

Excellente performance de LVMH en 2014 Ventes et Résultat net records

Paris, le 3 février 2015

LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton, leader mondial des produits de luxe, réalise en 2014 des ventes de 30,6 milliards d'euros, en progression de 6 %. La croissance organique des ventes ressort à 5 %. Tous les groupes d'activités sont en progression, à l'exception des Vins et Spiritueux en recul sous l'effet du déstockage de la distribution en Chine. Le Groupe maintient un grand dynamisme aux Etats-Unis. L'Europe fait preuve d'une bonne résistance malgré l'environnement économique tandis que les pays d'Asie montrent des évolutions contrastées.

Au quatrième trimestre, les ventes augmentent de 10 % par rapport à la même période de 2013. La croissance organique s'établit à 5%.

Le résultat opérationnel courant s'établit à 5 715 millions d'euros et fait ressortir une marge opérationnelle courante de 19 %. Le résultat net part du Groupe s'établit à 5 648 millions d'euros.

M. Bernard Arnault, Président-Directeur Général de LVMH, a déclaré : « Les résultats de 2014 confirment la capacité de LVMH à progresser malgré le contexte d'instabilité économique et monétaire. Les ventes et le résultat net atteignent un niveau record. Volonté d'excellence, obsession de la qualité, force d'innovation soutiennent notre dynamique, autant de valeurs illustrées par la Fondation Louis Vuitton et son bâtiment emblématique inauguré en octobre 2014. L'année marque par ailleurs l'arrivée au sein du Groupe de Loro Piana qui réalise une belle performance. LVMH a conclu un accord avec Hermès et a cédé sa participation dans cette société sous la forme d'une distribution à nos actionnaires. Toutes nos Maisons ont fait preuve en 2014 d'une grande réactivité. En adaptant leur stratégie aux évolutions du monde et en poursuivant leur développement, elles ont illustré la créativité et l'esprit d'entreprise qui les animent. Dans un contexte économique toujours incertain, nous pouvons compter sur la désirabilité de nos marques et l'agilité de nos équipes pour renforcer encore en 2015 notre avance dans l'univers des produits de haute qualité. »

L'année 2014 a été marquée par :

- Une bonne dynamique aux Etats-Unis et poursuite de la croissance en Europe,
- Un résultat net en très forte croissance,
- Un impact de change négatif élevé, concentré en grande partie sur la Mode et Maroquinerie,
- Une performance des Vins et Spiritueux pénalisée par le déstockage de la distribution en Chine,
- Le succès des nouveaux produits chez Louis Vuitton dont la rentabilité se maintient à un niveau exceptionnel,
- La poursuite des investissements dans nos marques de mode,
- Des gains de parts de marché de Christian Dior partout dans le monde,
- Les excellents résultats de Bvlgari,
- La forte progression de Sephora,
- Un cash flow disponible de 2,8 milliards d'euros,
- Un gearing qui s'établit à 21 % à fin décembre 2014.

En millions d'euros	2013*	2014	% variation
Ventes	29 016	30 638	+ 6 %
Résultat opérationnel courant	6 017	5 715	- 5 %
Résultat net part du Groupe	3 436	5 648	+ 64 %
Cash flow disponible**	3 057	2 832	- 7 %

* Retraité des effets de l'application des normes IFRS 10 et 11 portant sur la consolidation.

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

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

En millions d'euros	2013*	2014	% variation	
			Publiée	Organique**
Vins et Spiritueux	4 173	3 973	- 5 %	- 3 %
Mode et Maroquinerie	9 883	10 828	+ 10 %	+ 3 %
Parfums et Cosmétiques	3 717	3 916	+ 5 %	+ 7 %
Montres et Joaillerie	2 697	2 782	+ 3 %	+ 4 %
Distribution sélective	8 903	9 534	+ 7 %	+ 8 %
Autres activités et éliminations	(357)	(395)	-	-
Total LVMH	29 016	30 638	+ 6 %	+ 5 %

* Retraité des effets de l'application des normes IFRS 10 et 11 portant sur la consolidation.

** à structure et taux de change comparables. L'effet périmètre est de +3% et l'effet de change est de -2%.

Par groupe d'activités, le **résultat opérationnel courant** a évolué comme suit :

En millions d'euros	2013*	2014	% variation
Vins et Spiritueux	1 367	1 147	- 16 %
Mode et Maroquinerie	3 135	3 189	+ 2 %
Parfums et Cosmétiques	414	415	0 %
Montres et Joaillerie	367	283	- 23 %
Distribution sélective	908	882	- 3 %
Autres activités et éliminations	(174)	(201)	-
Total LVMH	6 017	5 715	- 5 %

* Retraité des effets de l'application des normes IFRS 10 et 11 portant sur la consolidation.

