

LVMH

Lettre aux actionnaires

Août 2014



Bonne résistance de LVMH au premier semestre

Le premier semestre 2014 a été marqué par :

- la bonne résistance en Europe et la poursuite de la croissance aux États-Unis et en Asie,
- un impact de change négatif élevé, concentré principalement sur la Mode et Maroquinerie et l'activité Montres et Joaillerie,
- une performance des Vins et Spiritueux pénalisée par la poursuite du déstockage de la distribution en Chine,
- le développement très qualitatif de Louis Vuitton dont la rentabilité se maintient à un niveau exceptionnel,
- la poursuite des investissements dans les marques de mode,
- une forte dynamique d'innovation chez Parfums Christian Dior,
- des investissements soutenus en communication des Montres et Joaillerie,
- l'excellente performance de Sephora et la poursuite du programme d'expansion de DFS,
- une capacité d'autofinancement générée par l'activité de 3,2 milliards d'euros,
- un ratio d'endettement net sur capitaux propres qui s'établit à 23 % à fin juin 2014.

LVMH, leader mondial des produits de luxe, réalise au premier semestre 2014 des ventes de 14 milliards d'euros, en progression de 3 %. La croissance organique des ventes ressort à 5 % par rapport à la même période de 2013. Le Groupe poursuit sa progression aux États-Unis et en Asie. L'Europe fait preuve d'une bonne résistance dans un environnement économique toujours difficile.

Avec une croissance organique des ventes de 3 %, le second trimestre affiche des tendances comparables à celles du premier trimestre dans les différentes régions du monde à l'exception du Japon qui avait connu une avancée particulièrement rapide sur les trois premiers mois de l'année.

Le résultat opérationnel courant du premier semestre 2014 s'établit à 2 576 millions d'euros et fait ressortir une marge opérationnelle courante de 18 %. L'impact négatif de change

est élevé sur le semestre. Le résultat net part du Groupe s'élève pour sa part à 1 509 millions d'euros.

M. Bernard Arnault, Président-Directeur Général de LVMH, a déclaré : « Les résultats du premier semestre témoignent de l'excellente capacité de résistance de LVMH grâce à la force de ses marques et à la réactivité de son organisation dans un climat d'incertitudes économiques et monétaires. Le semestre marque également l'arrivée au sein du Groupe de Loro Piana, dont l'intégration se déroule dans les meilleures conditions. Conforté par la bonne résistance du premier semestre, le Groupe aborde la seconde partie de l'année avec confiance et compte sur la créativité et la qualité de ses produits, ainsi que sur l'efficacité de ses équipes, pour poursuivre ses gains de parts de marché dans ses pays historiques et dans les territoires émergents à fort potentiel. »

Les métiers du Groupe

Un pouvoir d'attraction exceptionnel des marques du Groupe

Vins et Spiritueux

Poursuite du déstockage de la distribution en Chine

L'activité Vins et Spiritueux voit ses ventes reculer au premier semestre 2014 de 1% à structure et taux de change comparables. Son résultat opérationnel courant s'élève à 461 millions d'euros. Cette évolution s'explique essentiellement par la performance du cognac en Chine liée au déstockage de la distribution qui s'est poursuivi au deuxième trimestre. L'activité champagne, dont les cuvées de prestige enregistrent des avancées rapides, connaît pour sa part un bon début d'année. Dans un contexte d'incertitudes persistantes en Europe, le marché américain continue d'afficher une belle dynamique. Le groupe d'activités maintient les axes clés de sa stratégie de valeur : fermeté des prix, excellence et innovation accompagnée d'investissements soutenus dans la communication des marques et dans le développement des capacités de production.



Perspectives 2014

Malgré un environnement économique incertain en Europe, LVMH poursuivra ses gains de parts de marché grâce aux nombreux lancements de produits prévus d'ici la fin de l'année, à son expansion géographique dans les marchés porteurs et à sa rigueur de gestion.

