

Croissance organique de 11 % des ventes sur les neuf premiers mois de 2018

Paris, le 9 octobre 2018

LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton, leader mondial des produits de luxe, réalise sur les neuf premiers mois de 2018 des ventes de 33,1 milliards d'euros, en hausse de 10 %. La croissance organique des ventes ressort à 11 % par rapport à la même période de 2017. Elle ressort à 13 % en excluant l'impact de l'arrêt fin 2017 des concessions aéroportuaires à Hong Kong. Toutes les zones géographiques connaissent de bonnes croissances.

Au troisième trimestre, les ventes sont en hausse de 10 % par rapport à la même période de 2017, une performance qui poursuit les tendances enregistrées au premier semestre et à laquelle tous les groupes d'activités ont contribué. La croissance organique des ventes s'établit à 10 %.

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

<i>En millions d'euros</i>	9 premiers mois 2018	9 premiers mois 2017	Variation 2018 / 2017	
			Publiée	Organique*
Vins & Spiritueux	3 565	3 514	+ 1 %	+ 7 %
Mode & Maroquinerie	13 052	10 838	+ 20 %	+ 14 %
Parfums & Cosmétiques	4 410	4 065	+ 8 %	+ 14 %
Montres & Joaillerie	3 021	2 789	+ 8 %	+ 14 %
Distribution sélective	9 544	9 335	+ 2 %	+ 8 %
Autres activités et éliminations	(463)	(446)	ns	ns
Total	33 129	30 095	+ 10 %	+ 11 %

* à structure et taux de change comparables. L'effet de change est de -5 % et l'effet de périmètre, de +4 % (intégration de Christian Dior Couture).

L'activité **Vins et Spiritueux** enregistre une croissance organique de 7 % de ses ventes sur les neuf premiers mois de 2018. Les volumes de champagne sont stables sur la période. Les cuvées de prestige connaissent une performance particulièrement bonne tandis que la politique de hausse de prix se poursuit. Le cognac Hennessy voit ses volumes augmenter de 4 %. Les marchés américain et chinois réalisent des avancées rapides.

L'activité **Mode & Maroquinerie** réalise une croissance organique de 14 % de ses ventes sur les neuf premiers mois de 2018. Louis Vuitton est toujours porté par le succès de ses lignes iconiques

LVMH

en maroquinerie et par une exceptionnelle créativité dans tous ses métiers. Le prêt-à-porter et les souliers en particulier connaissent une forte dynamique. Les deux derniers défilés de prêt à porter, Femme et Homme, ont reçu un formidable accueil. La nouvelle communication des parfums Louis Vuitton a été dévoilée à l'occasion du lancement de la dernière création olfactive de la Maison Louis Vuitton. Christian Dior, consolidé depuis le second semestre 2017, réalise une excellente performance. Celine, en progression, aborde un nouveau chapitre de son histoire avec le premier défilé de Hedi Slimane qui a connu un grand succès et une énorme résonance. Fendi et Loro Piana poursuivent leurs avancées. Les autres Maisons continuent de se renforcer.

L'activité **Parfums & Cosmétiques** enregistre une croissance organique de 14 % de ses ventes sur les neuf premiers mois de 2018, tirée en particulier par la performance de ses marques phares. Parfums Christian Dior confirme sa remarquable progression, portée par le lancement de son nouveau parfum *Joy*, le succès mondial exceptionnel de *Sauvage* et de ses autres parfums iconiques *J'adore* et *Miss Dior*. Le rouge à lèvres *Rouge Dior* contribue également à la performance de la Maison. L'activité de Guerlain est très soutenue, avec le succès d'*Abeille Royale* en soin et de *Rouge G* en maquillage. Parfums Givenchy poursuit une belle expansion, tirée par le maquillage et son nouveau parfum féminin *L'Interdit*. Fresh est en forte croissance.

Le groupe d'activités **Montres & Joaillerie** réalise sur les neuf premiers mois de 2018 une croissance organique de 14 % de ses ventes. Bvlgari accomplit une excellente performance et gagne des parts de marché. Ses collections joaillères et horlogères emblématiques *Serpenti*, *Diva*, *B.Zero1*, *Lycea* et *Octo* connaissent une belle dynamique ; la nouvelle ligne de haute joaillerie *Wild Pop*, lancée au début de l'été, poursuit son expansion. Chaumet et Fred sont en progression soutenue. Dans le secteur horloger, TAG Heuer continue de développer ses lignes iconiques. Hublot, qui enregistre une forte progression, ouvre sa première boutique en propre à Londres.

