



LVMH

Résultats
annuels
2024

28 janvier 2025

DIOR

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



Performance solide de LVMH malgré un contexte économique mondial défavorable

84,7 Mds€

VENTES 2024

+1 %*

19,6 Mds€

RESULTAT OPERATIONNEL
COURANT 2024

-14%

* organique

La poursuite de la croissance organique des ventes

Une marge opérationnelle excédant largement les niveaux pré-Covid

Un impact de change négatif élevé sur le résultat, notamment sur la Mode et Maroquinerie, et sur les Vins et Spiritueux

Une progression de l'activité en Europe et aux Etats-Unis

Une croissance exceptionnelle au Japon liée notamment aux achats des voyageurs chinois

Grande solidité de la Mode et Maroquinerie

Performance des Vins et Spiritueux, reflétant la normalisation continue de la demande entamée en 2023

Innovation soutenue en Montres et Joaillerie, poursuite des investissements en communication et dans l'évolution des boutiques

Parfums et Cosmétiques portés par la croissance solide des parfums

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



De nouvelles avancées dans nos engagements

Une capacité à mener des combats essentiels

Respecter la dignité et la singularité de chacun

48 %

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

1,9 %

de personnes en situation de handicap
dans les effectifs du Groupe
Objectif d'ici 2025 : 2 %

Transmettre les savoir-faire du patrimoine de l'humanité

> 3 300

apprentis formés par l'Institut des Métiers d'Excellence dans 8 pays (France, Suisse, Italie, Espagne, Japon, Allemagne, Chine et États-Unis), depuis sa création en 2014

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

100 %

des Maisons engagées dans la politique Fair Wage

Près de **50 000**

collaborateurs ont souscrit au premier plan d'actionnariat salarié du Groupe

100 %

des collaborateurs couverts par le LVMH Heart Fund

S'engager pour une société meilleure

93 %

des collaborateurs ont la possibilité de s'engager pour une action au bénéfice de l'intérêt général au travers de leur Maison
Objectif d'ici 2025 : 100%

Placer l'environnement au cœur de la créativité

Climat

-55 %

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

71 % (+ 8 pts)

Part de l'énergie renouvelable et bas carbone dans le mix énergétique LVMH
Objectif LIFE 360 d'ici 2026 : 100%

Traçabilité

100 % 76 % 98 % 99,7 %

Vignobles français Coton Cuir Diamants

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

Biodiversité

3,8 millions

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

-10 %

Réduction des prélèvements en eau pour la production des sites et des ateliers
Objectif LIFE 360 d'ici 2030 : -30%

Circularité créative

31 %

des matières à l'origine des produits des Maisons et de leurs emballages désormais issues de procédés de recyclage

Données au 31/12/2024



02

Revue
des groupes
d'activités

Vins & Spiritueux – Poursuite de la normalisation de la demande amorcée en 2023



VENTES
CHAMPAGNE
& VINS

- 3 %

Organique

Champagne & Vins

- Normalisation de la demande en volume
- Impact sur le résultat d'une vendange faible en Champagne en raison du temps peu clément du début de l'été
- Nouveau site exceptionnel Ruinart, au 4 rue des Crayères à Reims
- Bonne dynamique des rosés, en particulier Château d'Esclans aux Etats-Unis
- Investissement dans les vins pétillants sans alcool avec French Bloom



VENTES
COGNAC
& SPIRITUEUX

- 14 %

Organique

Cognac & Spiritueux

- Hennessy pénalisé par une demande locale plus faible
- Lancement réussi du whisky SirDavis créé par Beyoncé Knowles-Carter en partenariat avec LVMH
- Innovation continue pour Glemnorangie et Ardbeg
- Belvedere : nouvelle communication pour la vodka *Belvedere 10* ; première maison de LVMH certifiée ISO 46001 pour sa gestion de l'eau

Mode & Maroquinerie – Bonne résistance



Louis Vuitton

- Célébration des 10 ans de création de Nicolas Ghesquière
- Défilé de Pharrell Williams à la Maison de l'UNESCO à Paris
- Succès du nouveau flagship à New York pour une expérience immersive dans l'univers de Louis Vuitton
- Nombreuses nouveautés en maroquinerie : *Neverfull Inside Out*, *Low Key* et *Speedy P9*
- Malles des ateliers d'Asnières pour les torches et médailles Olympiques et Paralympiques de Paris 2024
- Partenaire de la 37e édition de l'America's Cup à Barcelone



Christian Dior

- Défilés inspirants à l'occasion des nouvelles collections de Maria Grazia Chiuri et Kim Jones
- Collection de Haute Joaillerie *Diorama & Diorigami* et ligne *My Dior* par Victoire de Castellane
- Exposition « L'Or de Dior » à Pékin et événement « Christian Dior Designer of Dreams » à Riyad
- Façades spectaculaires du 30 Montaigne à Paris et de la nouvelle *Dior Gold House* à Bangkok à l'occasion des fêtes de fin d'année



Loro Piana

Succès continu de la nouvelle silhouette et de ses icônes ; excellent accueil du nouveau sac *Loom* ; forte visibilité chez Harrods avec « Workshop of Wonders »

Celine

Annonce de l'arrivée en 2025 du nouveau Directeur Artistique Michael Rider ; développement de la ligne *Triomphe* ; nouveau rouge à lèvres *Le Rouge Celine*