Notre politique exigeante de qualité pour toutes nos réalisations, le dynamisme et la créativité incomparable de nos équipes nous permettront de renforcer encore en 2014 l'avance du Groupe LVMH sur le marché mondial du luxe.

Vins et Spiritueux

(en millions d'euros)

	1 ^{er} semestre 2014	1 ^{er} semestre 2013
Ventes	1 677	1 795
Résultat opérationnel courant	461	539
Investissements d'exploitation	50	78

Mode et Maroquinerie

Forte dynamique créative de Louis Vuitton

Le groupe d'activités Mode et Maroquinerie réalise une croissance organique de 4 % de ses ventes au premier semestre 2014. Le résultat opérationnel courant s'établit à 1 487 millions d'euros, stable par rapport à la même période de 2013 en raison d'un fort effet de change négatif. Loro Piana réalise un excellent début d'année. Louis Vuitton continue d'illustrer son excellente dynamique créative avec le premier défilé de son nouveau directeur artistique Nicolas Ghesquière qui a reçu un accueil enthousiaste. Les innovations en maroquinerie connaissent un vif succès. Fendi bénéficie de la valorisation de ses sacs iconiques, dont les ventes progressent fortement. La croissance de Céline



est toujours portée par le succès de ses lignes de maroquinerie et l'essor rapide des souliers. Plusieurs magasins phares sont inaugurés à travers le monde, notamment à Londres, Tokyo et Paris. Les autres marques comme Givenchy, Berluti et Kenzo continuent de se renforcer.

Mode et Maroquinerie

(en millions d'euros)	1 ^{er} semestre 2014	1 ^{er} semestre 2013
Ventes	5 030	4 711
Résultat opérationnel courant	1 487	1 493
Investissements d'exploitation	274	303

Parfums et Cosmétiques

Innovation continue et gains de parts de marché

L'activité Parfums et Cosmétiques enregistre une croissance organique de 6 % de ses ventes. Le résultat opérationnel courant s'élève à 204 millions d'euros. Portées par la vitalité de leurs lignes phares et une attention permanente à la qualité des produits et de leur distribution, les marques de LVMH font preuve d'une belle dynamique et gagnent



de nouvelles parts de marché. Parfums Christian Dior bénéficie toujours de la croissance de ses parfums emblématiques *J'adore* et *Dior Homme*. Le maquillage connaît également une croissance soutenue. Guerlain poursuit son avancée avec le succès continu de *La Petite Robe Noire* et le développement rapide d'*Orchidée Impériale* et *Abeille Royale*. Benefit, Make Up For Ever et Fresh confirment d'excellentes performances.



Parfums et Cosmétiques

(en millions d'euros)	1 ^{er} semestre 2014	1 ^{er} semestre 2013
Ventes	1 839	1 804
Résultat opérationnel courant	204	200
Investissements d'exploitation	92	89

Montres et Joaillerie

Bonne performance de la joaillerie et investissements soutenus en communication

Au premier semestre 2014, l'activité Montres et Joaillerie enregistre une croissance organique de 3 % des ventes. Les incertitudes liées à l'environnement économique continuent d'inciter les détaillants multimarques à la prudence dans leurs achats. L'activité des boutiques en propre des Maisons de LVMH affiche pour sa part une croissance significative. Bulgari bénéficie d'une bonne dynamique de la joaillerie. TAG Heuer accentue le développement de ses lignes iconiques. Le recul du résultat opérationnel courant, qui s'élève à 107 millions d'euros, s'explique principalement par un effet de change négatif tandis que les investissements en communication se poursuivent.



