



LVMH

Résultats annuels
2023

25 janvier 2024

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 d'enregistrement universel 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.



01

Bernard
Arnault

2023 : Nouvelle année record pour LVMH

86,2 Mds€
VENTES 2023
+9 %

22,8 Mds€
RESULTAT OPERATONNEL
COURANT 2023
+8 %

Une nouvelle année record dans un contexte géopolitique et économique incertain

Une baisse des devises, particulièrement forte au second semestre

Une croissance organique soutenue des ventes de toutes les activités à l'exception des Vins et Spiritueux

Une croissance organique à deux chiffres en Europe, au Japon et sur le reste de l'Asie



Une forte progression de l'activité Mode et Maroquinerie

Croissance du Champagne grâce à sa stratégie de valeur ; Hennessy marqué par une demande faible aux Etats-Unis et une reprise contrastée en Chine

Une forte dynamique créative pour toutes nos Maisons de Montres et Joaillerie, en particulier Tiffany, Bulgari et TAG Heuer



Excellente dynamique en parfum et maquillage ; poursuite d'une stratégie de distribution très sélective

Une performance exceptionnelle de Sephora, qui confirme sa place de leader dans la distribution des produits de beauté

DFS en progression grâce à la reprise des voyages internationaux



De nouvelles avancées dans nos engagements

Une capacité à mener des combats essentiels

Respecter la dignité et la singularité de chacun

46 %

de femmes à des postes clés du Groupe
(vs. 23% en 2007)
(Objectif d'atteindre 50% d'ici à 2025)

+25 %

de personnes en situation de handicap
dans les effectifs du Groupe

Accompagner nos collaborateurs en agissant pour leur sécurité et leur bien-être

100 %

des collaborateurs couverts par le LVMH Heart Fund

100 %

des Maisons ont signé la charte "Santé & Sécurité" de LVMH -
Baisse de 8 % du taux de fréquence des accidents

Transmettre les savoir-faire du patrimoine de l'humanité

> 2 700

apprentis formés par l'Institut des Métiers d'Excellence dans 7 pays
(France, Suisse, Italie, Espagne, Japon, Allemagne et États-Unis),
depuis sa création en 2014

S'engager pour une société meilleure

> 65 000

collaborateurs du Groupe engagés,
à travers plus de 950 partenariats
avec des associations et des
fondations agissant pour l'intérêt
général

Placer l'environnement au cœur de la créativité

Circularité créative

43 %

de matières premières recyclées
dans les emballages
(Objectif LIFE 360 d'ici 2030 : 70%)

Traçabilité

100 % 75 % 96 % 99,6 %

Vignobles français Coton Cuir Diamants

Matières premières certifiées
(Objectif LIFE 360 d'ici 2026 : 100%)

Biodiversité

3,1 millions

d'hectares d'habitat
de faune et de flore préservés
(Objectif LIFE 360 d'ici 2030 : 5M d'hectares)

Climat

63 %

d'énergie renouvelable et bas carbone
dans le mix énergétique (+16 pts)
(Objectif LIFE 360 d'ici 2026 : 100%)

-28 %

Réduction d'émissions de CO₂ liées aux
consommations énergétiques
(Scopes 1 et 2 ; base 2019)
(Objectif LIFE 360 d'ici 2026 : - 50%)

Données au 31/12/2023

A fashion show runway scene featuring several models walking towards the camera. The models are wearing various styles of clothing, including suits, jackets, and dresses, some with distinctive patterns like camouflage and checkerboard. The runway is illuminated by bright spotlights, creating a dramatic atmosphere. A semi-transparent text box is overlaid on the center of the image.

02

Revue
des groupes
d'activités

Vins & Spiritueux – Des tendances contrastées sur les marchés après une année 2022 exceptionnelle



Champagne & Vins

Croissance portée par la stratégie de valeur

- Progression en Europe et au Japon
- Politique ferme de hausse de prix
- Second chapitre du partenariat de Dom Pérignon avec Lady Gaga
- Nouvelle cuvée Ruinart *Blanc Singulier*, assemblage inédit reflétant les variations du climat et la singularité des vins d'une année
- Poursuite du développement international de Château d'Esclans, acquisition de Château Minuty, l'un des leaders mondiaux du rosé de Provence



Cognac & Spiritueux

Année de transition aux Etats-Unis et en Chine

- Hennessy impacté aux Etats-Unis par la normalisation de la demande post-Covid
- Reprise contrastée en Chine, effet du Covid en début d'année sur les célébrations du Nouvel an chinois
- Bonne performance dans le Travel retail
- Poursuite de l'optimisation du niveau de stocks
- Déploiement du partenariat Hennessy x NBA sur l'ensemble des marchés
- Décarbonation de la distillerie de cognac à travers le recours aux énergies renouvelables
- Innovation continue pour les Maisons de spiritueux ; certification « agriculture biologique » obtenue pour la vodka Belvedere

Mode & Maroquinerie – Désirabilité de nos maisons au sommet, en particulier Louis Vuitton, Christian Dior, Celine, Loewe, Loro Piana et Fendi



Louis Vuitton Nouvelle année record

- Très grand succès des collections Femme créées par Nicolas Ghesquière
- Accueil enthousiaste du premier défilé Homme de Pharrell Williams au Pont Neuf
- Innovation soutenue dans les collections emblématiques et historiques de maroquinerie
- Succès mondial de la nouvelle montre *Tambour* au mouvement automatique exclusif
- Gros impact des collections de haute joaillerie
- Très forte croissance des parfums Louis Vuitton
- Soutien de l'association People For Wildlife pour la préservation de la biodiversité