Loewe

Créativité audacieuse de Jonathan Anderson ; succès du sac *Flamenco* ; première grande exposition à Shanghai

Fendi

Lancement de *Peekaboo Soft* ; nouvelle collection de sept parfums exclusifs

Marc Jacobs 40^e anniversaire de la Maison ; lancement de *The Mini Bag*

Rimowa

Lancement de l'*Original Bag* ; déploiement de son programme Re-Crafted

Berluti

Succès de l'iconique *Fast Track* ; tenues de l'équipe de France pour les cérémonies d'ouverture des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024



Parfums & Cosmétiques – Forte dynamique du parfum ; poursuite d’une distribution sélective



Parfums Christian Dior

- Succès continu de *Sauvage*, enrichi par *Sauvage Eau Forte* et de *Miss Dior* avec sa nouvelle édition *Le Parfum*
- Rihanna, nouvelle égérie de *J'adore*
- Lancement prometteur des *Esprits de Parfum* dans la *Collection Privée Christian Dior*
- Succès en maquillage des innovations de la gamme *Forever*
- Progression du soin *Prestige*, notamment en Asie
- Partenariat avec le WWF pour des projets de restauration d’espaces naturels



- Guerlain** Succès de la collection de Haute Parfumerie *L’Art & La Matière* ; enrichissement de la collection *Aqua Allegoria* avec *Florabloom* ; bonne performance en maquillage du rouge à lèvres *Rouge G* et de *KissKiss*
- Parfums Givenchy** Réussite du lancement de *L’Interdit Absolu* ; excellent accueil du relancement de la poudre *Prisme Libre*
- Benefit** Extension de la ligne *Precisely, My Brow*, confirmant son leadership dans le domaine des sourcils ; bonne dynamique du blush liquide *Benetint*
- Fresh** Accent sur les lignes emblématiques, notamment *Black Tea* et *Kombucha*



Maison Francis Kurkdjian

Acqua di Parma

Fenty Beauty

Officine Universelle Buly



Nouvel écrin parisien rue François 1^{er} ; succès continu de la fragrance *Baccarat Rouge 540*

Nouvelle édition limitée *Mandarino Millesimato*

Nouvelle gamme de produits capillaires *Fenty Hair* ; lancement sur le marché chinois

Nouveaux nécessaires de beauté, proposés notamment à bord du Venice Simplon-Orient-Express

Montres & Joaillerie – Innovation continue en joaillerie et en horlogerie



Tiffany & Co.

- Record historique de ventes du Landmark NY 5th Av.
- Rénovation de près d'un quart du réseau de boutiques avec le nouveau concept
- Succès du déploiement de la campagne « With Love, since 1837 », soutenant les lignes iconiques *Tiffany T*, *Lock*, *HardWear* et *Knot*
- Céleste, nouvelle collection de Haute Joaillerie *Blue Book 2024*
- 50^{ème} anniversaire des premières créations d'Elsa Peretti avec la manchette *Bone Cuff* et sa version déclinée en bague



Bulgari

- Pièces exceptionnelles pour la nouvelle collection de Haute Joaillerie *Aeterma* dévoilée à l'occasion du 140^{ème} anniversaire de la Maison
- Nouvelle collection *Tubogas*, inspirée de son icône des années 1950
- Nouveau record mondial de finesse pour la montre *Octo Finissimo Ultra COSC*
- Ouvertures de flagships à Costa Mesa, Dubaï, Riyad, Bangkok et Paris



TAG Heuer Nouvelle complication horlogère avec la *Monaco Rattrapante Split-Seconds* ; à nouveau, Chronomètreur Officiel de la Formula 1® (à partir de 2025)

Hublot Chronomètreur Officiel de l'UEFA EURO 2024™

Zenith Extension des lignes *Defy* et *Chronomaster*

Chaumet Création des médailles des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 ; développement de *Bee My Love* et nouvelle collection de Haute Joaillerie *Chaumet en scène*

Fred Nouvelle collection *Monsieur Fred Ideal Light* ; lancement des colliers *Pretty Woman Sunlight Message*

L'Épée 1839 Acquisition de la prestigieuse manufacture suisse dédiée à la fabrication d'horloges haut de gamme



Distribution sélective – Performance remarquable de Sephora ; DFS encore pénalisé par la conjoncture internationale



Sephora

- Croissance à deux chiffres de ses ventes et résultats
- Gains de parts de marché, notamment en Amérique du Nord, en France, en Italie, au Moyen-Orient et en Amérique latine
- Forte dynamique au Royaume-Uni avec 5 nouvelles boutiques en 2024, dont une à Birmingham
- Déploiement mondial de l'événement « SEPHORiA »
- Partenaire du Relais de la Flamme aux Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024
- Engagement fort en matière de diversité et inclusion



DFS

- Ventes toujours inférieures au niveau pré-Covid
- Bonne performance au Japon et dans les aéroports américains mais baisse sur des destinations phares comme Hong Kong et Macao
- Démarrage du projet de la Galleria de Yalong Bay à Hainan
- Arrêt prévu en 2025 de l'activité de la Galleria de Venise



Le Bon Marché

- Concepts exclusifs différenciants et offre variée
- Croissance continue des clientèles nationales et touristiques
- Riche programmation culturelle avec les expositions « Aux Beaux Carrés : travaux in situ », « Tous Fadas sur la Rive Gauche » et « Paris Paris » et le spectacle nocturne « Entre Chiens et Louves »

