, a rencontré un grand succès.

VENTES
4 405 M€
+3 % (1)

RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT
736 M€
+5 %

MARGE OPÉRATIONNELLE
16,7 %

(1) À structure et taux de change comparables. En données publiées, la croissance des ventes est de 7 %.

DISTRIBUTION SÉLECTIVE

FORTE CROISSANCE DE SEPHORA ET BONNE RÉSISTANCE DE DFS

Sephora

L'activité Distribution sélective réalise une croissance organique de 5 % de ses ventes. Le résultat opérationnel courant est en hausse de 1 %.

Sephora enregistre une forte croissance et continue de gagner des parts de marché. La progression est particulièrement soutenue en Asie et au Moyen-Orient. Les ventes en ligne connaissent pour leur part des avancées rapides au plan mondial. Son réseau de distribution poursuit son expansion avec plus d'une centaine de nouvelles boutiques et la rénovation des boutiques phares de Dubaï Mall, Times Square à New York et La Défense à Paris. Le Bon Marché cultive toujours l'exclusivité de son offre et inaugure en 2019 ses « salons particuliers » pour un service de shopping personnalisé. La plate-forme digitale 24S se développe auprès d'une clientèle de plus en plus internationale. DFS fait face au deuxième semestre 2019 à un ralentissement du tourisme à Hong Kong, qui constitue un marché important. En Europe, les performances restent très bonnes dans la *Galleria* de Venise tandis que se prépare l'ouverture prochaine de sa nouvelle implantation à La Samaritaine à Paris.

VENTES
14 791 M€
+5 % (1)

RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT
1 395 M€
+1 %

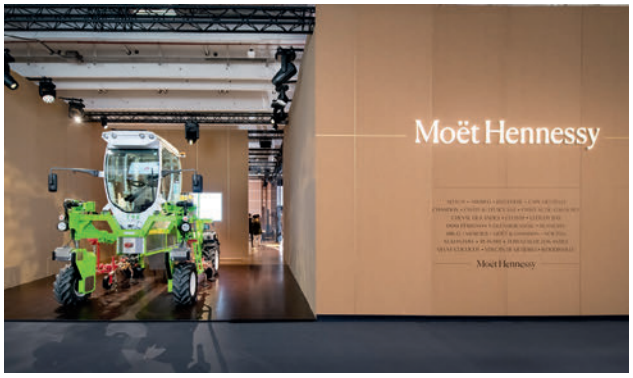
MARGE OPÉRATIONNELLE
9,4 %

(1) À structure et taux de change comparables. En données publiées, la croissance des ventes est de 8 %.

FOCUS

MOËT HENNESSY DÉVOILE SES ENGAGEMENTS EN FAVEUR DES SOLS VIVANTS À L'OCCASION DE LA PREMIÈRE ÉDITION PARISIENNE DU SALON VINEXPO

Moët Hennessy, division Vins et Spiritueux du groupe LVMH, plaçait la première édition parisienne du salon Vinexpo, qui se tenait du 10 au 12 février 2020, sous le signe des sols vivants et de la viticulture durable. Convaincu que la mutualisation des savoir-faire et des connaissances est le meilleur moyen de relever ce défi, Moët Hennessy a organisé un forum à Vinexpo en conviant des experts internationaux à partager leurs réflexions autour des sols vivants au cœur d'une agora éco-conçue. L'événement a été le théâtre d'une série de débats et d'échanges suivis de questions-réponses avec le public, afin de comprendre et d'envisager comment transmettre des terroirs préservés et plus sains aux prochaines générations.



À l'occasion de l'ouverture de son forum sur les Sols Vivants, Philippe Schaus, Président de Moët Hennessy, a déclaré : « Le développement durable est, pour nous, une forme d'humanisme, un humanisme bienveillant, rationnel et moderne. À travers son engagement pour les "Sols Vivants", Moët Hennessy a pour objectif de fédérer ses communautés à travers le monde et de développer un programme global de responsabilité sociale ».

Adaptation au changement climatique, biodiversité, préservation de nos terroirs, de l'eau et de l'énergie, ainsi que la durabilité des supply chains sont des facteurs qui contribuent à la protection des « Sols Vivants ».

Plusieurs engagements ont été annoncés par Moët Hennessy :

- fin 2020, tous les vignobles de Moët Hennessy en Champagne seront sans herbicide et un accompagnement et un soutien des viticulteurs partenaires volontaires sont mis en place ;
- Moët Hennessy investit 20 millions d'euros en 2020 dans un centre de recherche en Champagne, dédié à la recherche scientifique en faveur de la viticulture durable ;
- une Université des Sols Vivants est créée pour encourager le partage des connaissances et des meilleures pratiques. Elle enrichira les débats sur les innovations qui contribueront à construire un futur plus durable pour les vins et spiritueux.