Christian Dior Croissance remarquable de toutes les lignes de produits

- Succès mondial pour les collections imaginées par Maria Grazia Chiuri et Kim Jones
- Fort développement de la maroquinerie et des souliers
- Nouvelle collection de joaillerie *Les Jardins de la Couture*, créée par Victoire de Castellane ; les collections de haute joaillerie de Victoire rencontrent un succès mondial
- Animation féérique chez Saks à New York avec « Dior Carrousel des Rêves »



Celine

La réussite de Celine est portée par la vision créative d'Hedi Slimane ; grand succès des lignes de maroquinerie, du prêt-à-porter et des accessoires



Loewe

Créativité audacieuse de Jonathan Anderson ; développement des collections des vêtements et d'accessoires ; ouverture de nouvelles *Casa Loewe*



Fendi

Ouverture des premiers Palazzos à Séoul et à Tokyo ; exposition « Hand in Hand » autour du savoir-faire et de l'artisanat

Loro Piana

Excellente dynamique de la maroquinerie et des vêtements de très haute qualité

Marc Jacobs

Progression soutenue de sa ligne phare *Tote Bag* ; avancées rapides aux Etats-Unis et en Europe

Rimowa

Croissance rapide dans un contexte de reprise des voyages ; nouveaux modèles de valises qui rencontrent un grand succès

Berluti

Lancement du soulier *Lorenzo Drive* et de la toile *Marbeuf*

Pucci

Bon accueil du premier défilé à Florence

Parfums & Cosmétiques – Performance solide dans toutes les régions ; excellente dynamique du parfum et du maquillage



Parfums Christian Dior

Progression remarquable sur une base de comparaison pourtant élevée

- Succès continu des lignes emblématiques : *Sauvage*, *J'adore* et *Miss Dior*
- Développement de la *Collection Privée Christian Dior* : nouvelle fragrance *Dioriviera*
- Innovations en maquillage : *Dior Addict Lip Maximizer*, *Forever Skin Correct* et le mascara *Iconic Overcurl*
- Progression rapide du soin *Prestige*
- Essor de nouvelles expériences *Dior Spa*
- Engagement aux côtés du WWF, première organisation mondiale de protection de la nature



Guerlain Forte progression des *Aqua Allegoria* et de la collection de parfumerie haut de gamme *L'Art et La Matière* (nouvelle fragrance *Jasmin Bonheur*) ; succès du nouveau fond de teint *Terracotta Le Teint* ; nouvelles crèmes jour et nuit pour la ligne *Abeille Royale*

Parfums Givenchy Succès continu de *L'Interdit* et nouvelles déclinaisons *Gentleman Society* et *Irresistible Rose Velvet*

Benefit Extension de la ligne *The Porefessional* ; nouveau mascara volumateur *Fan Fest*

Fresh Lancement de *Black Tea Age Renewal Cream* et développement de la ligne *Crème Ancienne*



Maison Francis Kurkdjian

Lancement très réussi de l'eau de parfum *Aqua Media* ; succès continu de *Baccarat Rouge 540* ; « Jardin du Parfumeur » au Château de Versailles.

Acqua di Parma

Nouvelle fragrance *Zafferano* aux notes de safran et d'agrumes

Fenty Beauty

Grand succès du nouveau mascara volumateur *Hella Thicc*

Officine Universelle Buly

Nouveaux parfums aux senteurs du potager ; premier café Buly à Kobe (Japon)



Montres & Joaillerie – Avancées rapides en joaillerie et innovation continue en horlogerie



Tiffany & Co.

Poursuite de la sophistication des collections de joaillerie et de haute joaillerie

- Transformation spectaculaire de la maison iconique de New York, « The Landmark » ; nouveau concept déployé à Tokyo sur Omotesando
- Première collection de Haute Joaillerie *Out of the Blue* créée par Nathalie Verdeille, nouvelle Directrice Artistique
- Forte dynamique de la ligne *HardWear*
- Déploiement mondial de la collection *Lock*



Bvlgari

Forte dynamique

- Succès de la nouvelle collection joaillière et horlogère *Mediterranea*
- Célébration des 75 ans de l'icône *Serpenti*
- Très bon démarrage de la nouvelle collection joaillière *Cabochon*
- Forte croissance des montres féminines, notamment dans le haut de gamme
- Renouvellement de son engagement avec Save the Children



TAG Heuer

Célébration des 60 ans de la collection *Carrera* ; nouvelle boutique sur la 5ème avenue à New York

Hublot

Collaboration avec Takashi Murakami pour une collection de 13 NFT permettant d'acquérir 13 montres uniques

Chaumet

Nouvelle collection de Haute Joaillerie *Les Jardins de Chaumet* ; 1ère édition du prix Chaumet Écho Culture Awards

Fred

Nouvelle exposition à Séoul *Fred, Joaillier créateur depuis 1936*

Zenith

Extension de la collection *Defy* et développement de la ligne historique *Pilot*



Distribution sélective - Performance exceptionnelle de Sephora ; progression de DFS grâce à la reprise des voyages internationaux



Sephora

Nouvelle année record en ventes et résultats

- Performance exceptionnelle en Amérique du Nord, en Europe et au Moyen Orient
- Poursuite de gains de parts de marché
- Rénovation de la boutique phare des Champs-Élysées à Paris
- Succès de la collaboration avec Kohl's aux Etats-Unis et des 2 premières boutiques au Royaume-Uni
- Succès des événements Sephoria à New York, Paris et Shanghai
- Engagement fort en matière de diversité et inclusion



DFS

Reprise avec la réouverture des frontières

- Ventes en progression mais encore en-dessous du niveau de 2019
- Retour des voyageurs dans les destinations phares de Hong Kong et Macao, plus progressif ailleurs
- Réouverture de la Galleria de Waikiki à Hawaii
- Première implantation en Chine continentale avec la nouvelle concession à l'aéroport de Chongqing Jiangbei
- Annonce du projet d'ouverture à l'horizon 2026 d'une Galleria à Sanya sur l'île d'Hainan