03

Perspectives
2025



Perspectives 2025 : accroître encore le leadership mondial de LVMH



Confiance

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

Créativité et excellence

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



Vigilance

Maintenir la vigilance dans le contexte économique et géopolitique actuel

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



Esprit d'entreprise

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





04

Jean-Jacques
Guiony

Chiffres clés 2024

VENTES

84,7 Mds€

+ 1% *

* Croissance organique par rapport à 2023

RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT

19,6 Mds€

- 14 %

MARGE OPÉRATIONNELLE

23,1%

CASH FLOW DISPONIBLE D'EXPLOITATION

10,5 Mds€
+ 29 %

INVESTISSEMENTS D'EXPLOITATION

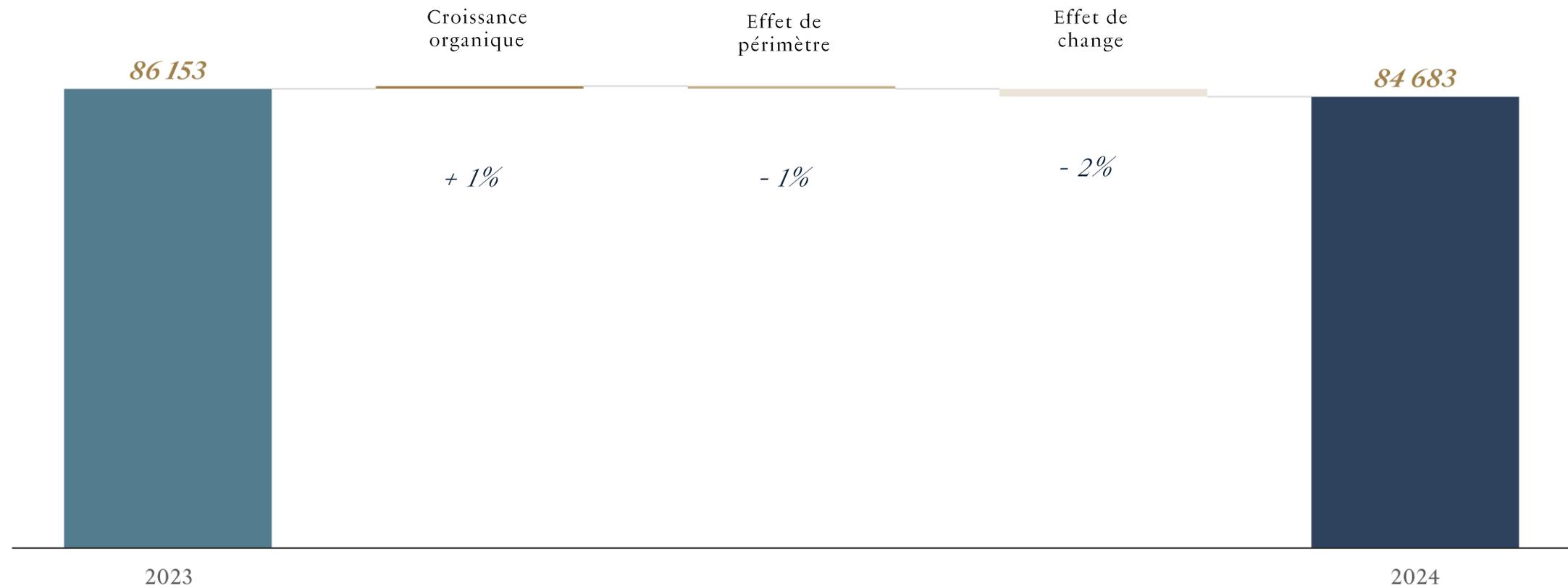
5,5 Mds€

RATIO D'ENDETTEMENT NET SUR CAPITAUX PROPRES

13,3%

Poursuite de la croissance organique des ventes

Évolution des ventes (en millions d'euros)