Montres et Joaillerie

(en millions d'euros)	1 ^{er} semestre 2014	1 ^{er} semestre 2013
Ventes	1 266	1 275
Résultat opérationnel courant	107	155
Investissements d'exploitation	93	97

Distribution sélective

Gains de parts de marché pour Sephora et poursuite du programme d'expansion et de rénovation chez DFS

L'activité Distribution sélective réalise une croissance organique de 9 % de ses ventes. Son résultat opérationnel courant s'établit à 398 millions d'euros au premier semestre 2014. DFS s'appuie sur la croissance de ses



ventes à la clientèle asiatique dans un contexte de baisse des achats des voyageurs japonais en raison de la faiblesse du yen. Sa rentabilité est pénalisée notamment par l'expansion et la rénovation de plusieurs concessions aéroportuaires. Sephora poursuit sa croissance dans le monde entier avec des performances particulièrement remarquables en Amérique du Nord, au Moyen-Orient et en Asie. L'enseigne continue de gagner des parts de marché dans les régions clés. Les ventes en ligne sont en forte

hausse avec une offre mobile renforcée. Sephora poursuit l'expansion de son réseau de magasins et vient d'inaugurer sa présence en Indonésie.

Distribution sélective

(en millions d'euros)	1 ^{er} semestre 2014	1 ^{er} semestre 2013
Ventes	4 382	4 198
Résultat opérationnel courant	398	412
Investissements d'exploitation	177	178

Chiffres clés

Ventes

(au 30 juin et au 31 décembre, en millions d'euros)



Résultat opérationnel courant

(au 30 juin et au 31 décembre, en millions d'euros)



Résultat net part du Groupe

(au 30 juin et au 31 décembre, en millions d'euros)



Investissements d'exploitation

(au 30 juin et au 31 décembre, en millions d'euros)



Cash flow disponible (a)

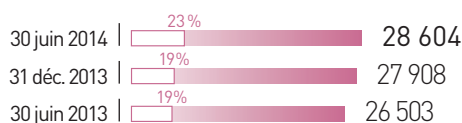
(au 30 juin et au 31 décembre, en millions d'euros)



(a) Variation de la trésorerie issue des opérations et investissements d'exploitation.

Capitaux propres et ratio Dette financière nette / Capitaux propres

(en millions d'euros et en pourcentage)



L'ensemble de la documentation liée aux résultats semestriels 2014 est disponible sur le site internet www.lvmh.fr dans la rubrique Documentation/Résultats.

LVMH en bourse

Évolution de l'action LVMH

Les marchés actions ont poursuivi leur progression au cours du premier semestre 2014, en particulier aux États-Unis où le Dow Jones a atteint un plus haut historique. Les investisseurs sont restés optimistes malgré le regain de tensions géopolitiques en Ukraine et en Iraq, la publication d'indicateurs économiques moins bons qu'anticipés aux États-Unis et une reprise économique qui tarde à se matérialiser au sein de la zone Euro. Les politiques monétaires des banques centrales ont constitué un puissant facteur de soutien à cette tendance. Les récentes annonces de la réserve fédérale aux États-Unis, de la banque centrale européenne et de la banque centrale du Japon ont été perçues comme rassurantes de ce point de vue par les marchés.

Dans ce contexte, le cours de l'action LVMH a augmenté d'environ 6 % au premier semestre 2014. En comparaison, les indices européens CAC 40 et Eurostoxx 50 ont enregistré des hausses de 3 % et 4 % respectivement.

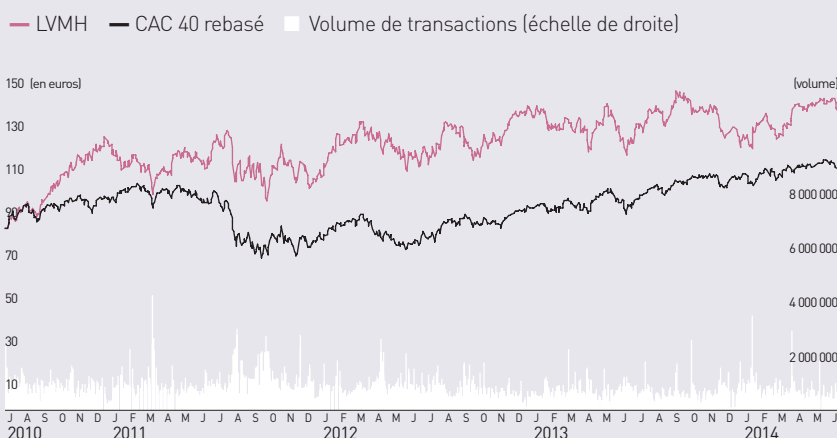
Le titre LVMH a clôturé le 30 juin à 140,80 euros. La capitalisation boursière de LVMH s'élevait alors à 72 milliards d'euros, ce qui plaçait LVMH au 4^e rang de la Place de Paris.