Le Bon Marché

Dynamique solide

- Croissance des clientèles locales et touristiques
- Nombreuses animations culturelles : exposition *Sangam* de l'artiste Subodh Gupta et *Olé Olé Le Bon Marché* de Rossy de Palma, théâtre immersif *Au bonheur des Dames*, spectacle *Entre Chiens et Louves*
- 100e anniversaire de La Grande Epicerie

03

Perspectives
2024

Perspectives 2024 : accroître encore le leadership mondial de LVMH



Créativité et excellence

Rester fidèle à nos valeurs avec une attention à la créativité, la qualité et la distribution de nos produits



Engagement

Accentuer l'engagement du Groupe en faveur de la protection de l'environnement et de sa responsabilité sociale



Contribuer au rayonnement de la France à travers le monde

Confiance

Poursuivre la dynamique de croissance de nos Maisons et la construction de leur désirabilité sur le long terme



Vigilance

Maintenir la vigilance dans le contexte économique et géopolitique actuel



Esprit d'entreprise

S'appuyer sur l'esprit d'entreprise et l'agilité de notre organisation



04

Jean-Jacques
Guiony

2023 : nouvelle année record pour LVMH

VENTES

86,2 Mds€

+ 13% *

** Croissance organique par rapport à 2022*

RÉSULTAT OPÉRATIONNEL
COURANT

22,8 Mds€

+ 8%

MARGE OPÉRATIONNELLE

26,5%

CASH FLOW DISPONIBLE
D'EXPLOITATION

8,1 Mds€

INVESTISSEMENTS
D'EXPLOITATION

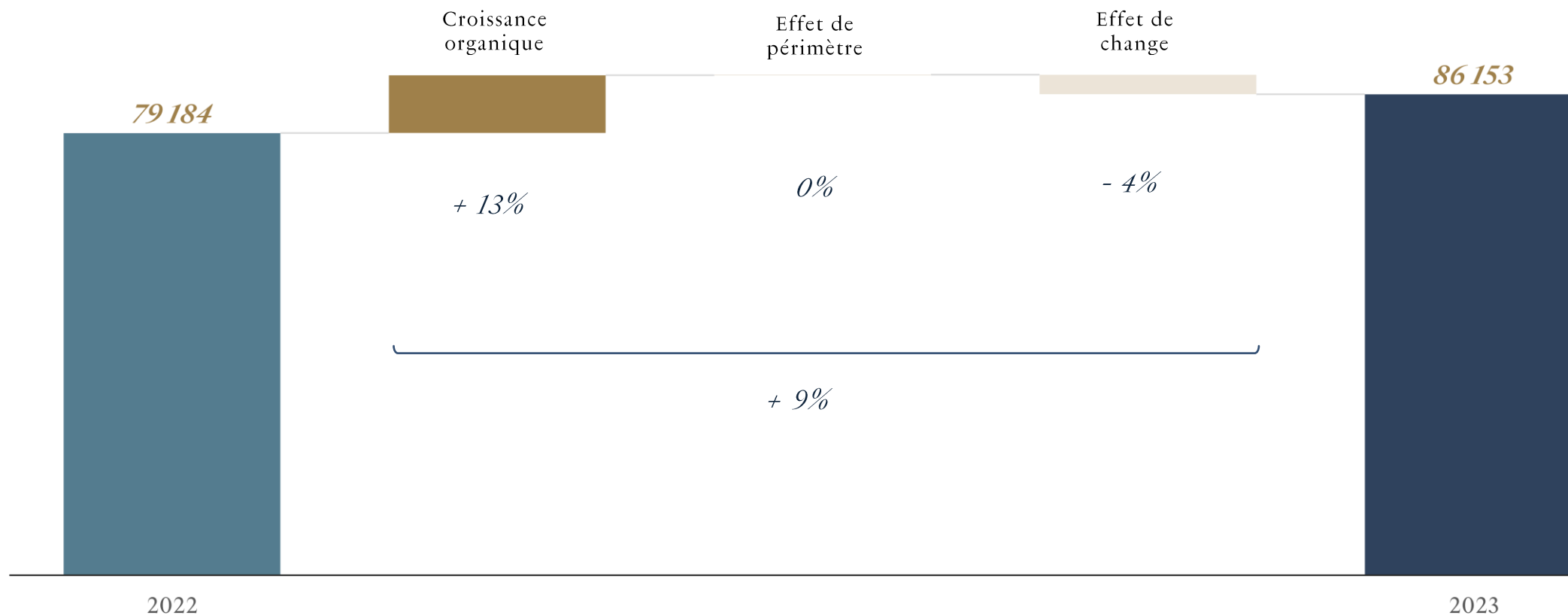
7,5 Mds€

RATIO D'ENDETTEMENT NET
SUR CAPITAUX PROPRES

17,1%

Une croissance organique de 13 % des ventes par rapport à 2022

Évolution des ventes (en millions d'euros)