Vins et Spiritueux : déstockage de la distribution en Chine et croissance aux Etats-Unis

L'activité **Vins et Spiritueux** voit ses ventes reculer en 2014 de 3 % à structure et taux de change comparables. Son résultat opérationnel courant s'élève à 1 147 millions d'euros. Cette situation s'explique essentiellement par l'évolution du cognac en Chine, liée au déstockage de la distribution. Face à ce contexte, Hennessy tire parti de l'étendue de son portefeuille et de sa présence mondiale, en particulier aux Etats-Unis où sa croissance reste forte. Les autres spiritueux Glenmorangie et Belvedere continuent de se développer. L'activité champagne réalise une belle performance, portée notamment par les cuvées de prestige. Les marchés américains et asiatiques bénéficient d'une forte demande.

Mode et Maroquinerie : grand succès des nouveaux produits chez Louis Vuitton et réussite des investissements dans les autres marques

L'activité **Mode et Maroquinerie** enregistre une croissance organique de 3 % de ses ventes en 2014. Le résultat opérationnel courant s'établit à 3 189 millions d'euros. Louis Vuitton place 2014 sous le signe d'un grand dynamisme créatif, dominé par l'accueil enthousiaste réservé aux premiers défilés de Nicolas Ghesquière et aux nouveaux produits. La célébration de la toile *Monogram* revisitée par six grands créateurs et l'inauguration du magasin phare de l'avenue Montaigne à Paris font partie des temps forts du dernier trimestre. L'année 2014 voit l'intégration de l'activité de Loro Piana au sein du Groupe. Fendi connaît de fortes avancées portées par le succès de ses lignes iconiques. Céline poursuit une performance remarquable. Les autres marques de mode Givenchy, Kenzo et Berluti accélèrent leur progression tandis que Donna Karan et Marc Jacobs sont en phase de redéploiement.

Parfums et Cosmétiques : gains de parts de marché et vitalité remarquable des produits emblématiques

L'activité **Parfums et Cosmétiques** enregistre une croissance organique de 7% de ses ventes, une performance très supérieure à celle du marché mondial. Le résultat opérationnel courant s'élève à 415 millions d'euros. La dynamique du groupe d'activités est nourrie par une innovation continue et des investissements soutenus. Les parfums emblématiques de Christian Dior, *J'adore*, *Miss Dior* et *Dior Homme*, continuent de démontrer leur vitalité exceptionnelle. L'axe maquillage contribue également à la bonne performance de la Maison, notamment grâce à *Dior Addict Fluid Stick*. Guerlain bénéficie du lancement réussi de son nouveau parfum *L'Homme Idéal* et du succès du soin premium *Abeille Royale*. Benefit confirme sa forte dynamique à travers le monde et se classe numéro 1 du maquillage au Royaume Uni. Fresh et Make Up For Ever continuent de se renforcer.

Montres et Joaillerie : positions renforcées de la joaillerie et prudence d'achat des détaillants multimarques pour les montres

L'activité **Montres et Joaillerie** enregistre une croissance organique de 4 % des ventes. Le résultat opérationnel courant s'élève à 283 millions d'euros. Tandis que les ventes de joaillerie font preuve d'une remarquable dynamique, l'activité des montres est pénalisée par la prudence d'achats des détaillants multimarques dans un environnement économique incertain. Bvlgari enregistre une forte progression portée par le succès de ses lignes emblématiques et enrichit ses collections horlogères du nouveau modèle féminin Lvcea. TAG Heuer se recentre sur l'offre de son cœur de gamme et adapte son organisation à cette stratégie. Tout en maintenant une gestion prudente, les Maisons continuent à investir sélectivement dans leur réseau de distribution et leurs capacités de production.

Distribution sélective : forte progression de Sephora et développement de DFS pénalisé par les évolutions monétaires et géopolitiques

L'activité **Distribution sélective** réalise une croissance organique de 8 % de ses ventes. Son résultat opérationnel courant s'établit à 882 millions d'euros en 2014.

Sephora réalise une année exceptionnelle et continue de gagner des parts de marché. Les performances sont particulièrement excellentes en Amérique du Nord, au Moyen-Orient et en Asie. Les ventes en ligne sont en forte croissance, soutenue par des fonctionnalités mobiles innovantes. L'expansion du réseau de magasins se poursuit : l'enseigne a inauguré sa présence en Indonésie et en Australie tandis que plusieurs magasins phares, comme ceux des Champs-Élysées et de Dubaï Mall, ont été rénovés. L'offre de produits s'enrichit de nouvelles marques, une diversité qui ne cesse de donner à Sephora « une beauté d'avance ».

Face à une situation complexe en Asie, liée notamment aux évolutions monétaires et géopolitiques, DFS continue de se concentrer sur l'optimisation de son offre et de déployer son programme de fidélisation. Sa rentabilité est pénalisée également par l'expansion et la rénovation de plusieurs concessions aéroportuaires.