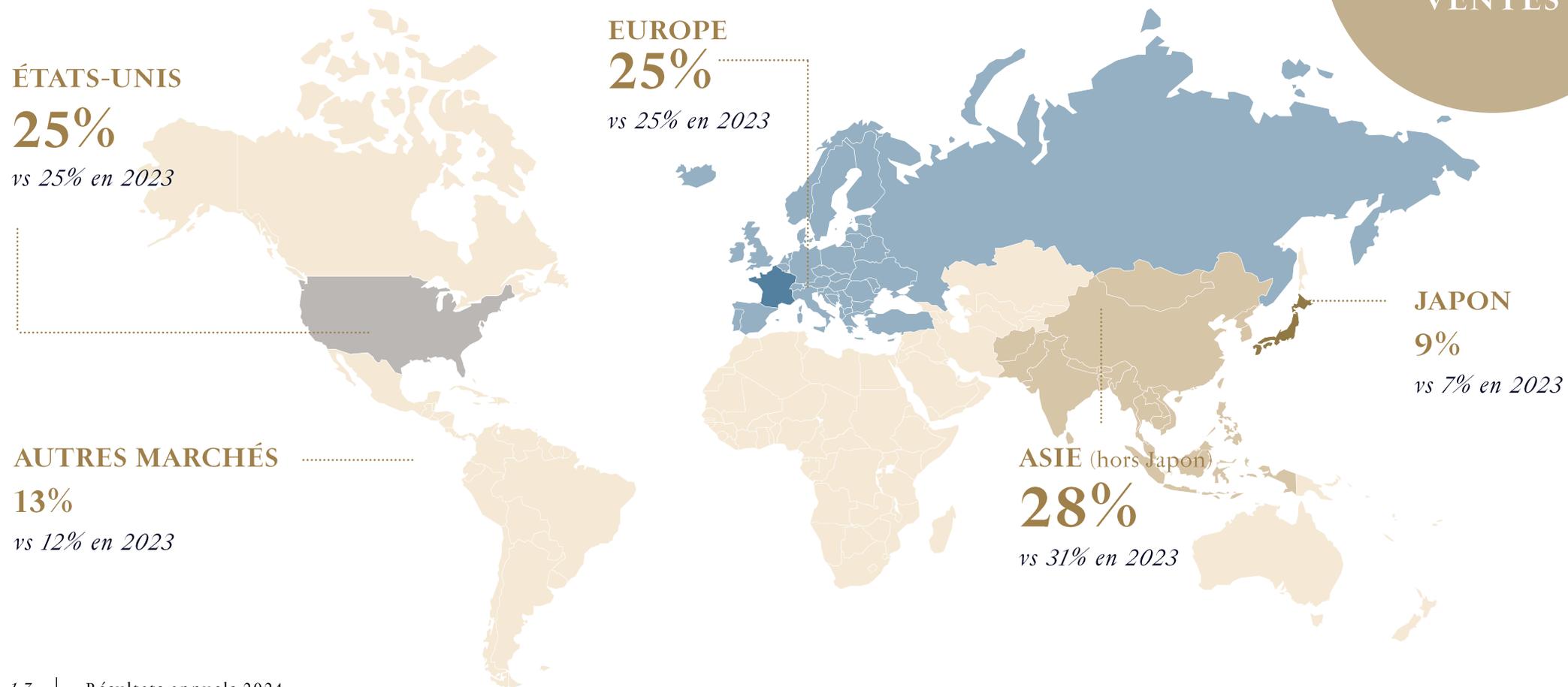


Les principes de détermination des effets de l'évolution des parités monétaires sur les ventes des entités en devises et des variations de périmètre sont décrits en page 9 du Document financier 2024.

Un bon équilibre géographique des ventes

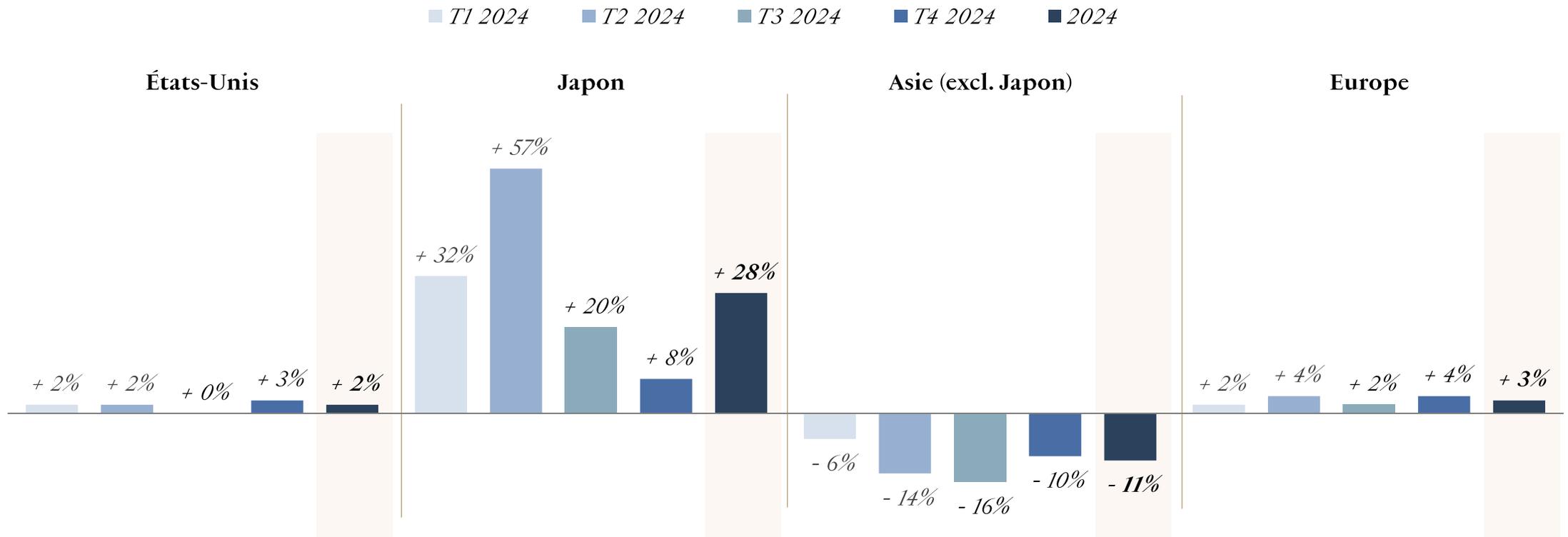
84,7 Mds€
VENTES

Répartition des ventes 2024 par région (en %)



Europe et Etats-Unis en croissance ; Japon en progression à deux chiffres en 2024 malgré le ralentissement du S2, essentiellement lié à la hausse du yen