La vision de Moët Hennessy vise à partager toutes les solutions qui feront avancer la viticulture dans son ensemble. Celle-ci est d'ailleurs en ligne avec les attentes des générations futures, qui ont pu participer aux débats durant ce forum.

Enfin, Moët Hennessy a également rappelé les actions déjà menées depuis plusieurs années par ses Maisons : formation des vignerons et des agriculteurs aux nouvelles technologies, soutien de projets scientifiques et universitaires ou encore investissements pour l'acquisition d'équipements respectueux de l'environnement. Ainsi des startups collaborant avec les Maisons de Moët Hennessy étaient présentes sur son espace, ainsi que des innovations et solutions durables dédiées à la viticulture à l'image de Ted, un robot autonome de désherbage des vignes utilisé par Hennessy.

LVMH RÉAFFIRME SON ENGAGEMENT POUR LA PROMOTION DE L'ÉGALITÉ DES CHANCES À L'OCCASION DE LA 5E ÉDITION DU VILLAGE DE L'INSTITUT DES MÉTIERS D'EXCELLENCE

La cinquième édition du Village de l'Institut des Métiers d'Excellence LVMH (IME) s'est tenue le 4 février 2020 à Clichy-sous-Bois. L'occasion pour plus de 1 000 collégiens et lycéens de Seine-Saint-Denis et leurs professeurs de découvrir les formations en apprentissage et les métiers accessibles grâce à l'IME LVMH, ainsi que les écoles et universités partenaires.

Depuis 2014, l'Institut des Métiers d'Excellence LVMH favorise la transmission des savoir-faire chers aux Maisons du Groupe, de l'artisanat à la création en passant par la vente, auprès des jeunes générations et des personnes en reconversion. Ainsi, l'IME LVMH permet de former les professionnels de l'industrie du luxe de demain grâce à l'apprentissage dans les Maisons du Groupe en partenariat avec des écoles reconnues dans leurs domaines respectifs.

La diversité des métiers de LVMH, tels que la couture, la joaillerie ou encore la vigne, était représentée au Village de l'IME LVMH à Clichy-sous-Bois. Sur chaque stand-école, les visiteurs ont pu assister à des démonstrations de gestes spécifiques à la maroquinerie, à la bijouterie ou encore à la couture et ainsi découvrir concrètement les formations proposées par les 21 écoles-partenaires de l'IME LVMH.
Au sein de l'IME LVMH, cet événement est essentiel car il « lance le début de la campagne annuelle de recrutement de l'IME en France », déclare Chantal Gaemperle, Directeur Ressources Humaines et Synergies de LVMH.
De plus, l'ambition du projet va bien au-delà du recrutement de talents : « Par son dispositif, l'IME illustre la politique d'engagement des Ressources Humaines du groupe LVMH en faveur de l'emploi des jeunes, la diversité, l'inclusion et la transmission de savoir-faire uniques à notre secteur », ajoute-t-elle.

Lors de cette cinquième édition du Village, l'IME LVMH a accueilli une nouvelle école-partenaire, CPRO Stephenson, dans le cadre du programme « Excellence Retail » lancé en collaboration avec Le Bon Marché et La Grande Épicerie.

L'Institut des Métiers d'Excellence LVMH en quelques chiffres :

- 4 pays : France (2014), Suisse (2016), Italie (2017), Espagne (2019) ;
- 800 apprentis formés depuis 2014 – 500 alumni et 300 apprentis de la promotion 2019 ;
- 21 métiers ;
- 35 Maisons-partenaires, dans cinq secteurs d'activité de LVMH ;
- 21 écoles-partenaires ;
- 28 formations dont 26 en alternance, du CAP au Master 2, dans les métiers de l'artisanat, de la création et de la vente ;
- 61 % de taux de placement en 2019 chez LVMH ou chez l'un de ses partenaires externes.

LVMH EST PARTENAIRE DU FILM WOMAN CO-RÉALISÉ PAR ANASTASIA MIKOVA ET YANN ARTHUS-BERTRAND

LVMH est partenaire majeur du film WOMAN, co-réalisé par Anastasia Mikova et Yann Arthus-Bertrand, qui sort au cinéma dans 30 pays à l'occasion de la Journée Internationale des Femmes (8 mars). L'ensemble des recettes du film sera redistribué à l'association WOMAN(s) (Women On Media And News – School) dont la principale mission sera de former des femmes et jeunes filles du monde entier aux métiers des médias.