Confiance pour 2015

Dans un climat d'incertitudes économiques, monétaires et géopolitiques, LVMH dispose des meilleurs atouts pour poursuivre en 2015 sa dynamique de croissance pour l'ensemble de ses métiers. Le Groupe maintiendra une stratégie centrée sur le développement de ses marques portée par une politique soutenue d'innovation et une exigence permanente de qualité sur les produits et leur distribution.

Fort de la grande réactivité de ses équipes et de la bonne répartition entre ses différents métiers et les zones géographiques où il opère, LVMH aborde l'année 2015 avec confiance et se fixe à nouveau comme objectif de renforcer son avance sur le marché mondial du luxe.

Dividende en hausse de 3 %

Lors de l'Assemblée Générale du 16 avril 2015, LVMH proposera un dividende de 3,20 euros par action, en hausse de 3 %. Un acompte sur dividende de 1,25 euro par action a été distribué le 4 décembre dernier. Le solde de 1,95 euro sera mis en paiement le 23 avril 2015.

Le Conseil d'Administration s'est réuni le 3 février pour arrêter les comptes de l'exercice 2014.

Les procédures d'audit ont été effectuées et le rapport d'audit est en cours d'émission.

L'information réglementée liée à ce communiqué ainsi que la présentation des résultats annuels et le rapport «Documents financiers» sont disponibles sur le site web www.lvmh.fr.

ANNEXE

Répartition des ventes par groupe d'activités et par trimestre

Année 2014

(en millions d'euros)	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres activités et éliminations	Total
Premier trimestre	888	2 639	941	607	2 222	(91)	7 206
Deuxième trimestre	789	2 391	898	659	2 160	(94)	6 803
Troisième trimestre	948	2 647	961	706	2 234	(108)	7 388
Quatrième trimestre	1 348	3 151	1 116	810	2 918	(102)	9 241
Total des ventes	3 973	10 828	3 916	2 782	9 534	(395)	30 638

Année 2013 retraité*

(en millions d'euros)	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres activités et éliminations	Total
Premier trimestre	967	2 383	932	608	2 113	(90)	6 913
Deuxième trimestre	828	2 328	872	667	2 085	(61)	6 719
Troisième trimestre	1 032	2 428	879	655	2 093	(97)	6 990
Quatrième trimestre	1 346	2 744	1 034	767	2 612	(109)	8 394
Total des ventes	4 173	9 883	3 717	2 697	8 903	(357)	29 016

* Retraité des effets de l'application des normes IFRS 10 et 11 portant sur la consolidation.

Année 2013

(en millions d'euros)	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres activités et éliminations	Total
Premier trimestre	979	2 383	932	624	2 122	(93)	6 947
Deuxième trimestre	829	2 328	872	686	2 093	(60)	6 748
Troisième trimestre	1 032	2 428	879	677	2 101	(97)	7 020
Quatrième trimestre	1 347	2 743	1 034	797	2 622	(109)	8 434
Total des ventes	4 187	9 882	3 717	2 784	8 938	(359)	29 149

LVMH

LVMH est présent dans les vins et 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, Wen Jun, Belvedere, Chandon, Cloudy Bay, Terrazas de los Andes, Cheval des Andes, Cape Mentelle, Newton et Numanthia. Le secteur Mode et Maroquinerie inclut les marques Louis Vuitton, Céline, Loewe, Kenzo, Givenchy, Thomas Pink, Fendi, Emilio Pucci, Donna Karan, Marc Jacobs, Berluti, Nicholas Kirkwood et Loro Piana. LVMH est présent dans le secteur des parfums et cosmétiques avec les marques Parfums Christian Dior, Guerlain, Parfums Givenchy, Parfums Kenzo et Parfums Loewe ainsi que d'autres sociétés de cosmétiques à fort potentiel de croissance (BeneFit Cosmetics, Make Up For Ever, Acqua di Parma et Fresh). LVMH est également actif dans la distribution sélective ainsi que d'autres activités au travers de DFS, Sephora, Le Bon Marché, la Samaritaine et Royal Van Lent. Le groupe d'activités Montres et Joaillerie est constitué des marques Bulgari, TAG Heuer, Chaumet, Dior Montres, Zenith, Fred, Hublot et De Beers Diamond Jewellers Ltd, une joint-venture créée avec le premier groupe diamantaire du monde.

"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 LVMH	+ 33 1.4413.2122
Media:		
France:	Michel Calzaroni/Olivier Labesse / Sonia Fellmann/Hugues Schmitt DGM Conseil	+ 33 1.4070.1189
Royaume-Uni:	Hugh Morrison	+ 44.773.965 5492
Italie:	Michele Calcaterra/ Matteo Steinbach SEC and Partners	+39 02 6249991
Etats-Unis:	James Fingerroth/Molly Morse/ Anntal Silver Kekst and Company	+1.212.521.4800