

## ***Nouveaux records pour LVMH en 2021***

***Croissance organique des ventes +36%***

***dont Mode et Maroquinerie + 47% (et + 51% vs 2019 au T4).***

***Doublement du résultat opérationnel.***

Paris, le 27 janvier 2022

LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton, leader mondial des produits de luxe, réalise en 2021 des ventes de 64,2 milliards d'euros, en hausse de 44 % par rapport à 2020 et de 20 % par rapport à 2019. La croissance organique des ventes s'établit à 36 % par rapport à 2020 et à 14 % comparée à 2019. L'année confirme un retour à une forte dynamique de croissance après un premier semestre 2020 fortement perturbé par la pandémie mondiale.

Avec une croissance organique des ventes au quatrième trimestre de 22 % par rapport à 2019, le Groupe connaît une accélération de son activité. La Mode et Maroquinerie en particulier, qui atteint des niveaux records sur la période, enregistre une croissance organique de 51 % par rapport à 2019. Les Etats-Unis et l'Asie sont en forte hausse depuis le début de l'année tandis que l'Europe, qui connaît une reprise progressive, renoue au quatrième trimestre avec la croissance comparée à 2019.

Le résultat opérationnel courant 2021, qui s'établit à 17 151 millions d'euros, a plus que doublé par rapport à 2020 et est en hausse de 49 % par rapport à 2019. La marge opérationnelle courante ressort à 26,7 %, en hausse de 8 points par rapport à 2020 et de 5 points par rapport à 2019. Le résultat net part du Groupe s'élève pour sa part à 12 036 millions d'euros, en croissance de 156 % par rapport à 2020 et de 68 % par rapport à 2019. Le cash-flow disponible d'exploitation, qui dépasse les 13 milliards d'euros, est plus de 2 fois supérieur à celui de 2020 et de 2019.

M. Bernard Arnault, Président-Directeur Général de LVMH, a déclaré : « LVMH a réalisé en 2021 une performance remarquable dans un contexte de sortie progressive de la crise sanitaire. Les résultats records du Groupe n'auraient pas pu être atteints sans l'efficacité et la capacité exceptionnelle d'adaptation de nos équipes qui ont su notamment maintenir le lien avec nos clients malgré la crise et continuer à faire rêver. 2021 aura été également une année tragique pour LVMH avec la disparition de Virgil Abloh dont je tiens à saluer le génie créatif. Son immense talent visionnaire et sa grande sagesse marqueront à jamais l'histoire de notre Groupe. Notre objectif d'une performance financière solide et notre quête sans relâche d'excellence ne nous font pas oublier notre engagement quotidien d'agir pour rendre le monde meilleur. De nombreuses actions en faveur de la biodiversité, de la protection de la nature, de la préservation des savoir-faire ont ainsi été menées en 2021 par le Groupe et ses Maisons, et se poursuivront dans les années à venir. Malgré les incertitudes qui demeurent en ce début d'année encore perturbé sur le plan sanitaire, nous abordons 2022 avec confiance et sommes convaincus que LVMH est en excellente position pour renforcer encore son avance sur le marché mondial du luxe. »

L'année 2021 a été marquée par :

- Une année record, en particulier pour les plus grandes marques,
- Le grand succès du champagne et du Cognac,
- Une performance exceptionnelle de l'activité Mode et Maroquinerie, en particulier de Louis Vuitton, Christian Dior, Fendi, Celine et Loewe, qui atteignent des niveaux records de ventes et de rentabilité,
- Le succès planétaire du parfum *Sauvage* de Christian Dior,
- Une croissance forte des ventes en Asie et aux Etats-Unis et une reprise progressive de l'Europe,
- Le succès de l'intégration, dès sa première année dans le Groupe, de Tiffany, qui réalise une performance record,
- La bonne progression des autres maisons de Montres et de Joaillerie,
- La poursuite de la croissance des ventes en ligne,
- Net rebond de Sephora,
- Des activités de « travel retail » encore pénalisées par les voyages internationaux,
- Un niveau record de cash-flow disponible d'exploitation,
- Des investissements bruts de plus de 3 milliards d'euros.

# LVMH

## Chiffres clés

<i>En millions d'euros</i>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>Variation 2021/2020</b>	<b>Variation 2021/2019</b>
Ventes	44 651	64 215	+ 44 %	+ 20 %
Résultat opérationnel courant	8 305	17 151	+ 107 %	+ 49 %
Résultat net (part du Groupe)	4 702	12 036	+ 156 %	+ 68 %
Cash flow disponible d'exploitation	6 117	13 531	+ 121 %	+ 119 %
Dette financière nette	4 241	9 607	+ 127 %	+ 54 %
Capitaux propres	38 829	48 909	+ 26 %	+ 27 %

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

<i>En millions d'euros</i>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>Variation 2021/2020</b>		<b>Variation 2021/2019</b>
			<b>Publiée</b>	<b>Organique*</b>	<b>Organique</b>
Vins & Spiritueux	4 755	5 974	+ 26 %	+ 26 %	+ 9 %
Mode & Maroquinerie	21 207	30 896	+ 46 %	+ 47 %	+ 42 %
Parfums & Cosmétiques	5 248	6 608	+ 26 %	+ 27 %	- 1 %
Montres & Joaillerie	3 356	8 964	+ 167 %	+ 40 %	+ 7 %
Distribution sélective	10 155	11 754	+ 16 %	+ 18 %	- 18 %
Autres activités et éliminations	(70)	19	-	-	-
<b>Total LVMH</b>	<b>44 651</b>	<b>64 215</b>	<b>+ 44 %</b>	<b>+ 36 %</b>	<b>+ 14 %</b>

\* à structure et taux de change comparables. Pour le Groupe, l'effet périmètre par rapport à 2020 est de +10 % lié principalement à la consolidation pour la première fois dans les comptes de Tiffany & Co et l'effet de change est de - 2 %.