À travers des milliers de témoignages, le film WOMAN met en lumière le quotidien des femmes aux quatre coins du globe. Par-delà la diversité des profils interviewés, les voix se font écho pour raconter une histoire universelle. Toutes sont confrontées aux mêmes événements de vie, heureux ou malheureux, et expriment ce qu'elles ressentent sur des sujets aussi intimes que la féminité, la maternité ou leur place dans la société avec sincérité, sensibilité et bienveillance. Bien décidées à prendre leur destin en main malgré les épreuves qu'elles doivent parfois surmonter seules, toutes font preuve d'un courage et d'une volonté pour construire un monde meilleur, plus juste.

Quoi de plus naturel pour LVMH que de soutenir et de prêter une oreille attentive aux femmes quand celles-ci composent 73 % de son effectif et représentent une grande majorité de sa clientèle ? Convaincu que la place des femmes dans la société dépend aussi de la reconnaissance qui leur est manifestée dans le travail, le Groupe s'engage chaque jour à leur offrir un environnement professionnel épanouissant et stimulant.

Des collaboratrices de LVMH ont pu prendre part à l'aventure WOMAN. Ainsi, après appel à témoignages, plusieurs d'entre elles ont souhaité partager leur expérience et ont eu l'opportunité d'évoquer, face caméra, leurs espoirs, leurs combats, leurs rêves. Une autre opération a également été menée avec l'équipe de tournage de WOMAN qui a filmé 80 collaboratrices du Groupe dans un studio spécialement installé à son siège, à Paris. Elles ont laissé parler leur regard – et uniquement celui-ci – pour exprimer leurs émotions.

LVMH EN BOURSE

ÉVOLUTION DE L'ACTION LVMH

Sur la lancée d'un très bon premier semestre, les marchés actions ont continué leur progression durant la seconde moitié de l'année, le CAC 40 signant au passage sa plus forte hausse annuelle depuis 20 ans. La reprise du « quantitative easing » par la BCE d'une part, et la baisse des taux américains à trois reprises d'autre part, ont notamment soutenu cet environnement haussier.

Cette performance s'inscrit dans un contexte qui reste fragile, marqué notamment par les négociations commerciales entre les États-Unis et la Chine qui sont restées au centre de l'attention des investisseurs tout au long de l'année. Le dernier trimestre se termine toutefois sur une note plus positive avec un accord sur la première phase qui, sans mettre un terme aux tensions, laisse espérer un certain apaisement des relations commerciales entre les deux pays.

Dans ce contexte, les indices CAC 40 et Eurostoxx 50 terminent l'année 2019 en hausse de 26,4 % et 24,8 % respectivement. L'action LVMH clôture quant à elle en hausse de 60 % à 414,20 €, après avoir atteint un nouveau plus haut en fin d'année. La capitalisation boursière de LVMH s'élevait au 31 décembre à 208 milliards d'euros, ce qui place LVMH au 1er rang de la place de Paris.

LVMH est inclus dans les principaux indices français et européens utilisés par les gestionnaires de fonds : CAC 40, DJ-Euro Stoxx 50, MSCI Europe, FTSE Eurotop 100 ainsi que dans le Global Dow et le FTSE4Good, un des principaux indices d'investissement socialement responsable.

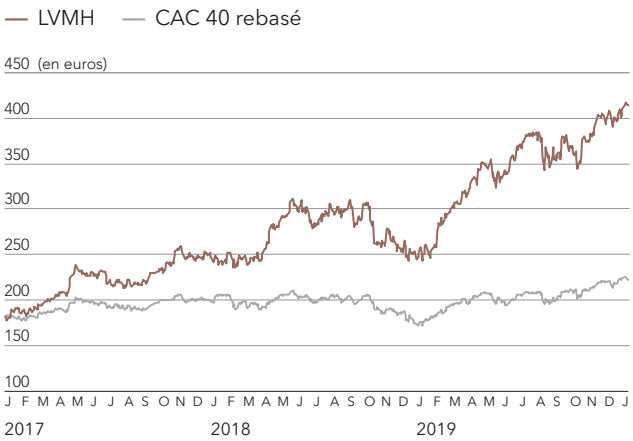
RENDEMENT POUR L'ACTIONNAIRE

Un actionnaire de LVMH qui aurait investi 1 000 euros le 1er janvier 2015 se retrouverait au 31 décembre 2019, sur la base d'un réinvestissement en actions des dividendes perçus, en possession d'un capital de 3 335 euros. En cinq ans, son investissement lui aurait ainsi offert un gain de 233 %, soit un rendement annuel moyen d'environ 27,2 %.

DIVIDENDE EN HAUSSE DE 13 %

Lors de l'Assemblée Générale du 16 avril 2020, LVMH proposera un dividende de 6,80 euros par action, en hausse de 13 %. Un acompte sur dividende de 2,20 euros par action a été distribué le 10 décembre dernier. Le solde de 4,60 euros sera mis en paiement le 23 avril 2020.