Évolution organique trimestrielle des ventes par région (en %) par rapport à la même période de 2023



Des évolutions contrastées selon les activités

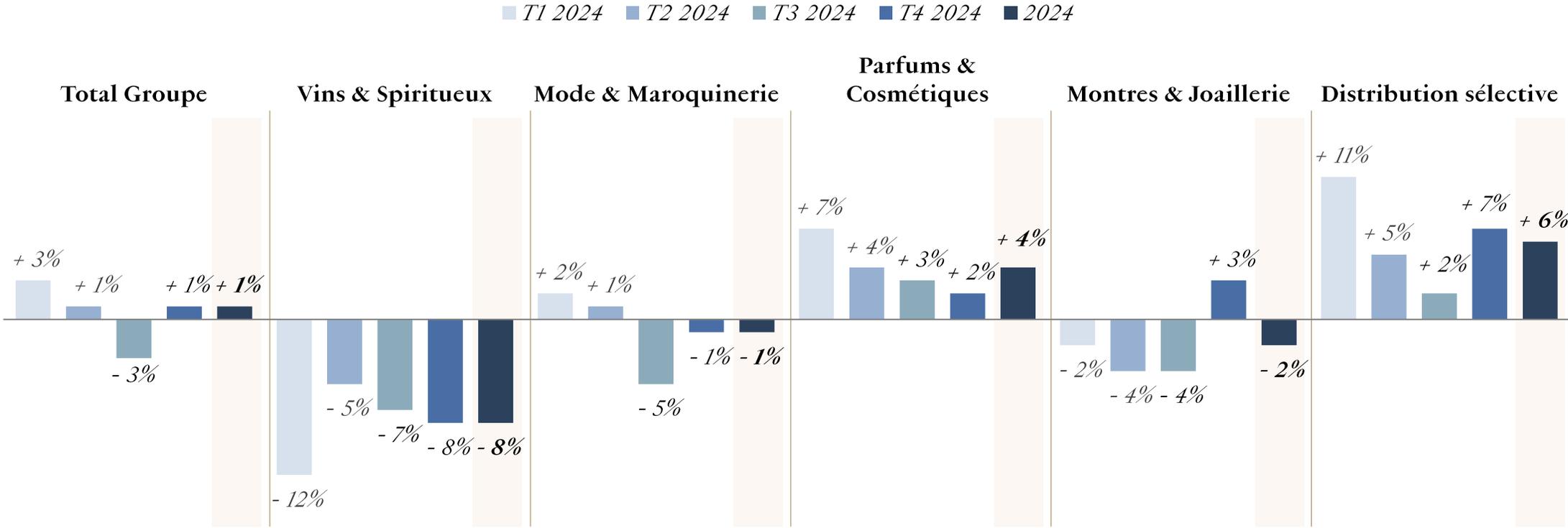
Ventes 2024 par groupe d'activités (en millions d'euros)

	2023	2024	2024 vs 2023	
			Croissance publiée	Croissance organique*
<i>Vins & Spiritueux</i>	6 602	5 862	- 11 %	- 8 %
<i>Mode & Maroquinerie</i>	42 169	41 060	- 3 %	- 1 %
<i>Parfums & Cosmétiques</i>	8 271	8 418	+ 2 %	+ 4 %
<i>Montres & Joaillerie</i>	10 902	10 577	- 3 %	- 2 %
<i>Distribution sélective</i>	17 885	18 262	+ 2 %	+ 6 %
<i>Autres activités et éliminations</i>	324	504	-	-
Total LVMH	86 153	84 683	- 2 %	+ 1 %

* À structure et taux de change comparables. Pour le Groupe, l'effet périmètre par rapport à 2023 est de -1 % et l'effet de change est de -2 %.

Une amélioration des tendances au T4 par rapport au T3 pour les activités Retail

Croissance organique des ventes par groupe d'activités (en %), par rapport à la même période de 2023



Une marge opérationnelle courante de 23,1 %, excédant largement les niveaux pré-Covid

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

	2023	2024	Variation vs 2023
<i>Vins & Spiritueux</i>	2 109	1 356	- 36 %
<i>Mode & Maroquinerie</i>	16 836	15 230	- 10 %
<i>Parfums & Cosmétiques</i>	713	671	- 6 %
<i>Montres & Joaillerie</i>	2 162	1 546	- 28 %
<i>Distribution sélective</i>	1 391	1 385	0 %
<i>Autres activités et éliminations</i>	(409)	(617)	-
Total LVMH	22 802	19 571	- 14 %
<i>Marge opérationnelle (%)</i>	26,5%	23,1%	