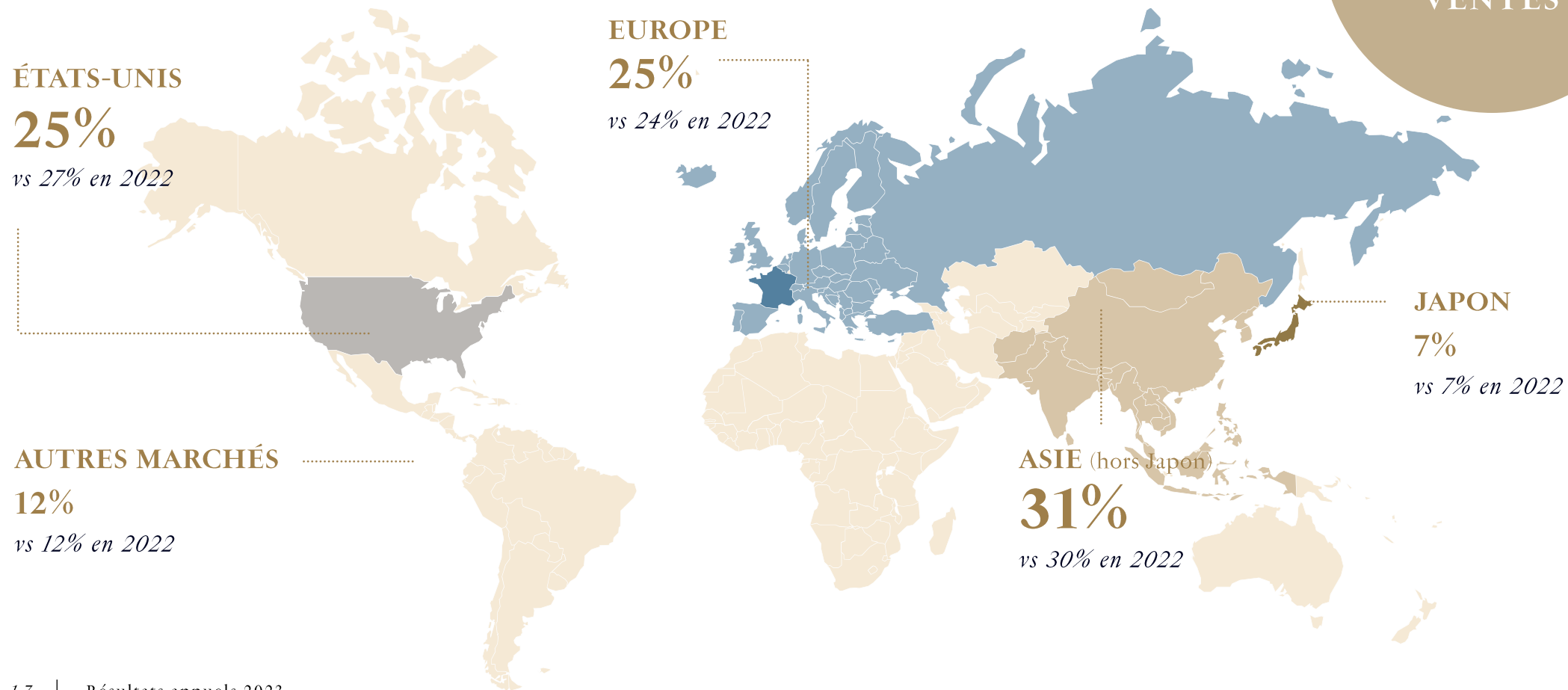


Les principes de détermination des effets de l'évolution des parités monétaires sur les ventes des entités en devises et des variations de périmètre sont décrits en page 9 du Document financier 2023.

Un bon équilibre géographique des ventes

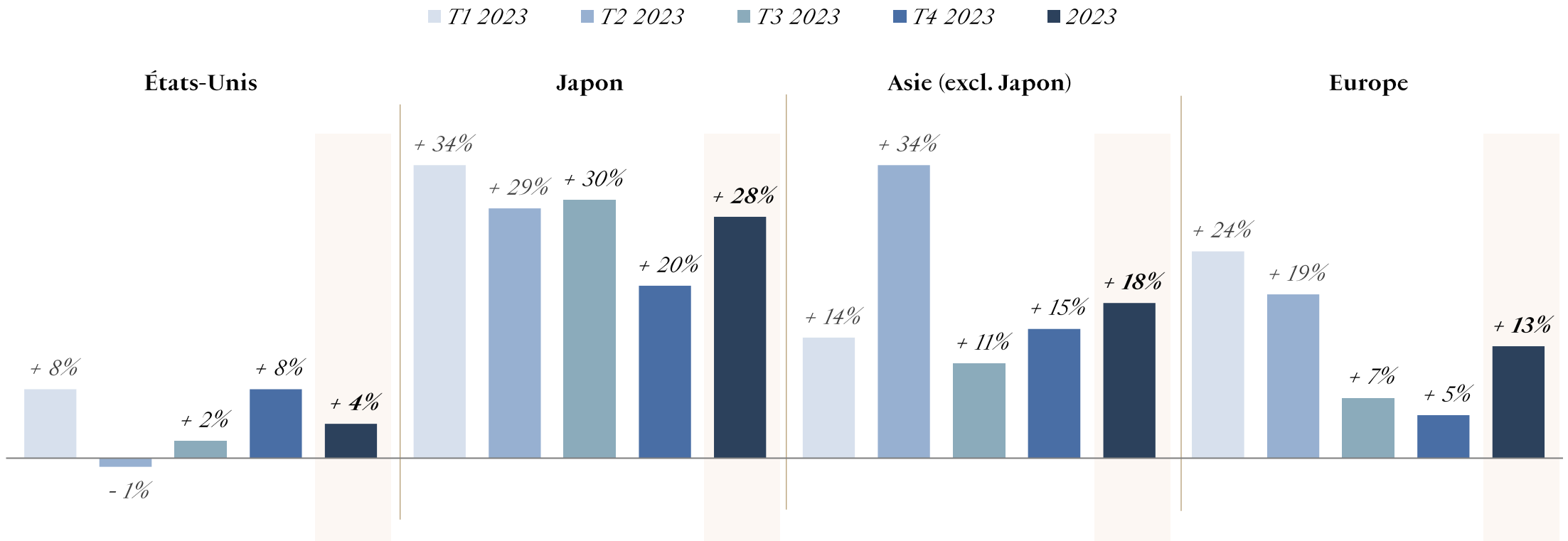
86,2 Mds€
VENTES

Répartition des ventes 2023 par région (en %)



Croissance organique à deux chiffres des ventes en Europe, Japon et Asie (hors Japon) en 2023; poursuite de la croissance aux États-Unis

Évolution organique trimestrielle des ventes par région (en %) par rapport à la même période de 2022