Évolution comparée du cours de l'action LVMH et du CAC 40 depuis le 2 janvier 2017



Données boursières LVMH

(en euros)	2017	2018	2019
Cours le plus haut (en séance)	260,55	313,70	**419,50**
Cours le plus bas (en séance)	175,80	232,50	**243,65**
Dernier cours de l'année	245,40	258,20	**414,20**
Évolution sur l'année	35 %	5 %	**60 %**
Évolution du CAC 40	9 %	-11 %	**26 %**
Capitalisation boursière au 31/12 *(en milliards)*	124,0	130,0	**208,0**

RELATIONS ACTIONNAIRES

LE CLUB DES ACTIONNAIRES

Dédié à ses actionnaires individuels qui témoignent d'un intérêt tout particulier pour la vie du Groupe, le Club des Actionnaires LVMH, créé en 1994, permet à ses adhérents de mieux connaître le Groupe, ses métiers et ses marques.

Une information régulière sur nos Maisons

Pour tenir informés les membres du Club de l'actualité de nos Maisons, le Club adresse, par courrier ou par e-mail selon leur préférence, plusieurs publications, dont les deux numéros annuels de la Lettre aux Actionnaires et le magazine annuel Apartés. Le Rapport Annuel est adressé à ceux qui le souhaitent par le biais d'un formulaire en ligne.

Des visites de lieux d'exception

Des chais séculaires de la Maison Hennessy aux magnifiques crayères de Veuve Clicquot , le Club des Actionnaires LVMH propose à ses membres des visites d'exception de caves et chais en bénéficiant d'un accueil privilégié. À cela s'ajoute la découverte de nos Maisons dans des lieux uniques tels que les ateliers Louis Vuitton à Asnières.

Une offre exclusive de produits du Groupe

Les membres du Club peuvent bénéficier de tarifs préférentiels sur une offre exclusive de Vins et Spiritueux du Groupe ainsi que sur des abonnements aux titres *Les Echos*, *Investir* et *Connaissance des Arts*. Des billets coupe-file peuvent également être commandés pour la Fondation Louis Vuitton.

Un espace en ligne dédié au club

Le programme de visites, l'offre exclusive de Vins et Spiritueux, les abonnements aux titres de presse du Groupe et les billets pour la Fondation Louis Vuitton sont accessibles via le site du Club, www.clublvmh-actionnaires.fr. L'accès à cet espace privé, dédié aux membres du Club des Actionnaires, est possible après avoir activé son compte.

LE SITE INTERNET

Le site Internet **www.lvmh.fr** offre un accès rapide à une large palette d'informations régulièrement mises à jour sur le Groupe et ses Maisons. Une section est spécialement destinée à la communauté financière et aux actionnaires de LVMH. Parmi les rubriques proposées, on trouve le cours de l'action en direct et la comparaison de son évolution avec celle du CAC 40, l'agenda des rendez-vous, les communiqués de presse et les présentations, notamment celle de l'Assemblée Générale retransmise en direct et en différé.

Un ensemble de supports de communication est consultable dans la rubrique Publications comme le Rapport annuel et le Rapport Environnement. LVMH propose par ailleurs aux internautes de recevoir les actualités du Groupe par e-mail en s'inscrivant aux alertes Communiqués. Une alerte Actionnaires est également proposée pour être informé de la mise en ligne de la Lettre aux Actionnaires. Enfin, une alerte Agenda est disponible pour être informé de la mise à jour de cette rubrique et recevoir la veille de l'évènement un e-mail de rappel.

CONTACTS

Relations investisseurs et actionnaires individuels

Tél. : 01 44 13 27 27

Club des Actionnaires

Tél. : 01 44 13 21 50
E-mail : clubactionnaires@lvmh.fr

Photographies : Christian Dior Parfums – Dom Pérignon – Louis Vuitton Malletier, Angelo Pennetta – Guerlain, Alain Costa – Bvlgari – Sephora – Moët Hennessy, Gabriel de la Chapelle – Photothèques LVMH et Maisons du Groupe.

Version e-accessible : Ipedis.
Création et réalisation : Agence Marc Praquin.

AGENDA

Mardi 28 janvier 2020
Publication des résultats
annuels 2019

Avril 2020
Publication des ventes
du 1er trimestre 2020

Jeudi 16 avril 2020
Assemblée Générale 2020

Jeudi 23 avril 2020
Versement du solde
du dividende de l'exercice 2019
(dernier jour de négociation
dividende attaché : 20 avril 2020)

Juillet 2020
Publication des résultats
semestriels 2020

Octobre 2020
Publication des ventes
du 3e trimestre 2020

LVMH

22 avenue Montaigne
75008 Paris
France

www.lvmh.fr

Parfums Christian Dior