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

<i>En millions d'euros</i>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>Variation 2021/2020</b>	<b>Variation 2021/2019</b>
Vins & Spiritueux	1 388	1 863	+ 34 %	+ 8 %
Mode & Maroquinerie	7 188	12 842	+ 79 %	+ 75 %
Parfums & Cosmétiques	80	684	x 8,6	0 %
Montres & Joaillerie	302	1 679*	x 5,6	+ 128 %
Distribution sélective	(203)	534	na	- 62 %
Autres activités & éliminations	(450)	(451)	-	-
<b>Total LVMH</b>	<b>8 305</b>	<b>17 151</b>	<b>+ 107 %</b>	<b>+ 49 %</b>

\* périmètre non comparable.

**Vins et Spiritueux : demande très soutenue aux Etats-Unis et en Asie, reprise en Europe**

L'activité **Vins et Spiritueux** enregistre une croissance organique de 26 % de ses ventes en 2021 par rapport à 2020 et de 9 % par rapport à 2019. Le résultat opérationnel courant est en hausse de 34% par rapport à 2020. Le rebond de la consommation, dans un contexte d'approvisionnements déjà tendus, favorise un renforcement de la stratégie de création de valeur. Les volumes de champagne sont en hausse par rapport à 2019. Les progressions sont particulièrement fortes aux Etats-Unis et en Europe qui a bénéficié de la réouverture des restaurants et de la reprise progressive du tourisme régional. L'année marque l'intégration depuis le troisième trimestre de la Maison de Champagne de prestige Armand de Brignac, dans laquelle LVMH a pris une participation de 50 %. Le cognac Hennessy réalise une bonne performance avec une augmentation de ses volumes par rapport à 2019, en dépit d'approvisionnements tendus. La Chine et les Etats-Unis connaissent un fort rebond. Sur le marché porteur des vins rosés haut de gamme, Château d'Esclans accélère son développement et Château Galoupet poursuit sa conversion en viticulture biologique.

**Mode et Maroquinerie : performances exceptionnelles de Louis Vuitton, Christian Dior, Fendi, Celine et Loewe**

Le groupe d'activités **Mode et Maroquinerie** enregistre une croissance organique de 47 % de ses ventes en 2021 par rapport à 2020 et de 42 % par rapport à 2019. Avec une croissance organique de 51 % par rapport à 2019, le quatrième trimestre marque une accélération par rapport aux trimestres précédents. Le résultat opérationnel courant est en hausse de 79 % par rapport à 2020 et de 75 % par rapport à 2019. La fin d'année a été endeuillée par la disparition prématurée de Virgil Abloh, Directeur Artistique des Collections Homme de Louis Vuitton depuis mars 2018. La Maison a rendu hommage à la vie et à l'héritage de ce génie créatif avec le défilé de Miami, « Virgil Was Here ». Louis Vuitton, qui célèbre les 200 ans de la naissance de son fondateur, accomplit une performance remarquable, portée par le succès des créations de Nicolas Ghesquière pour l'univers féminin de la maison. Christian Dior Couture réalise une excellente année avec une croissance exceptionnelle de toutes ses catégories de produits auprès des clientèles locales. Les derniers défilés à Athènes ou Paris, mettant en lumière les collections inspirantes de Maria Grazia Chiuri et de Kim Jones, ont reçu un formidable accueil. A la suite de son immense succès à Paris, Londres et Shanghai, l'exposition *Christian Dior, Designer of Dreams* a été inaugurée à New York. Celine, grâce à Hedi Slimane et au succès de ses collections, et Fendi portée par le succès des collections de Kim Jones accomplissent une année record. Loewe, dynamisé par le talent de JW Anderson, et Marc Jacobs réalisent aussi une superbe performance.

**Parfums et Cosmétiques : sélectivité maintenue de la distribution, fort rebond du parfum et avancée rapide du soin**

L'activité **Parfums et Cosmétiques** enregistre une croissance organique de 27 % de ses ventes en 2021 par rapport à 2020. Les ventes sont stables, à périmètre et devises comparables par rapport à 2019. Le résultat opérationnel courant est près de 9 fois supérieur à 2020 et retrouve le niveau de 2019. Dans un environnement marqué par une reprise limitée des voyages internationaux et la fermeture de nombreux points de vente durant quelques mois, les grandes marques de LVMH continuent de faire le choix de maintenir la sélectivité de leur distribution, de limiter les promotions et de développer leurs ventes en ligne sur leur propre site internet. Christian Dior bénéficie de l'immense succès de *Miss Dior* et de *Sauvage*. *Sauvage* est devenu en 2021 le premier parfum vendu au monde (lignes Homme et Femme confondues), ce qui est une première mondiale pour un parfum masculin. Les développements soutenus de la *Collection Privée* ainsi que des soins *Prestige*, *Capture Totale* et *L'Or de Vie* contribuent également aux avancées de la Maison. Guerlain connaît une excellente performance portée par ses lignes de soin *Abeille Royale* et *Orchidée Impériale*. Maison Francis Kurkdjian poursuit sa dynamique de croissance rapide grâce au succès continu de *Rouge 540*, en particulier aux Etats-Unis. Officine Universelle Buly, qui se distingue par sa sélection de produits précieux, efficaces et authentiques, rejoint LVMH.