Croissance soutenue des ventes pour toutes les activités à l'exception des Vins et Spiritueux

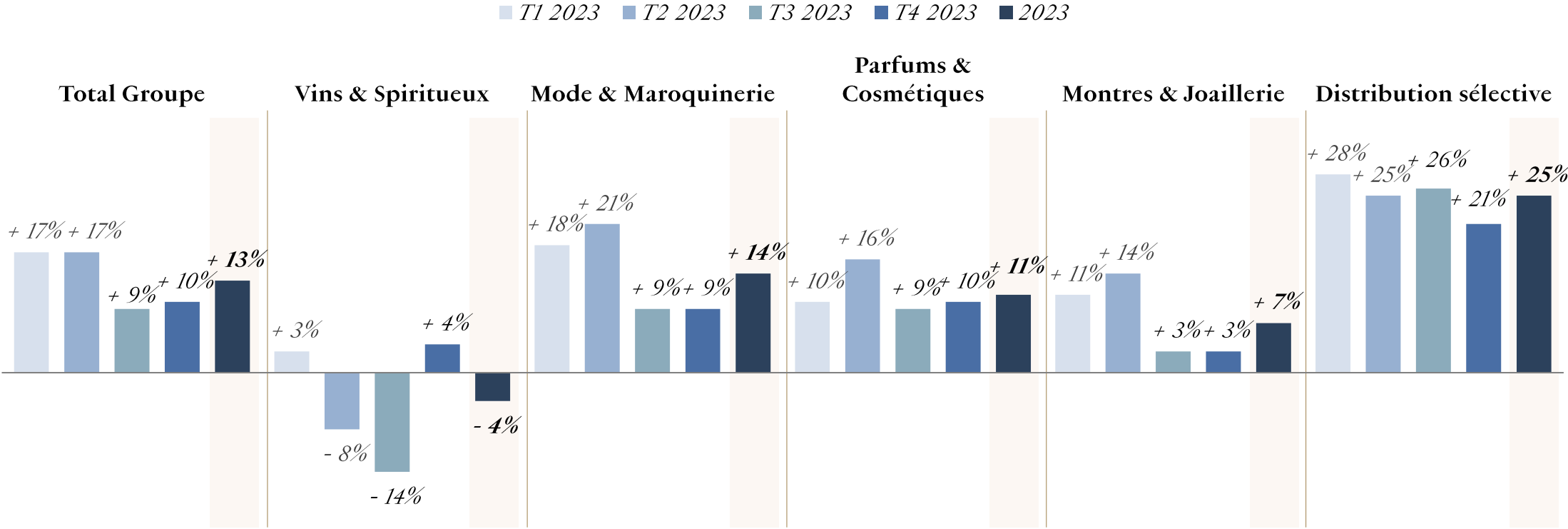
Ventes 2023 par groupe d'activités (en millions d'euros)

	2022	2023	2023 vs 2022	
			Croissance publiée	Croissance organique*
<i>Vins & Spiritueux</i>	7 099	6 602	- 7 %	- 4 %
<i>Mode & Maroquinerie</i>	38 648	42 169	+ 9 %	+ 14 %
<i>Parfums & Cosmétiques</i>	7 722	8 271	+ 7 %	+ 11 %
<i>Montres & Joaillerie</i>	10 581	10 902	+ 3 %	+ 7 %
<i>Distribution sélective</i>	14 852	17 885	+ 20 %	+ 25 %
<i>Autres activités et éliminations</i>	282	324	-	-
Total LVMH	79 184	86 153	+ 9 %	+ 13 %

* À structure et taux de change comparables. Pour le Groupe, l'effet périmètre par rapport à 2022 est nul et l'effet de change est de - 4 %.

Performance solide avec des évolutions contrastées selon les divisions

Croissance organique des ventes par groupe d'activités (en %), par rapport à la même période de 2022



Un résultat opérationnel courant dépassant les 22 milliards d'euros, en hausse de 8%

Résultat opérationnel courant par groupe d'activités (en millions d'euros)

	2022	2023	Variation vs 2022
<i>Vins & Spiritueux</i>	2 155	2 109	- 2 %
<i>Mode & Maroquinerie</i>	15 709	16 836	+ 7 %
<i>Parfums & Cosmétiques</i>	660	713	+ 8 %
<i>Montres & Joaillerie</i>	2 017	2 162	+ 7 %
<i>Distribution sélective</i>	788	1 391	+ 76 %
<i>Autres activités et éliminations</i>	(274)	(409)	-
Total LVMH	21 055	22 802	+ 8 %
<i>Marge opérationnelle (%)</i>	26,6%	26,5%	-