L'activité **Distribution sélective** réalise une croissance organique de 8 % de ses ventes sur les neuf premiers mois de 2018. Elle ressort à 14 % en excluant l'arrêt des concessions aéroportuaires à Hong Kong. Sephora enregistre une forte croissance organique de ses ventes, en particulier en Amérique du Nord et en Asie. L'extension et la rénovation de son réseau de distribution se poursuit avec notamment un nouveau concept de magasin en Chine et un premier magasin à l'enseigne Sephora en Russie. DFS réalise une excellente performance, en particulier à Hong Kong et Macao. Les ouvertures récentes de T Galleria au Cambodge et en Italie connaissent de belles avancées.

PERSPECTIVES

Dans un contexte géopolitique et monétaire incertain, LVMH continuera de faire preuve de vigilance. Le Groupe poursuivra sa stratégie centrée sur l'innovation et une expansion géographique ciblée dans les marchés les plus porteurs. LVMH compte sur le dynamisme de ses marques et le talent de ses équipes pour renforcer encore en 2018 son avance sur le marché mondial du luxe.

Au cours du trimestre et à la date de ce jour, il n'y a pas eu d'évènement ou de changement de nature à affecter de façon significative la structure financière du Groupe.
Information réglementée liée à ce communiqué et présentation disponibles sur www.lvmh.fr.

ANNEXE

LVMH – Ventes par groupe d'activités et par trimestre

Ventes 2018 (en millions d'euros)

<i>Année 2018</i>	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres activités et éliminations	Total
Premier trimestre	1 195	4 270	1 500	959	3 104	(174)	10 854
Deuxième trimestre	1 076	4 324	1 377	1 019	3 221	(121)	10 896
Premier semestre	2 271	8 594	2 877	1 978	6 325	(295)	21 750
Troisième trimestre	1 294	4 458	1 533	1 043	3 219	(168)	11 379
Neuf premiers mois	3 565	13 052	4 410	3 021	9 544	(463)	33 129

Ventes 2018 (croissance organique par rapport à la même période de 2017)

<i>Année 2018</i>	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres activités et éliminations	Total
Premier trimestre	+10%	+16%	+17%	+20%	+9%	-	+13%
Deuxième trimestre	+3%	+13%	+14%	+12%	+9%	-	+11%
Premier semestre	+7%	+15%	+16%	+16%	+9%	-	+12%
Troisième trimestre	+7%	+14%	+11%	+10%	+5%	-	+10%
Neuf premiers mois	+7%	+14%	+14%	+14%	+8%	-	+11%

Ventes 2017 (en millions d'euros)

<i>Année 2017</i>	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres activités et éliminations	Total
Premier trimestre	1 196	3 405	1 395	879	3 154	(145)	9 884
Deuxième trimestre	1 098	*3 494	1 275	959	3 126	(122)	*9 830
Premier semestre	2 294	6 899	2 670	1 838	6 280	(267)	19 714
Troisième trimestre	1 220	3 939	1 395	951	3 055	(179)	10 381
Neuf premiers mois	3 514	10 838	4 065	2 789	9 335	(446)	30 095

* Inclut la totalité des ventes de Rimowa pour le premier semestre 2017.

LVMH

LVMH

LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton est présent dans les Vins & 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, Colgin Cellars, Hennessy, Glenmorangie, Ardbeg, Belvedere, Woodinville, Volcán de Mi Tierra, Chandon, Cloudy Bay, Terrazas de los Andes, Cheval des Andes, Cape Mentelle, Newton, Bodega Numanthia et Ao Yun. Le secteur Mode et Maroquinerie inclut les marques Louis Vuitton, Christian Dior Couture, Celine, Loewe, Kenzo, Givenchy, Thomas Pink, Fendi, Emilio Pucci, Marc Jacobs, Berluti, Nicholas Kirkwood, Loro Piana et RIMOWA. 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 et Maison Francis Kurkdjian. Le groupe d'activités Montres & Joaillerie est constitué des marques Bvlgari, TAG Heuer, Chaumet, Dior Montres, 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 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 de référence 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. 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

Analystes et investisseurs Chris Hollis LVMH + 33 1 4413 2122	Media Jean-Charles Tréhan LVMH + 33 1 4413 2620
---	---

CONTACTS MEDIA

France Michel Calzaroni, Olivier Labesse, Hugues Schmitt, Thomas Roborel de Climens DGM Conseil + 33 1 4070 1189	Italie Michele Calcaterra, Matteo Steinbach SEC and Partners + 39 02 6249991
UK Hugh Morrison, Charlotte McMullen Montfort Communications + 44 7921 881 800	US James Fingerroth, Molly Morse, Anntal Silver Kekst & Company + 1 212 521 4800