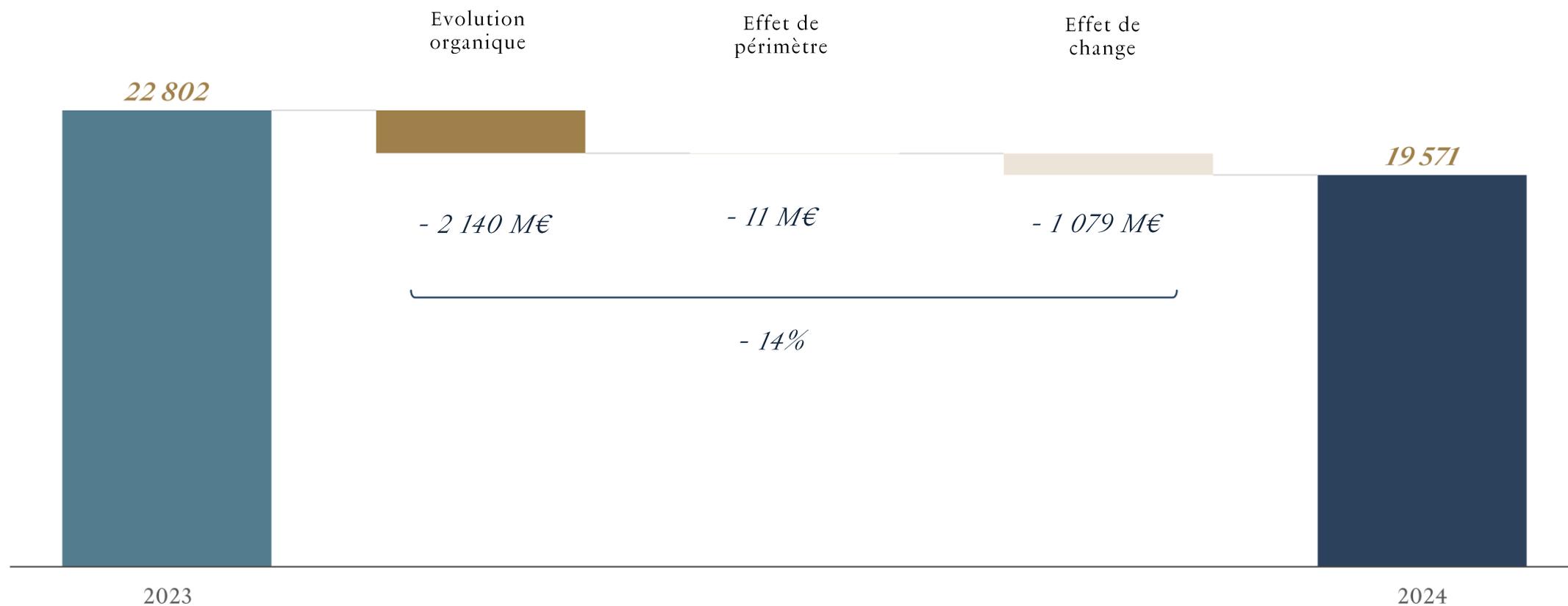
Un résultat net part du Groupe de 12,6 milliards d'euros

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

	2023	2024	Variation vs 2023
<i>Ventes</i>	86 153	84 683	- 2 %
<i>Marge brute</i>	59 277	56 765	- 4 %
<i>Charges commerciales</i>	(30 768)	(31 002)	+ 1 %
<i>Charges administratives</i>	(5 714)	(6 220)	+ 9 %
<i>Part des MEE</i>	7	28	-
<i>Résultat opérationnel courant</i>	22 802	19 571	- 14 %
<i>Autres produits et charges opérationnels</i>	(242)	(664)	-
<i>Résultat opérationnel</i>	22 560	18 907	- 16 %
<i>Résultat financier</i>	(935)	(792)	- 15 %
<i>Impôt sur les bénéfices</i>	(5 673)	(5 157)	- 9 %
<i>Résultat net avant part des minoritaires</i>	15 952	12 958	- 19 %
<i>Part des minoritaires</i>	(778)	(408)	- 48 %
Résultat net part du Groupe	15 174	12 550	- 17 %

Une baisse du résultat opérationnel liée en partie aux effets de change

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



Un résultat financier reflétant la volatilité des marchés financiers

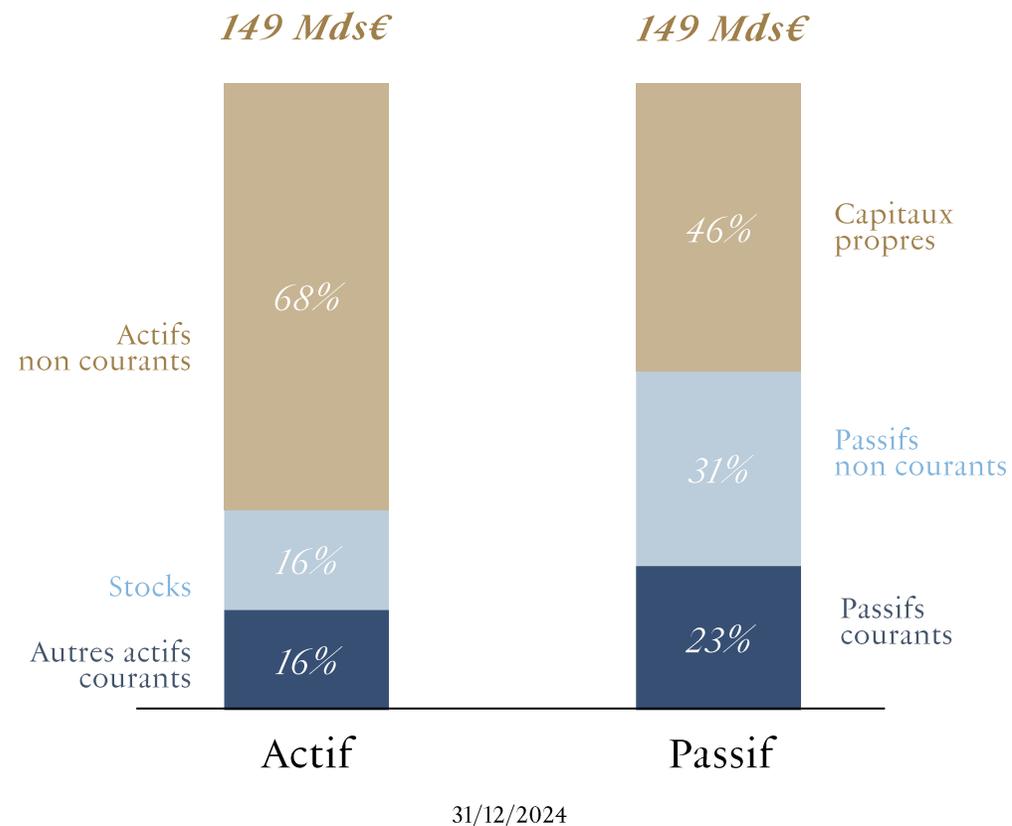
Évolution du résultat financier (en millions d'euros)