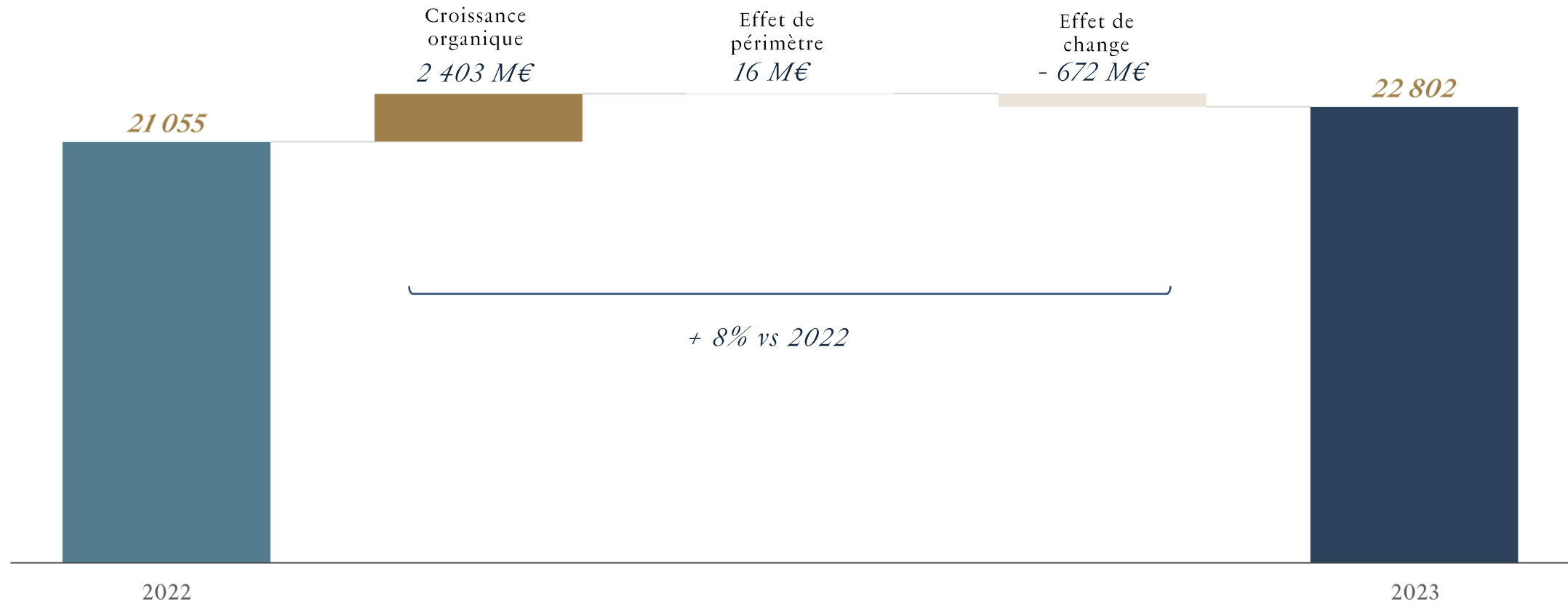
Un résultat net part du Groupe dépassant les 15 milliards d'euros en 2023, en hausse de 8 %

Compte de résultat, résumé (en millions d'euros)

	2022	2023	Variation vs 2022
<i>Ventes</i>	79 184	86 153	+ 9 %
<i>Marge brute</i>	54 196	59 277	+ 9 %
<i>Charges commerciales</i>	(28 151)	(30 768)	+ 9 %
<i>Charges administratives</i>	(5 027)	(5 714)	+ 14 %
<i>Part des MEE</i>	37	7	- 81 %
<i>Résultat opérationnel courant</i>	21 055	22 802	+ 8 %
<i>Autres produits et charges opérationnels</i>	(54)	(242)	-
<i>Résultat opérationnel</i>	21 001	22 560	+ 7 %
<i>Résultat financier</i>	(888)	(935)	+ 5 %
<i>Impôt sur les bénéfices</i>	(5 362)	(5 673)	+ 6 %
<i>Résultat net avant part des minoritaires</i>	14 751	15 952	+ 8 %
<i>Part des minoritaires</i>	(667)	(778)	+ 17 %
Résultat net part du Groupe	14 084	15 174	+ 8 %

Une forte amélioration opérationnelle et un effet de change négatif

Évolution du résultat opérationnel courant (en millions d'euros)



Un résultat financier 2023 impacté par la hausse des taux d'intérêt

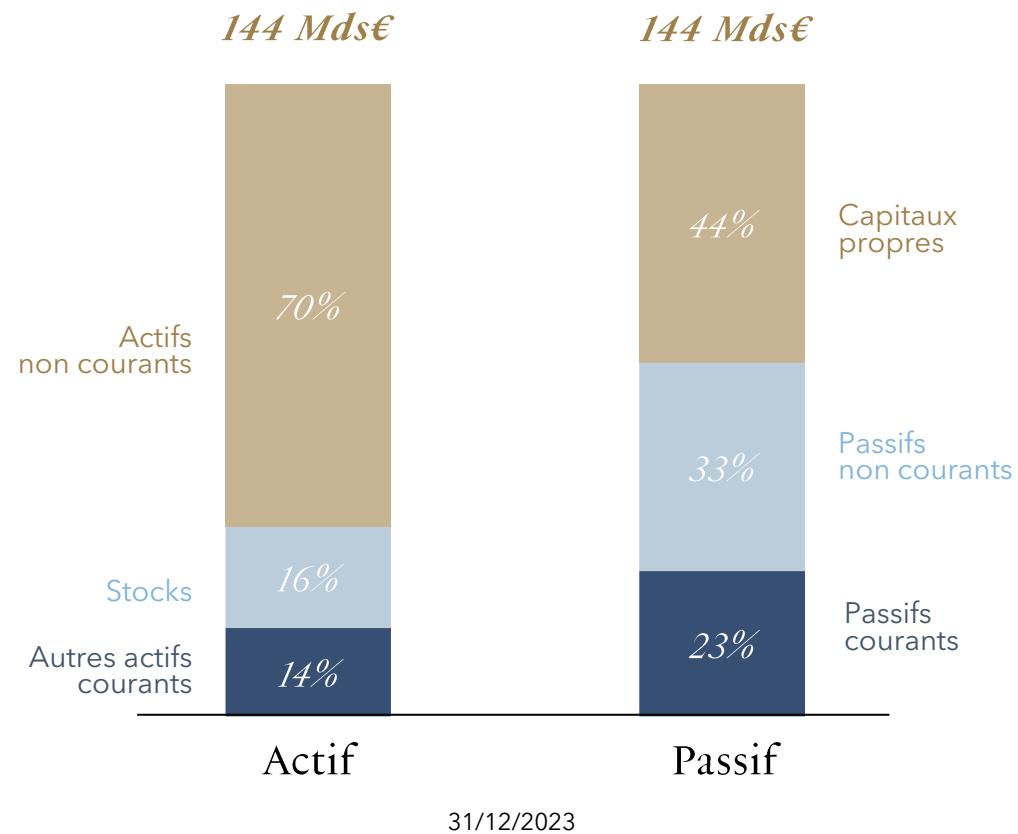
Évolution du résultat financier (en millions d'euros)