## **Montres et Joaillerie : fort rebond dans les boutiques en propre et intégration réussie de Tiffany**

L'activité **Montres et Joaillerie** enregistre une croissance de 167 % de ses ventes en 2021 grâce à Tiffany consolidé pour la première fois. Le résultat opérationnel courant est près de 6 fois supérieur à 2020 et est en hausse de 128 % par rapport à 2019. Pour sa première année dans le Groupe, Tiffany réalise une performance record en termes de ventes, de résultats et de cash-flow, et renforce son rayonnement mondial grâce à ses innovations et ses collaborations à fort retentissement. Les ventes de Haute Joaillerie en particulier atteignent un niveau sans précédent avec l'immense succès de sa collection annuelle de Haute Joaillerie *Blue Book*. Honorant sa longue tradition d'expression de l'amour et de la diversité, une campagne mondiale « About Love » incarnée par Beyoncé et Jay-Z a été lancée. Les ventes et le résultat sont en forte progression par rapport à 2019. Bvlgari retrouve une bonne dynamique, portée par la progression de ses lignes iconiques dans ses boutiques en propre. La Maison accélère la sélectivité de son réseau de distribution multimarques et augmente son réseau de boutiques en propre. Chaumet dévoile une taille de diamant exclusive, la Taille Impératrice et fait découvrir son patrimoine unique à travers l'exposition « Joséphine et Napoléon » au cœur de son adresse emblématique du 12 place Vendôme. Dans le secteur horloger, TAG Heuer inaugure un partenariat majeur avec Porsche et lance avec succès une édition limitée Super Mario de sa montre connectée pour les passionnés de gaming. Hublot enregistre une excellente performance, aux Etats-Unis et en Chine en particulier. Fred poursuit un fort développement. Les nouveaux produits de Zenith rencontrent un grand succès.

## **Distribution sélective : bonne performance de Sephora ; DFS encore pénalisé par une reprise limitée des voyages internationaux**

Dans la **Distribution sélective**, les ventes sont en hausse de 18 % à périmètre et devises comparables par rapport à 2020 et en recul de 18 % par rapport à 2019 en raison du travel retail pénalisé par les voyages. Le résultat opérationnel courant redevient positif en 2021. Sephora dépasse son niveau d'activité de 2019, bénéficiant du fort rebond de l'activité de ses boutiques et de la dynamique continue de ses ventes en ligne. L'expansion du réseau de boutiques s'est poursuivie, principalement en Chine et aux Etats-Unis, faisant suite notamment au partenariat de grande envergure avec le distributeur américain Kohl's. Après le partenariat signé avec la plateforme européenne en ligne Zalando, Sephora acquiert le distributeur en ligne britannique Feelunique, spécialisé dans la beauté de prestige. La crise sanitaire a continué de peser sur les activités de DFS du fait de la faiblesse persistante du nombre de voyageurs. Les T Gallerias de Macao réalisent cependant de bonnes performances grâce à une demande croissante des clientèles locales tandis que DFS démarre son activité à Hainan. La Samaritaine, qui a réouvert à Paris en juin à l'issue d'une rénovation ambitieuse, connaît un niveau de fréquentation prometteur. Le Bon Marché poursuit le développement de concepts innovants et bénéficie du retour d'une clientèle française fidèle. La plateforme digitale 24S enregistre une forte croissance, portée par le caractère unique de sa sélection et son positionnement parisien.

## **Confiance pour 2022**

Dans le contexte de sortie progressive de la crise sanitaire, LVMH est confiant dans la poursuite de la dynamique actuelle. Le groupe maintiendra une stratégie centrée sur le développement de ses marques, porté par une politique continue d'innovation et d'investissement ainsi que par une exigence permanente de qualité de ses produits, de leur désirabilité et de leur distribution.

Fort de la grande réactivité de ses équipes, de leur esprit entrepreneurial et de la bonne répartition entre ses différents métiers et les zones géographiques où se situent ses clients, LVMH aborde l'année 2022 avec confiance et se fixe l'objectif d'accentuer encore son avance sur le marché mondial du luxe.

## **Dividende 2021**

Lors de l'Assemblée Générale du 21 avril 2022, LVMH proposera un dividende de 10 euros par action. Un acompte sur dividende de 3 euros par action a été distribué le 2 décembre dernier. Le solde de 7 euros sera mis en paiement le 28 avril 2022.

*Le Conseil d'administration s'est réuni le 27 janvier pour arrêter les comptes de l'exercice 2021. 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](http://www.lvmh.fr).*

Les comptes consolidés résumés 2021 sont inclus dans la version PDF du communiqué.