	2023	2024	Variation (M€)
<i>Coût de la dette financière nette</i>	(367)	(442)	- 75
<i>Intérêts sur dettes locatives</i>	(393)	(510)	- 117
<i>Coût des dérivés de change</i>	(399)	(282)	+ 117
<i>Effet des réévaluations des investissements et placements financiers</i>	263	481	+ 218
<i>Autres</i>	(39)	(39)	-
Résultat financier	(935)	(792)	+ 143

Une structure financière solide

Évolution par rapport à fin 2023

- Baisse des immobilisations incorporelles en raison principalement des effets négatifs de la revalorisation des engagements d'achat d'intérêts minoritaires
- Hausse des immobilisations corporelles liée aux investissements d'exploitation, notamment dans le réseau de boutiques et dans les outils de production
- Progression contenue du niveau des stocks
- Progression des capitaux propres liée au résultat net, net des distributions de dividendes



Un cash flow disponible d'exploitation de 10,5 milliards d'euros en forte progression

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

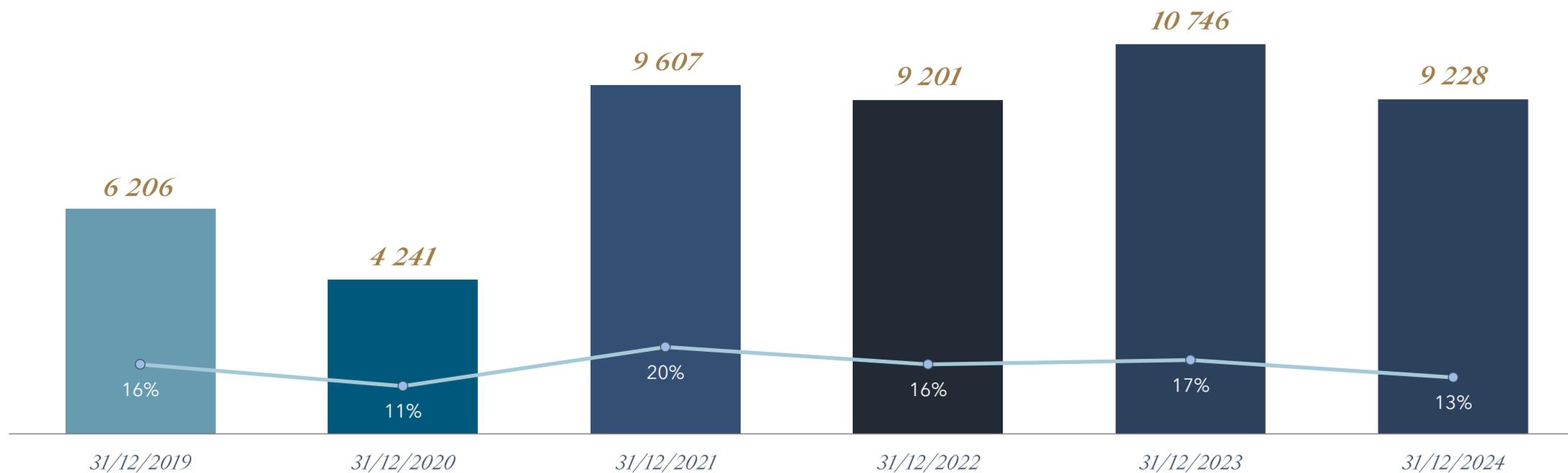
	2023	2024	Variation (M€)
<i>Capacité d'autofinancement</i>	29 520	27 220	- 2 300
<i>Intérêts payés sur la dette financière nette</i>	(457)	(357)	+ 100
<i>Intérêts payés sur les dettes locatives</i>	(356)	(483)	- 127
<i>Impôt payé</i>	(5 730)	(5 531)	+ 199
<i>Variation du BFR</i>	(4 577)	(1 925)	+ 2 652
<i>Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation</i>	18 400	18 924	+ 524
<i>Investissements d'exploitation</i>	(7 478)	(5 531)	+ 1 947
<i>Remboursements des dettes locatives</i>	(2 818)	(2 915)	- 97
Cash flow disponible d'exploitation*	8 104	10 478	+ 2 374

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

Un ratio d'endettement net sur capitaux propres de 13,3 %

Endettement net (en millions d'euros)