	2022	2023	Variation (M€)
<i>Coût de la dette financière nette</i>	(17)	(367)	- 350
<i>Intérêts sur dettes locatives</i>	(254)	(393)	- 139
<i>Coût des dérivés de change</i>	(358)	(399)	- 41
<i>Effet des réévaluations des investissements et placements financiers</i>	(225)	263	+ 488
<i>Autres</i>	(34)	(39)	- 5
Résultat financier	(888)	(935)	- 47

Une structure financière solide

Évolution par rapport à fin 2022

- Légère baisse des immobilisations incorporelles en raison des effets négatifs de la revalorisation des engagements d'achat d'intérêts minoritaires et de la variation des devises
- Hausse des immobilisations corporelles liée aux investissements d'exploitation, notamment dans le réseau de boutiques, dans les outils de production et dans des immeubles à Paris et Londres
- Hausse du niveau des stocks du fait de la progression de l'activité
- Progression des capitaux propres liée à la hausse du résultat net
- Rachat d'actions pour annulation



Une capacité d'autofinancement en hausse

Un cash flow disponible d'exploitation de 8,1 milliards d'euros

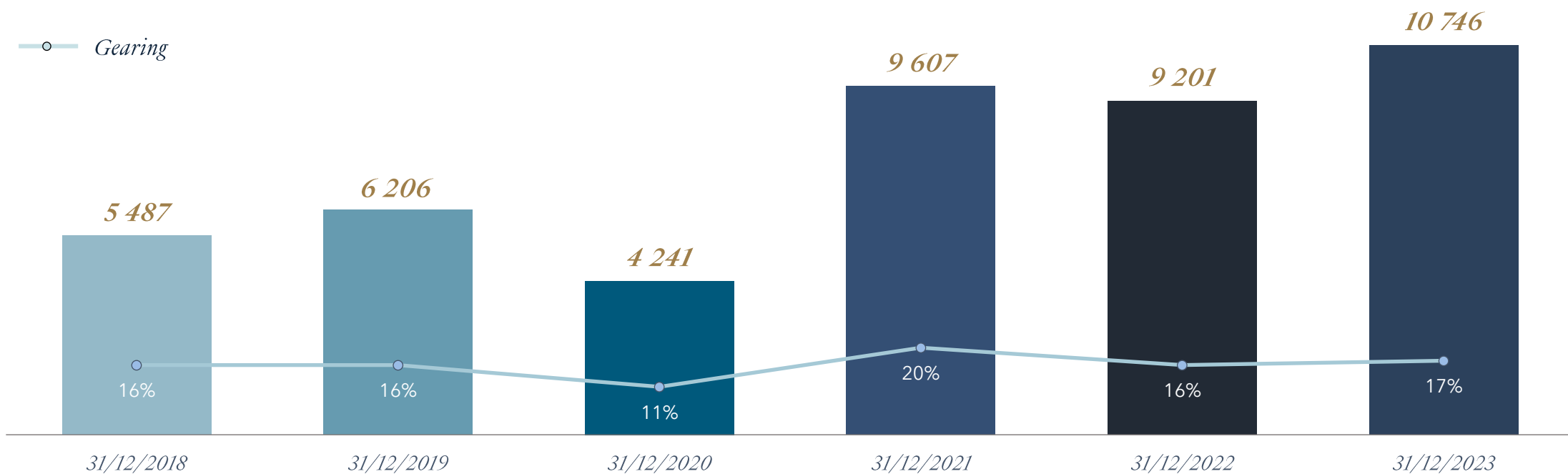
Analyse de la variation de trésorerie (en millions d'euros)

	2022	2023	Variation (M€)
<i>Capacité d'autofinancement</i>	26 770	29 520	+ 2 750
<i>Intérêts payés sur la dette financière nette</i>	(74)	(457)	- 383
<i>Intérêts payés sur les dettes locatives</i>	(240)	(356)	- 116
<i>Impôt payé</i>	(5 604)	(5 730)	- 126
<i>Variation du BFR</i>	(3 019)	(4 577)	- 1 558
<i>Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation</i>	17 833	18 400	+ 567
<i>Investissements d'exploitation</i>	(4 969)	(7 478)	- 2 509
<i>Remboursements des dettes locatives</i>	(2 751)	(2 818)	- 67
Cash flow disponible d'exploitation*	10 113	8 104	- 2 009