### Répartition des ventes par groupe d'activités et par trimestre

#### Ventes 2021 (en millions d'euros)

<i>Année 2021</i>	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres activités et éliminations	<b>Total</b>
Premier trimestre	1 510	6 738	1 550	1 883	2 337	(59)	<b>13 959</b>
Deuxième trimestre	1 195	7 125	1 475	2 140	2 748	23	<b>14 706</b>
<b>Premier semestre</b>	<b>2 705</b>	<b>13 863</b>	<b>3 025</b>	<b>4 023</b>	<b>5 085</b>	<b>(36)</b>	<b>28 665</b>
Troisième trimestre	1 546	7 452	1 642	2 137	2 710	25	<b>15 512</b>
<b>Neuf premiers mois</b>	<b>4 251</b>	<b>21 315</b>	<b>4 668</b>	<b>6 160</b>	<b>7 795</b>	<b>(12)</b>	<b>44 177</b>
Quatrième trimestre	1 723	9 581	1 941	2 804	3 959	30	<b>20 038</b>
<b>Total 2021</b>	<b>5 974</b>	<b>30 896</b>	<b>6 608</b>	<b>8 964</b>	<b>11 754</b>	<b>19</b>	<b>64 215</b>

#### Ventes 2021 (variation organique par rapport à la même période de 2020)

<i>Année 2021</i>	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres activités et éliminations	<b>Total</b>
Premier trimestre	+ 36 %	+ 52 %	+ 18 %	+ 35 %	- 5 %	-	<b>+ 30 %</b>
Deuxième trimestre	+ 55 %	x 2,2	+ 67 %	x 2,2	+ 31 %	-	<b>+ 84 %</b>
<b>Premier semestre</b>	<b>+ 44 %</b>	<b>+ 81 %</b>	<b>+ 37 %</b>	<b>+ 71 %</b>	<b>+ 12 %</b>	-	<b>+ 53 %</b>
Troisième trimestre	+ 10 %	+ 24 %	+ 19 %	+ 18 %	+ 15 %	-	<b>+ 20 %</b>
<b>Neuf premiers mois</b>	<b>+ 30 %</b>	<b>+ 57 %</b>	<b>+ 30 %</b>	<b>+ 49 %</b>	<b>+ 13 %</b>	-	<b>+ 40 %</b>
Quatrième trimestre	+ 18 %	+ 28 %	+ 20 %	+ 21 %	+ 30 %	-	<b>+ 27 %</b>
<b>Total 2021</b>	<b>+ 26 %</b>	<b>+ 47 %</b>	<b>+ 27 %</b>	<b>+ 40 %</b>	<b>+ 18 %</b>	-	<b>+ 36 %</b>

#### Ventes 2021 (variation organique par rapport à la même période de 2019)

<i>Année 2021</i>	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres activités et éliminations	<b>Total</b>
Premier trimestre	+ 17 %	+ 37 %	- 4 %	+ 1 %	- 30 %	-	<b>+ 8 %</b>
Deuxième trimestre	+ 7 %	+ 40 %	- 1 %	+ 9 %	- 19 %	-	<b>+ 14 %</b>
<b>Premier semestre</b>	<b>+ 12 %</b>	<b>+ 38 %</b>	<b>- 3 %</b>	<b>+ 5%</b>	<b>- 25 %</b>	-	<b>+ 11 %</b>
Troisième trimestre	+ 7 %	+ 38 %	0 %	+ 1 %	- 19 %	-	<b>+ 11 %</b>
<b>Neuf premiers mois</b>	<b>+ 10 %</b>	<b>+ 38 %</b>	<b>- 2 %</b>	<b>+ 4 %</b>	<b>- 23 %</b>	-	<b>+ 11 %</b>
Quatrième trimestre	+ 4 %	+ 51 %	+ 1 %	+ 18 %	- 5 %	-	<b>+ 22 %</b>
<b>Total 2021</b>	<b>+ 9 %</b>	<b>+ 42 %</b>	<b>- 1 %</b>	<b>+ 7 %</b>	<b>- 18 %</b>	-	<b>+ 14 %</b>

#### Ventes 2020 (en millions d'euros)

<i>Année 2020</i>	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres activités et éliminations	<b>Total</b>
Premier trimestre	1 175	4 643	1 382	792	2 626	(22)	<b>10 596</b>
Deuxième trimestre	810	3 346	922	527	2 218	(26)	<b>7 797</b>
<b>Premier semestre</b>	<b>1 985</b>	<b>7 989</b>	<b>2 304</b>	<b>1 319</b>	<b>4 844</b>	<b>(48)</b>	<b>18 393</b>
Troisième trimestre	1 364	5 945	1 370	947	2 332	(3)	<b>11 955</b>
<b>Neuf premiers mois</b>	<b>3 349</b>	<b>13 934</b>	<b>3 674</b>	<b>2 266</b>	<b>7 176</b>	<b>(51)</b>	<b>30 348</b>
Quatrième trimestre	1 406	7 273	1 574	1 090	2 979	(19)	<b>14 303</b>
<b>Total 2020</b>	<b>4 755</b>	<b>21 207</b>	<b>5 248</b>	<b>3 356</b>	<b>10 155</b>	<b>(70)</b>	<b>44 651</b>