Répartition du capital et des droits de vote

Au 30 juin 2014	Nombre d'actions	Nombre de droits de vote ^(a)	% du capital	% des droits de vote
Groupe familial Arnault	236 381 811	454 484 244	46,50 %	62,55 %
Autres	272 013 645	272 070 270	53,50 %	37,45 %
Total	508 395 456	726 554 514	100,00 %	100,00 %

(a) Nombre total de droits de vote exerçables en Assemblée Générale.

Évolution du cours de l'action LVMH et du CAC 40 depuis le 01/07/2010



Rendement total pour l'actionnaire

Un actionnaire de LVMH qui aurait investi 1 000 euros le 1^{er} juillet 2009 se retrouverait au 30 juin 2014, sur la base d'un réinvestissement en actions des dividendes perçus, en possession d'un capital de 2 870 euros. En cinq ans, son investissement lui aurait ainsi offert un gain de 187 %, soit un rendement annuel moyen d'environ 23 %.

Acompte sur dividende

Le Conseil d'Administration a approuvé la mise en paiement, le 4 décembre 2014, d'un acompte sur dividende de 1,25 euro.

Agenda

Octobre 2014	Publication des ventes du troisième trimestre 2014
4 décembre 2014	Versement de l'acompte sur dividende
Janvier 2015	Publication des ventes et des résultats annuels 2014
Avril 2015	Assemblée Générale



Les relations actionnaires

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 marques. 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 sont consultables dans la rubrique Documentation comme le rapport annuel et le document de référence. Un formulaire à compléter en ligne est disponible pour qu'ils vous soient adressés par courrier. LVMH propose par ailleurs aux internautes de recevoir les actualités du Groupe par e-mail en s'inscrivant aux alertes Communiqués. 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.

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 permet à ses adhérents de mieux connaître le Groupe, ses métiers, ses marques et les liens que celles-ci entretiennent avec l'art et la vie culturelle.

Le magazine *Apartés*, édité à l'attention des membres du Club, permet de commander des produits livrés à domicile, de souscrire des abonnements à tarifs avantageux aux titres *Les Échos*, *Investir* et *Connaissance des Arts* et de bénéficier d'un accueil privilégié sur certains sites adaptés aux visites (caves et chais) ainsi que de billets « coupe-files » pour les expositions soutenues par le mécénat de LVMH.

Un formulaire d'adhésion est adressé sur simple demande ou téléchargeable sur le site dans la rubrique Actionnaires.

<http://www.lvmh.fr/communication-financiere/actionnaires>

Club des actionnaires : 01 44 13 21 50

LVMH – 22 avenue Montaigne 75008 Paris – Relations investisseurs et actionnaires : 01 44 13 27 27 – www.lvmh.fr

Photographies : Louis Vuitton, Peter Lindbergh - Hennessy, Adolfo Fiori - Berluti - Guerlain, Pol Baril - Bulgari - Sephora, Yvan Matrat - Christian Dior Parfums, Dior Addict Eau de Toilette – Photothèques LVMH et Maisons du Groupe. Document imprimé par un imprimeur diplômé Imprim'Vert sur un papier certifié PEFC. Version e-accessible : lpedis. Création et réalisation : Agence Marc Praquin.