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

Un ratio d'endettement net sur capitaux propres de 17,1%

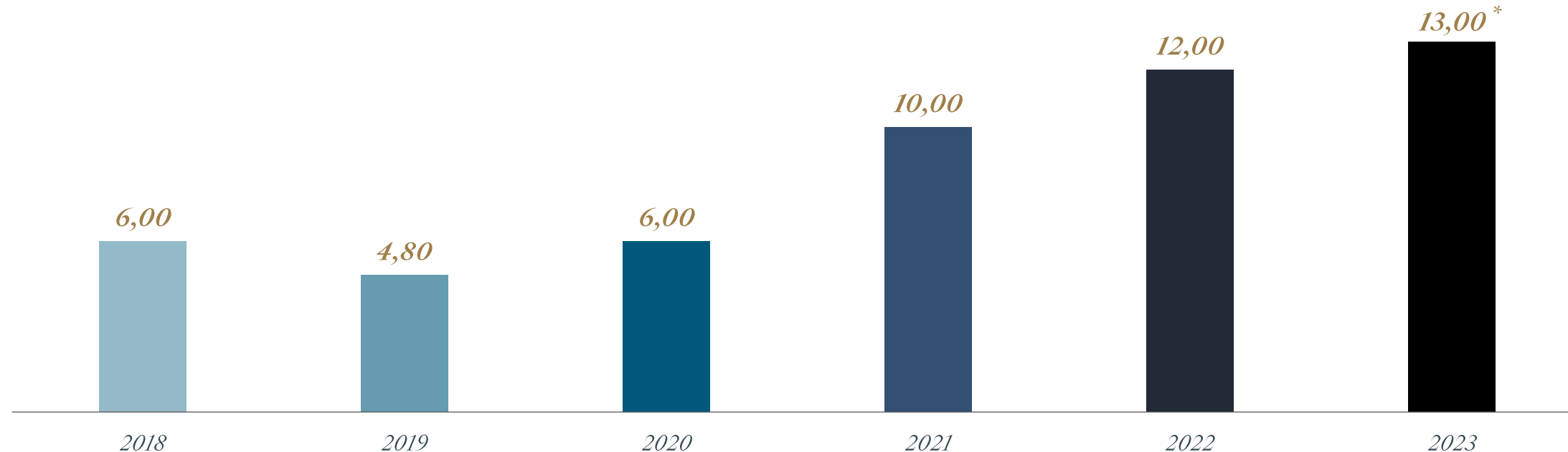
Endettement net (en millions d'euros)



Un dividende au titre de l'exercice 2023 de 13€

Dividende brut par action (en euros)

Croissance moyenne annuelle sur 5 ans +17 %



* Proposé à l'Assemblée Générale du 18 avril 2024

A woman with blonde hair, wearing a black leather jacket and a black dress, is sitting on the open door of a silver classic car. She is holding a red handbag with a gold clasp. The car is parked on a cobblestone street in front of a stone building. The image is a fashion advertisement for Louis Vuitton.

05

Annexes

Ventes trimestrielles par activité – Évolution organique (en %)

2023 vs 2022	T1 2023	T2 2023	S1 2023	T3 2023	T4 2023	S2 2023	2023
Vins & Spiritueux	+ 3%	- 8%	- 3%	- 14%	+ 4%	- 5%	- 4%
Mode & Maroquinerie	+ 18%	+ 21%	+ 20%	+ 9%	+ 9%	+ 9%	+ 14%
Parfums & Cosmétiques	+ 10%	+ 16%	+ 13%	+ 9%	+ 10%	+ 10%	+ 11%
Montres & Joaillerie	+ 11%	+ 14%	+ 13%	+ 3%	+ 3%	+ 3%	+ 7%
Distribution sélective	+ 28%	+ 25%	+ 26%	+ 26%	+ 21%	+ 23%	+ 25%
Total LVMH	+ 17%	+ 17%	+ 17%	+ 9%	+ 10%	+ 10%	+ 13%

2022 vs 2021	T1 2022	T2 2022	S1 2022	T3 2022	T4 2022	S2 2022	2022
Vins & Spiritueux	+ 2%	+ 30%	+ 14%	+ 14%	+ 4%	+ 9%	+ 11%
Mode & Maroquinerie	+ 30%	+ 19%	+ 24%	+ 22%	+ 10%	+ 15%	+ 20%
Parfums & Cosmétiques	+ 17%	+ 8%	+ 13%	+ 10%	+ 5%	+ 7%	+ 10%
Montres & Joaillerie	+ 19%	+ 13%	+ 16%	+ 16%	+ 3%	+ 9%	+ 12%
Distribution sélective	+ 24%	+ 20%	+ 22%	+ 15%	+ 12%	+ 14%	+ 17%
Total LVMH	+ 23%	+ 19%	+ 21%	+ 19%	+ 9%	+ 13%	+ 17%

Ventes trimestrielles par activité (en millions d'euros)

2023	Champagnes & Vins	Cognac & Spiritueux	Vins & Spiritueux	Mode & Maroquinerie	Parfums & Cosmétiques	Montres & Joaillerie	Distribution sélective	Autres activités et éliminations	Total
<i>T1 2023</i>	796	899	1 694	10 728	2 115	2 589	3 961	(52)	21 035
<i>T2 2023</i>	788	699	1 486	10 434	1 913	2 839	4 394	140	21 206
<i>S1 2023</i>	1 583	1 597	3 181	21 162	4 028	5 427	8 355	87	42 240
<i>T3 2023</i>	777	731	1 509	9 750	1 993	2 524	4 076	113	19 964
<i>T4 2023</i>	1 100	812	1 912	11 257	2 250	2 951	5 454	124	23 948
<i>S2 2023</i>	1 878	1 543	3 421	21 007	4 243	5 475	9 530	237	43 913
2023	3 461	3 141	6 602	42 169	8 271	10 902	17 885	324	86 153

2022	Champagnes & Vins	Cognac & Spiritueux	Vins & Spiritueux	Mode & Maroquinerie	Parfums & Cosmétiques	Montres & Joaillerie	Distribution sélective	Autres activités et éliminations	Total
<i>T1 2022</i>	706	932	1 638	9 123	1 905	2 338	3 040	(41)	18 003
<i>T2 2022</i>	798	891	1 689	9 013	1 714	2 570	3 591	149	18 726
<i>S1 2022</i>	1 504	1 823	3 327	18 136	3 618	4 909	6 630	109	36 729
<i>T3 2022</i>	894	1 005	1 899	9 687	1 959	2 666	3 465	79	19 755
<i>T4 2022</i>	1 076	797	1 873	10 825	2 145	3 006	4 757	93	22 699
<i>S2 2022</i>	1 970	1 802	3 772	20 512	4 104	5 673	8 222	172	42 455
2022	3 474	3 625	7 099	38 648	7 722	10 581	14 852	282	79 184

Les totaux des tableaux étant calculés sur la base de montants non arrondis, des écarts peuvent exister entre ceux-ci et la somme des éléments dont ils sont constitués.