











## LVMH

LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton est présent dans les Vins & Spiritueux au travers notamment des Maisons Moët & Chandon, Dom Pérignon, Veuve Clicquot, Krug, Ruinart, Mercier, Château d'Yquem, Domaine du Clos des Lambrays, Château Cheval Blanc, Colgin Cellars, Hennessy, Glenmorangie, Ardbeg, Belvedere, Woodinville, Volcán de Mi Tierra, Chandon, Cloudy Bay, Terrazas de los Andes, Cheval des Andes, Newton, Bodega Numanthia, Ao Yun, Château d'Esclans, Château Galoupet, Joseph Phelps et Château Minuty. Le secteur Mode et Maroquinerie inclut les marques Louis Vuitton, Christian Dior, Celine, Loewe, Kenzo, Givenchy, Fendi, Emilio Pucci, Marc Jacobs, Berluti, Loro Piana, RIMOWA, Patou, Barton Perreira et Vuarnet. LVMH est présent dans le secteur des Parfums et Cosmétiques avec les marques Parfums Christian Dior, Guerlain, Parfums Givenchy, Kenzo Parfums, Parfums Loewe, Benefit Cosmetics, Make Up For Ever, Acqua di Parma, Fresh, Fenty Beauty by Rihanna, Maison Francis Kurkdjian et Officine Universelle Buly. Le groupe d'activités Montres & Joaillerie est constitué des marques Bulgari, TAG Heuer, Tiffany & Co., Chaumet, Zenith, Fred et Hublot. LVMH est également actif dans la distribution sélective ainsi que d'autres activités au travers de DFS, Sephora, Le Bon Marché, La Samaritaine, Groupe Les Echos, Cova, Le Jardin d'Acclimatation, Royal Van Lent, Belmond et les hôtels Cheval Blanc.

“ Ce communiqué 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](http://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. Ce communiqué ne constitue pas une invitation à acheter ou à vendre des actions LVMH ou plus généralement à intervenir sur le titre LVMH. ”

## CONTACTS LVMH

<b>Analystes et investisseurs</b> <i>Rodolphe Ozun</i> LVMH + 33 1 44 13 27 21	<b>Média</b> <i>Jean-Charles Tréhan</i> LVMH + 33 1 44 13 26 20
---	--

## CONTACTS MÉDIA

<b>France</b> <i>Charlotte Mariné</i> / + 33 6 75 30 43 91 <i>Axelle Gadala</i> / + 33 6 89 01 07 60 Publicis Consultants + 33 1 44 82 46 05	<b>France</b> <i>Michel Calzaroni</i> / + 33 6 07 34 20 14 <i>Olivier Labesse</i> / <i>Hugues Schmitt</i> / <i>Thomas Roborel de Climens</i> / + 33 6 79 11 49 71
<b>Italie</b> <i>Michele Calcaterra, Matteo Steinbach</i> SEC and Partners + 39 02 6249991	<b>Royaume-Uni</b> <i>Hugh Morrison, Charlotte McMullen</i> Montfort Communications + 44 7921 881 800
<b>Etats-Unis</b> <i>Nik Deogun</i> / <i>Blake Sonnenshein</i> Brunswick Group + 1 212 333 3810	<b>Chine</b> <i>Daniel Jeffreys</i> Deluxewords + 44 772 212 6562 + 86 21 80 36 04 48