**Ventes 2019 (en millions d'euros)**

<i>Année 2019</i>	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres activités et éliminations	<b>Total</b>
Premier trimestre	1 349	5 111	1 687	1 046	3 510	(165)	<b>12 538</b>
Deuxième trimestre	1 137	5 314	1 549	1 089	3 588	(133)	<b>12 544</b>
<b>Premier semestre</b>	<b>2 486</b>	<b>10 425</b>	<b>3 236</b>	<b>2 135</b>	<b>7 098</b>	<b>(298)</b>	<b>25 082</b>
Troisième trimestre	1 433	5 448	1 676	1 126	3 457	176*	<b>13 316</b>
<b>Neuf premiers mois</b>	<b>3 919</b>	<b>15 873</b>	<b>4 912</b>	<b>3 261</b>	<b>10 555</b>	<b>(122)</b>	<b>38 398</b>
Quatrième trimestre	1 657	6 364	1 923	1 144	4 236	(52)	<b>15 272</b>
<b>Total 2019</b>	<b>5 576</b>	<b>22 237</b>	<b>6 835</b>	<b>4 405</b>	<b>14 791</b>	<b>(174)</b>	<b>53 670</b>

\* Inclut la totalité des ventes de Belmond pour la période d'avril à septembre 2019.

**Indicateurs alternatifs de performance**

Pour les besoins de sa communication financière, en complément des agrégats comptables définis par les normes IAS/IFRS, LVMH utilise des indicateurs alternatifs de performance établis conformément à la position de l'AMF DOC-2015-12.

Le tableau ci-dessous recense ces indicateurs et le renvoi à leur définition ainsi qu'à leur rapprochement avec les agrégats définis par les normes IAS/IFRS, dans les documents publiés.

<b>Indicateurs</b>	<b>Renvoi aux documents publiés</b>
Cash-flow disponible d'exploitation	DF (comptes consolidés résumés, tableau de variation de la trésorerie consolidée)
Dette financière nette	DF (notes 1.23 et 19 de l'annexe aux comptes consolidés résumés)
Gearing	DF (partie 7, Commentaires sur le bilan consolidé)
Croissance organique	DF (partie 1, Commentaires sur le compte de résultat consolidé)

DF : Documents financiers au 31 décembre 2021

## COMPTES CONSOLIDÉS RÉSUMÉS

L'annexe aux comptes consolidés est incluse dans les Documents financiers 2021, disponible sur le site Internet [www.lvmh.fr](http://www.lvmh.fr)

## COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

<i>(en millions d'euros, sauf résultats par action)</i>	Notes	2021	2020	2019
<b>Ventes</b>	24	<b>64 215</b>	<b>44 651</b>	<b>53 670</b>
Coût des ventes		(20 355)	(15 871)	(18 123)
<b>Marge brute</b>		<b>43 860</b>	<b>28 780</b>	<b>35 547</b>
Charges commerciales		(22 308)	(16 792)	(20 207)
Charges administratives		(4 414)	(3 641)	(3 864)
Part dans les résultats des sociétés mises en équivalence	8	13	(42)	28
<b>Résultat opérationnel courant</b>	24	<b>17 151</b>	<b>8 305</b>	<b>11 504</b>
Autres produits et charges opérationnels	25	4	(333)	(231)
<b>Résultat opérationnel</b>		<b>17 155</b>	<b>7 972</b>	<b>11 273</b>
Coût de la dette financière nette		41	(35)	(107)
Intérêts sur dettes locatives		(242)	(281)	(290)
Autres produits et charges financiers		254	(292)	(162)
<b>Résultat financier</b>	26	<b>53</b>	<b>(608)</b>	<b>(559)</b>
Impôts sur les bénéfices	27	(4 510)	(2 409)	(2 932)
<b>Résultat net avant part des minoritaires</b>		<b>12 698</b>	<b>4 955</b>	<b>7 782</b>
Part des minoritaires	18	(662)	(253)	(611)
<b>Résultat net, part du Groupe</b>		<b>12 036</b>	<b>4 702</b>	<b>7 171</b>
<b>Résultat net, part du Groupe par action</b> <i>(en euros)</i>	28	<b>23,90</b>	<b>9,33</b>	<b>14,25</b>
Nombre d'actions retenu pour le calcul		503 627 708	503 679 272	503 218 851
<b>Résultat net, part du Groupe par action après dilution</b> <i>(en euros)</i>	28	<b>23,89</b>	<b>9,32</b>	<b>14,23</b>
Nombre d'actions retenu pour le calcul		503 895 592	504 210 133	503 839 542

## COMPTES CONSOLIDÉS RÉSUMÉS

L'annexe aux comptes consolidés est incluse dans les Documents financiers 2021, disponible sur le site Internet [www.lvmh.fr](http://www.lvmh.fr)

