

Bon début d'année pour LVMH

Paris, le 12 avril 2022

LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton, leader mondial des produits de haute qualité, réalise au premier trimestre 2022 des ventes de 18 milliards d'euros, en hausse de 29 % par rapport à la même période de 2021. La croissance organique des ventes est de 23 %. LVMH réalise un bon début d'année dans un environnement encore perturbé par la crise sanitaire et marqué par les événements dramatiques en Ukraine. A l'exception des Vins et Spiritueux, toujours face à des contraintes d'approvisionnements, toutes les activités réalisent une croissance à deux chiffres de leurs ventes. Les Etats-Unis et l'Europe progressent également à deux chiffres ; l'Asie reste en progression sur le trimestre malgré un mois de mars affecté en Chine par le renforcement des restrictions sanitaires.

Le Groupe LVMH suit avec la plus grande attention l'évolution de la situation en Ukraine et dans la région. Sa première préoccupation a été d'assurer la sécurité de ses collaborateurs en Ukraine et de leur apporter toute l'aide financière et opérationnelle nécessaire.

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

<i>En millions d'euros</i>	1er trimestre 2022	1er trimestre 2021	Variation 1er trim. 2022/2021	
			Publiée	Organique*
Vins & Spiritueux	1 638	1 510	+ 8 %	+ 2 %
Mode & Maroquinerie	9 123	6 738	+ 35 %	+ 30 %
Parfums & Cosmétiques	1 905	1 550	+ 23 %	+ 17 %
Montres & Joaillerie	2 338	1 883	+ 24 %	+ 19 %
Distribution sélective	3 040	2 337	+ 30 %	+ 24 %
Autres activités et éliminations	(41)	(59)	-	-
Total LVMH	18 003	13 959	+ 29 %	+ 23 %

* à structure et taux de change comparables. Pour le Groupe, l'effet périmètre est quasi-nul et l'effet de change est de + 6 %.

L'activité **Vins & Spiritueux** enregistre une croissance organique de 2 % de ses ventes au premier trimestre 2022 par rapport à la même période de 2021. L'activité Champagne connaît un début d'année excellent, avec des volumes en forte hausse, notamment en Europe et au Japon, et une politique ferme de hausse de prix. La Maison Armand de Brignac, détenue par LVMH à hauteur de 50 % depuis mai 2021, est intégrée pour la première fois dans les comptes du premier trimestre. Le cognac Hennessy voit ses volumes baisser par rapport au premier trimestre 2021 en raison des contraintes d'approvisionnement et de logistique en début d'année. Le whisky Glenmorangie et la vodka Belvedere enregistrent une forte progression.

LVMH

L'activité **Mode & Maroquinerie** réalise une croissance organique de 30 % de ses ventes au premier trimestre 2022. Louis Vuitton effectue un excellent début d'année, toujours porté par une forte créativité. Poursuivant son engagement dans le développement d'un artisanat de haute qualité, la Maison inaugure en France deux nouveaux ateliers de cuirs précieux. La présentation de *Louis Dreamhouse*, l'ultime collection Homme Automne-Hiver 2022 de Virgil Abloh ainsi que le défilé pour la première fois au Musée d'Orsay à Paris de la collection Femme de Nicolas Ghesquière constituent des temps forts du trimestre. Christian Dior poursuit une performance remarquable. Après deux ans de rénovation, le berceau historique de la Maison du 30 avenue Montaigne à Paris réouvre, célébrant l'excellence des savoir-faire et la passion pour la couture, le raffinement et la culture, offrant une nouvelle expérience holistique inédite du monde de Dior. Fendi enregistre une solide progression, portée notamment par le succès des collections de Kim Jones. Celine connaît une très forte croissance grâce au succès remarquable de ses lignes de prêt-à-porter et de maroquinerie créées par Hedi Slimane. Loro Piana, Loewe avec J.W. Anderson, et Marc Jacobs effectuent aussi un très bon trimestre.

Dans les **Parfums & Cosmétiques**, la croissance organique des ventes s'établit à 17 % au premier trimestre 2022 par rapport à la même période de 2021. L'activité connaît une excellente dynamique grâce à une croissance soutenue du parfum et du maquillage, aux Etats-Unis en particulier. Christian Dior réalise une progression remarquable et gagne des parts de marché, bénéficiant du développement de ses parfums iconiques *Sauvage*, *Miss Dior* et *J'Adore*, et de son maquillage. Guerlain déploie avec succès sa ligne *Aqua Allegoria* et sa nouvelle collection de Grande Parfumerie *l'Art et la Matière*. Le soin *Abeille Royale* contribue également à la performance de la Maison. Parfums Givenchy dévoile sa nouvelle eau de toilette Fraîche *Irrésistible*. Maison Francis Kurkdjian poursuit une avancée rapide.

Le groupe d'activités **Montres & Joaillerie** réalise au premier trimestre 2022 une croissance organique de 19 % de ses ventes par rapport à la même période de 2021. En joaillerie, Tiffany & Co. réalise un excellent début d'année, toujours porté par une forte progression aux Etats-Unis. La nouvelle collection *Knot* connaît en particulier un grand succès. Chez Bulgari, la ligne *Serpenti*, la haute joaillerie et ses collections horlogères dont la nouvelle montre *Octo Finissimo Ultra* sont les principaux vecteurs de croissance. Chaumet et Fred réalisent une excellente performance sur le trimestre. L'ensemble des Maisons horlogères de LVMH poursuit une forte dynamique et dévoile de nombreuses nouveautés à l'occasion du salon *Watches & Wonders*, avec les innovations horlogères de TAG Heuer, Hublot et Zenith.

Dans la **Distribution sélective**, la croissance organique des ventes est de 24 % au premier trimestre 2022 par rapport à la même période de 2021. Sephora réalise une excellente performance sur le trimestre avec un fort rebond de l'activité de ses boutiques, dont le réseau avait été en partie fermé début 2021. La dynamique est particulièrement forte en Amérique du Nord, en France et au Moyen Orient, portée par le parfum notamment. DFS est en progression sur le trimestre mais à un niveau moindre en raison de la faiblesse persistante des voyages internationaux.

Dans le contexte géopolitique actuel et compte tenu d'une situation sanitaire encore perturbée, LVMH reste à la fois vigilant et confiant en ce début d'année. Le Groupe maintiendra une stratégie centrée sur le développement de ses marques, porté par une politique soutenue d'innovation et d'investissement ainsi que par une exigence permanente de qualité de ses produits et de leur distribution.

LVMH compte sur le talent et la motivation de ses équipes, la diversité de ses métiers et le bon équilibre géographique de ses ventes pour renforcer encore en 2022 son avance sur le marché mondial des produits de haute qualité.

Information réglementée liée à ce communiqué et présentation disponibles sur www.lvmh.fr.

Le détail du webcast relatif à la publication des ventes du premier trimestre 2022 est disponible sur : <https://www.lvmh.fr/actionnaires/investisseurs-et-analystes/publications/>

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, Cape Mentelle, Newton, Bodega Numanthia, Ao Yun, Château d'Esclans et Château Galoupet. 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. 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). 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 / Rodolphe Ozun LVMH + 33 1 44 13 21 22 / + 33 1 44 13 27 21	Média Jean-Charles Tréhan LVMH + 33 1 44 13 26 20
--	---

CONTACTS MÉDIA

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