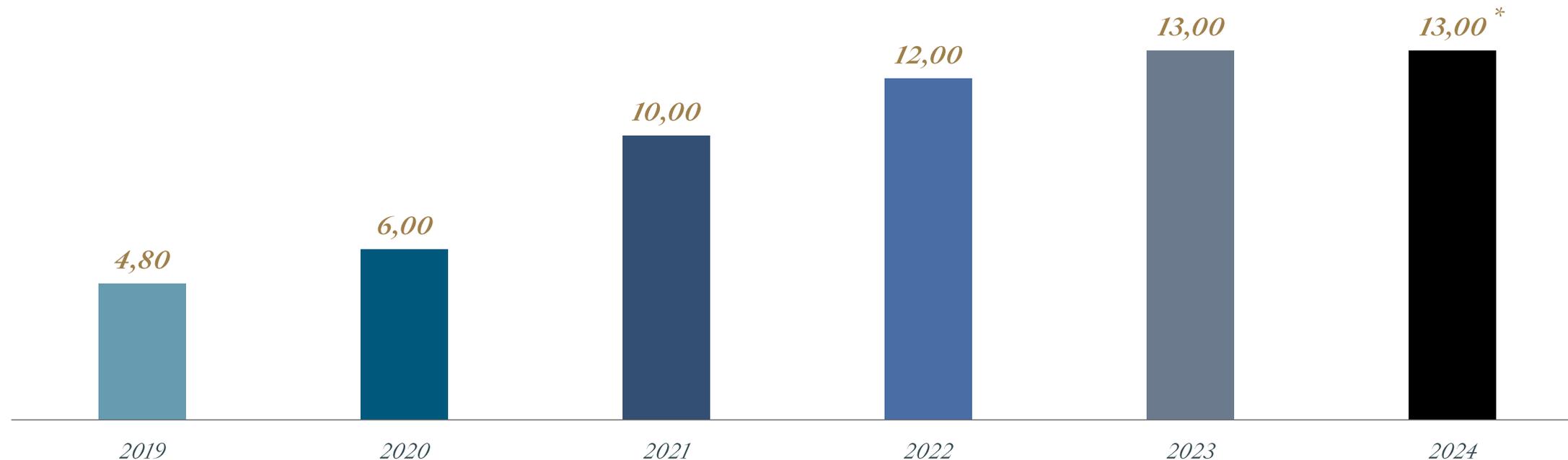
—○— *Gearing*



Un dividende au titre de l'exercice 2024 de 13€

Dividende brut par action (en euros)

Croissance moyenne annuelle sur 5 ans **+22 %**



* Proposé à l'Assemblée Générale du 17 avril 2025

05

Annexes

Ventes trimestrielles par activité – Évolution organique (en %)

2024 vs 2023	T1 2024	T2 2024	S1 2024	T3 2024	T4 2024	S2 2024	2024
Vins & Spiritueux	- 12%	- 5%	- 9%	- 7%	- 8%	- 8%	- 8%
Mode & Maroquinerie	+ 2%	+ 1%	+ 1%	- 5%	- 1%	- 3%	- 1%
Parfums & Cosmétiques	+ 7%	+ 4%	+ 6%	+ 3%	+ 2%	+ 2%	+ 4%
Montres & Joaillerie	- 2%	- 4%	- 3%	- 4%	+ 3%	+ 0%	- 2%
Distribution sélective	+ 11%	+ 5%	+ 8%	+ 2%	+ 7%	+ 5%	+ 6%
Total LVMH	+ 3%	+ 1%	+ 2%	- 3%	+ 1%	- 1%	+ 1%

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%

Ventes trimestrielles par activité (en millions d'euros)

2024	Champagnes & Vins	Cognac & Spiritueux	Vins & Spiritueux	Mode & Maroquinerie	Parfums & Cosmétiques	Montres & Joaillerie	Distribution sélective	Autres activités et éliminations	Total
T1 2024	680	736	1 417	10 490	2 182	2 466	4 175	(36)	20 694
T2 2024	715	676	1 391	10 281	1 953	2 685	4 457	216	20 983
S1 2024	1 395	1 413	2 807	20 771	4 136	5 150	8 632	181	41 677
T3 2024	748	638	1 386	9 151	2 012	2 386	3 927	214	19 076
T4 2024	1 037	632	1 669	11 139	2 270	3 041	5 703	108	23 930
S2 2024	1 785	1 270	3 055	20 289	4 283	5 427	9 630	323	43 006
2024	3 180	2 683	5 862	41 060	8 418	10 577	18 262	504	84 683

2023	Champagnes & Vins	Cognac & Spiritueux	Vins & Spiritueux	Mode & Maroquinerie	Parfums & Cosmétiques	Montres & Joaillerie	Distribution sélective	Autres activités et éliminations	Total
T1 2023	796	899	1 694	10 728	2 115	2 589	3 961	(52)	21 035
T2 2023	788	699	1 486	10 434	1 913	2 839	4 394	140	21 206
S1 2023	1 583	1 597	3 181	21 162	4 028	5 427	8 355	87	42 240
T3 2023	777	731	1 509	9 750	1 993	2 524	4 076	113	19 964
T4 2023	1 100	812	1 912	11 257	2 250	2 951	5 454	124	23 948
S2 2023	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

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.



LVMH

Résultats
annuels
2024

28 janvier 2025

DIOR