## ÉTAT GLOBAL DES GAINS ET PERTES CONSOLIDÉS

<i>(en millions d'euros)</i>	Notes	2021	2020	2019
<b>Résultat net avant part des minoritaires</b>		<b>12 698</b>	<b>4 955</b>	<b>7 782</b>
Variation du montant des écarts de conversion		2 177	(1 650)	299
Montants transférés en résultat		(4)	(11)	1
Effets d'impôt		17	(10)	11
	16.5, 18	<b>2 190</b>	<b>(1 671)</b>	<b>311</b>
Variation de valeur des couvertures de flux de trésorerie futurs en devises <sup>(a)</sup>		281	73	(16)
Montants transférés en résultat		(303)	(123)	25
Effets d'impôt		127	(112)	(3)
		<b>105</b>	<b>(162)</b>	<b>6</b>
Variation de valeur des parts inefficaces des instruments de couverture		(375)	(209)	(211)
Montants transférés en résultat		237	232	241
Effets d'impôt		33	(9)	(7)
		<b>(105)</b>	<b>14</b>	<b>23</b>
<b>Gains et pertes enregistrés en capitaux propres, transférables en compte de résultat</b>		<b>2 190</b>	<b>(1 819)</b>	<b>340</b>
Variation de valeur des terres à vignes	6	52	(3)	42
Montants transférés en réserves consolidées		-	-	-
Effets d'impôt		(12)	3	(11)
		<b>40</b>	<b>-</b>	<b>31</b>
Engagements envers le personnel : variation de valeur liée aux écarts actuariels		251	(20)	(167)
Effets d'impôt		(58)	6	39
		<b>193</b>	<b>(14)</b>	<b>(128)</b>
<b>Gains et pertes enregistrés en capitaux propres, non transférables en compte de résultat</b>		<b>233</b>	<b>(14)</b>	<b>(97)</b>
<b>Résultat global</b>		<b>15 121</b>	<b>3 122</b>	<b>8 025</b>
Part des minoritaires		(762)	(162)	(628)
<b>Résultat global, part du Groupe</b>		<b>14 359</b>	<b>2 960</b>	<b>7 397</b>

(a) En 2021, ce montant inclut 477 millions d'euros relatifs aux couvertures de change réalisées en amont de l'acquisition des titres Tiffany qui ont été intégrés dans la valeur de la participation, voir Note 2.

## COMPTES CONSOLIDÉS RÉSUMÉS

L'annexe aux comptes consolidés est incluse dans les Documents financiers 2021, disponible sur le site Internet [www.lvmh.fr](http://www.lvmh.fr)

## BILAN CONSOLIDÉ

<b>ACTIF</b>	Notes	<b>2021</b>	<b>2020</b>	<b>2019</b>
<i>(en millions d'euros)</i>				
Marques et autres immobilisations incorporelles	3	24 551	17 012	17 212
Ecart d'acquisition	4	25 904	16 042	16 034
Immobilisations corporelles	6	20 193	18 224	18 533
Droits d'utilisation	7	13 705	12 521	12 409
Participations mises en équivalence	8	1 084	990	1 074
Investissements financiers	9	1 363	739	915
Autres actifs non courants	10	1 054	845	1 546
Impôts différés		3 156	2 325	2 274
<b>Actifs non courants</b>		<b>91 010</b>	<b>68 698</b>	<b>69 997</b>
Stocks et en-cours	11	16 549	13 016	13 717
Créances clients et comptes rattachés	12	3 787	2 756	3 450
Impôts sur les résultats		338	392	406
Autres actifs courants	13	5 606	3 846	3 264
Trésorerie et équivalents de trésorerie	15	8 021	19 963	5 673
<b>Actifs courants</b>		<b>34 301</b>	<b>39 973</b>	<b>26 510</b>
<b>Total de l'actif</b>		<b>125 311</b>	<b>108 671</b>	<b>96 507</b>
<b>PASSIF ET CAPITAUX PROPRES</b>				
<i>(en millions d'euros)</i>				
Capitaux propres, part du Groupe	16.1	47 119	37 412	36 586
Intérêts minoritaires	18	1 790	1 417	1 779
<b>Capitaux propres</b>		<b>48 909</b>	<b>38 829</b>	<b>38 365</b>
Dette financière à plus d'un an	19	12 165	14 065	5 101
Dettes locatives à plus d'un an	7	11 887	10 665	10 373
Provisions et autres passifs non courants	20	3 980	3 322	3 812
Impôts différés		6 704	5 481	5 498
Engagements d'achats de titres de minoritaires	21	13 677	10 991	10 735
<b>Passifs non courants</b>		<b>48 413</b>	<b>44 524</b>	<b>35 519</b>
Dette financière à moins d'un an	19	8 075	10 638	7 610
Dettes locatives à moins d'un an	7	2 387	2 163	2 172
Fournisseurs et comptes rattachés	22.1	7 086	5 098	5 814
Impôts sur les résultats		1 267	721	722
Provisions et autres passifs courants	22.2	9 174	6 698	6 305
<b>Passifs courants</b>		<b>27 989</b>	<b>25 318</b>	<b>22 623</b>
<b>Total du passif et des capitaux propres</b>		<b>125 311</b>	<b>108 671</b>	<b>96 507</b>

## COMPTES CONSOLIDÉS RÉSUMÉS

L'annexe aux comptes consolidés est incluse dans les Documents financiers 2021, disponible sur le site Internet www.lvmh.fr

## TABLEAU DE VARIATION DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDÉS

(en millions d'euros)	Nombre d'actions	Capital	Primes	Actions LVMH	Ecart de conversion	Ecart de réévaluation				Résultat et autres réserves	Total des capitaux propres		
						Investissements et placements financiers	Couvertures de flux de trésorerie futurs en devises et coût des couvertures	Terres à vignes	Engagements envers le personnel		Part du Groupe	Intérêts minoritaires	Total
<b>Notes</b>		<b>16.2</b>	<b>16.2</b>	<b>16.3</b>	<b>16.5</b>							<b>18</b>	
<b>Au 1er jan. 2019</b>	<b>505 029 495</b>	<b>152</b>	<b>2 298</b>	<b>(421)</b>	<b>573</b>	-	<b>(129)</b>	<b>1 117</b>	<b>(113)</b>	<b>28 787</b>	<b>32 264</b>	<b>1 664</b>	<b>33 928</b>
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					289	-	22	22	(107)		226	17	242
Résultat net										7 171	7 171	611	7 783
<b>Résultat global</b>		-	-	-	<b>289</b>	-	<b>22</b>	<b>22</b>	<b>(107)</b>	<b>7 171</b>	<b>7 397</b>	<b>628</b>	<b>8 025</b>
Charges liées aux plans d'actions gratuites										69	69	3	72
(Acquisitions) / cessions d'actions LVMH	-	-	-	18	-	-	-	-	-	(44)	(26)	-	(26)
Levées d'options de souscription d'actions LVMH	403 946	-	21	-	-	-	-	-	-	-	21	-	21
Annulation d'actions LVMH	(2 156)												
Augmentations de capital des filiales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	95	95
Dividendes et acomptes versés	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(3 119)	(3 119)	(433)	(3 552)
Prises et pertes de contrôles dans les entités consolidées	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2	25	27
Acquisitions et cessions de parts d'intérêts minoritaires	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(17)	(17)	-	(17)
Engagements d'achat de titres de minoritaires	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(5)	(5)	(203)	(208)
<b>Au 31 déc. 2019</b>	<b>505 431 285</b>	<b>152</b>	<b>2 319</b>	<b>(403)</b>	<b>862</b>	-	<b>(107)</b>	<b>1 139</b>	<b>(220)</b>	<b>32 844</b>	<b>36 586</b>	<b>1 779</b>	<b>38 365</b>
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					(1 554)	-	(176)	-	(11)		(1 742)	(91)	(1 833)
Résultat net										4 702	4 702	253	4 955
<b>Résultat global</b>		-	-	-	<b>(1 554)</b>	-	<b>(176)</b>	-	<b>(11)</b>	<b>4 702</b>	<b>2 960</b>	<b>162</b>	<b>3 122</b>
Charges liées aux plans d'options										60	60	3	63
(Acquisitions) / cessions d'actions LVMH	-	-	-	49	-	-	-	-	-	(42)	7	-	7
Annulation d'actions LVMH	(673 946)		(94)	94									
Augmentations de capital des filiales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	54	54
Dividendes et acomptes versés	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(2 317)	(2 317)	(376)	(2 693)
Prises et pertes de contrôles dans les entités consolidées	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(30)	(30)	7	(23)
Acquisitions et cessions de parts d'intérêts minoritaires	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(49)	(49)	8	(41)
Engagements d'achat de titres de minoritaires	-	-	-	-	-	-	-	-	-	193	193	(220)	(27)
<b>Au 31 déc. 2020</b>	<b>504 757 339</b>	<b>152</b>	<b>2 225</b>	<b>(260)</b>	<b>(692)</b>	-	<b>(283)</b>	<b>1 139</b>	<b>(231)</b>	<b>35 363</b>	<b>37 412</b>	<b>1 417</b>	<b>38 829</b>
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					2 073	-	43	29	178		2 323	101	2 423
Résultat net										12 036	12 036	662	12 698
<b>Résultat global</b>		-	-	-	<b>2 073</b>	-	<b>43</b>	<b>29</b>	<b>178</b>	<b>12 036</b>	<b>14 359</b>	<b>763</b>	<b>15 122</b>
Charges liées aux plans d'actions gratuites										126	126	6	132
(Acquisitions) / cessions d'actions LVMH	-	-	-	(652)	-	-	-	-	-	(92)	(744)	-	(744)
Annulation d'actions LVMH													
Augmentations de capital des filiales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	12	12
Dividendes et acomptes versés	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(3 527)	(3 527)	(428)	(3 956)
Prises et pertes de contrôles dans les entités consolidées	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(42)	(42)	397	355
Acquisitions et cessions de parts d'intérêts minoritaires	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(443)	(443)	(211)	(654)
Engagements d'achat de titres de minoritaires	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(22)	(22)	(166)	(188)
<b>Au 31 déc. 2021</b>	<b>504 757 339</b>	<b>152</b>	<b>2 225</b>	<b>(912)</b>	<b>1 380</b>	-	<b>(239)</b>	<b>1 167</b>	<b>(53)</b>	<b>43 399</b>	<b>47 119</b>	<b>1 790</b>	<b>48 909</b>

## COMPTES CONSOLIDÉS RÉSUMÉS

L'annexe aux comptes consolidés est incluse dans les Documents financiers 2021, disponible sur le site Internet www.lvmh.fr

## TABLEAU DE VARIATION DE LA TRÉSORERIE CONSOLIDÉE

<i>(en millions d'euros)</i>	Notes	2021	2020	2019
<b>I. OPÉRATIONS D'EXPLOITATION</b>				
Résultat opérationnel		17 155	7 972	11 273
Part dans le résultat et dividendes reçus des sociétés mises en équivalence	8	41	64	(10)
Dotations nettes aux amortissements et provisions		3 139	3 478	2 700
Amortissement des droits d'utilisation	7.1	2 691	2 572	2 408
Autres retraitements et charges calculées		(405)	(89)	(266)
<b>Capacité d'autofinancement</b>		<b>22 621</b>	<b>13 997</b>	<b>16 105</b>
Coût de la dette financière nette : intérêts payés		71	(58)	(124)
Dettes locatives : intérêts payés		(231)	(290)	(239)
Impôt payé		(4 239)	(2 385)	(2 940)
Variation du besoin en fonds de roulement	15.2	426	(367)	(1 154)
<b>Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation</b>		<b>18 648</b>	<b>10 897</b>	<b>11 648</b>
<b>II. OPÉRATIONS D'INVESTISSEMENT</b>				
Investissements d'exploitation	15.3	(2 664)	(2 478)	(3 294)
Incidences des acquisitions et cessions de titres consolidés	2	(13 226)	(536)	(2 478)
Dividendes reçus		10	12	8
Impôt payé relatif aux investissements financiers et aux titres consolidés		-	-	(1)
Investissements financiers nets des cessions	9	(99)	63	(104)
<b>Variation de la trésorerie issue des opérations d'investissement</b>		<b>(15 979)</b>	<b>(2 939)</b>	<b>(5 869)</b>
<b>III. OPÉRATIONS DE FINANCEMENT</b>				
Dividendes et acomptes versés	15.4	(4 161)	(2 799)	(3 678)
Acquisitions et cessions d'intérêts minoritaires		(435)	(67)	(21)
Autres opérations en capital	15.4	(552)	27	54
Emissions ou souscriptions d'emprunts et dettes financières	19	251	17 499	2 837
Remboursements d'emprunts et dettes financières	19	(6 413)	(5 024)	(1 810)
Remboursements des dettes locatives	7.2	(2 453)	(2 302)	(2 187)
Acquisitions et cessions de placements financiers	14	(1 393)	69	71
<b>Variation de la trésorerie issue des opérations de financement</b>		<b>(15 156)</b>	<b>7 403</b>	<b>(4 734)</b>
<b>IV. INCIDENCE DES ECARTS DE CONVERSION</b>		<b>498</b>	<b>(1 052)</b>	<b>39</b>
<b>VARIATION NETTE DE LA TRÉSORERIE (I+II+III+IV)</b>		<b>(11 989)</b>	<b>14 309</b>	<b>1 084</b>
<b>TRESORERIE NETTE A L'OUVERTURE</b>	15.1	<b>19 806</b>	<b>5 497</b>	<b>4 413</b>
<b>TRESORERIE NETTE A LA CLOTURE</b>	15.1	<b>7 817</b>	<b>19 806</b>	<b>5 497</b>
<b>TOTAL DE L'IMPÔT PAYÉ</b>		<b>(4 464)</b>	<b>(2 501)</b>	<b>(3 070)</b>

## Indicateur alternatif de performance

Le rapprochement entre la Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation et le Cash flow disponible d'exploitation s'établit ainsi pour les exercices présentés :

<i>(en millions d'euros)</i>	2021	2020	2019
Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation	18 648	10 897	11 648
Investissements d'exploitation	(2 664)	(2 478)	(3 294)
Remboursements des dettes locatives	(2 453)	(2 302)	(2 187)
<b>Cash flow disponible d'exploitation <sup>(a)</sup></b>	<b>13 531</b>	<b>6 117</b>	<b>6 167</b>

(a) La norme IFRS 16 assimile les paiements relatifs aux loyers fixes des contrats de location à des paiements d'intérêts financiers, d'une part, et au remboursement d'une dette, d'autre part. Dans la gestion de ses activités, le Groupe considère l'ensemble des paiements au titre des contrats de location comme des éléments constitutifs de son Cash-flow disponible d'exploitation, que les loyers payés soient fixes ou variables. En outre, dans le cadre de la gestion de ses activités, le Groupe considère que les investissements d'exploitation sont des éléments constitutifs de son Cash-flow disponible d'exploitation.

## 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, Ao Yun, Château d'Esclans et Château du Galoupet. Le secteur Mode et Maroquinerie inclut les marques Louis Vuitton, Christian Dior Couture, Celine, Loewe, Kenzo, Givenchy, Fendi, Emilio Pucci, Marc Jacobs, Berluti, Loro Piana, RIMOWA, Patou. 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 Bvlgari, Tiffany & Co, 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, 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>Chris Hollis / Rodolphe Ozun</i> LVMH + 33 1 44 13 21 22 / + 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>Aymeric Granet / Charlotte Mariné</i> Publicis Consultants + 33 1 44 82 47 20	<b>France</b> <i>Michel Calzaroni / Olivier Labesse /                  Hugues Schmitt / Thomas Roborel de Climens</i> DGM Conseil + 33 1 40 70 11 89
<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 / 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