

Croissance organique de 3 % des ventes au premier trimestre pour LVMH

Paris, le 16 avril 2024

LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton, leader mondial des produits de haute qualité, réalise au premier trimestre 2024 des ventes de 20,7 milliards d'euros. La croissance organique des ventes s'établit à 3 %. LVMH accomplit un bon début d'année malgré un contexte géopolitique et économique qui demeure incertain.

L'Europe et les Etats-Unis sont en progression à devises et périmètre comparables sur le trimestre ; le Japon réalise une croissance à deux chiffres de ses ventes ; le reste de l'Asie reflète la forte croissance des dépenses de la clientèle chinoise en Europe et au Japon.

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

En millions d'euros	1er trimestre 2024	1er trimestre 2023	Variation 1er trim. 2024/2023	
			Publiée	Organique*
Vins & Spiritueux	1 417	1 694	- 16 %	- 12 %
Mode & Maroquinerie	10 490	10 728	- 2 %	+ 2 %
Parfums & Cosmétiques	2 182	2 115	+ 3 %	+ 7 %
Montres & Joaillerie	2 466	2 589	- 5 %	- 2 %
Distribution sélective	4 175	3 961	+ 5 %	+ 11 %
Autres activités et éliminations	(36)	(52)	-	-
Total LVMH	20 694	21 035	- 2 %	+ 3 %

* à structure et taux de change comparables. Pour le Groupe, l'effet périmètre est de -1 % et l'effet de change de -4 %.

L'activité **Vins et Spiritueux** enregistre une baisse (-12 % organique) de ses ventes au premier trimestre 2024. L'activité Champagne est en recul dans un contexte de normalisation de la demande post-Covid. Le début d'année se compare par ailleurs à un premier trimestre 2023 en forte progression, liée notamment à la reconstitution des stocks chez les distributeurs. Le cognac Hennessy est toujours pénalisé par la prudence des détaillants qui limitent leurs commandes dans un contexte encore incertain aux Etats-Unis. Au sein des rosés de Provence, le prestigieux domaine Minuty est intégré pour la première fois dans les comptes du premier trimestre.

L'activité **Mode et Maroquinerie** réalise une croissance organique de 2 % de ses ventes au premier trimestre 2024. Louis Vuitton effectue un excellent début d'année, toujours porté par la créativité et la qualité de ses produits. Les dix années de création pour Louis Vuitton de Nicolas Ghesquière sont célébrées à l'occasion de son dernier défilé Femme dans la Cour Carrée du Louvre à Paris. Pharrell Williams a présenté sa nouvelle collection Homme, inspirée des origines de la garde-robe de l'Ouest américain. Sa vision du sac *Speedy P9* aux nouvelles couleurs connaît un grand succès. Illustrant le soutien de Louis Vuitton à Paris 2024 et sa longue histoire d'artisan-malletier, la Maison dévoile les malles uniques qui accueilleront les médailles ainsi que les torches des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024. Christian Dior poursuit une dynamique créative remarquable pour l'ensemble de ses produits. Maria Grazia Chiuri et Kim Jones continuent de rendre hommage au

vestiaire iconique de la Maison, atteignant de nouveaux records de visibilité - jusqu'à 390 millions de vues en direct pour le défilé de la collection prêt-à-porter Femme Hiver 2024 - tandis que la nouvelle série « The New Look » retrace la création et l'ascension de la Maison Dior. L'ouverture à Genève d'une boutique d'exception signée par l'architecte Christian de Portzamparc constitue un temps fort du trimestre. Chez Celine, la nouvelle Collection de l'Arc de Triomphe, créée par Hedi Slimane, continue d'élever la désirabilité de la marque. Loewe inaugure à Shanghai sa première grande exposition, commissionnée par Jonathan Anderson, hommage à l'héritage espagnol de la Maison. Fendi développe sa ligne de maroquinerie *Selleria*. Loro Piana confirme une excellente dynamique pour toutes ses catégories de produits. Rimowa et Berluti réalisent un bon début d'année.

Avec une croissance organique de 7 % de ses ventes, l'activité **Parfums et Cosmétiques** bénéficie d'une forte dynamique d'innovation et de sa stratégie de distribution sélective. Christian Dior réalise une excellente performance, soutenue par le succès continu de ses fragrances iconiques *Sauvage*, *J'adore* et *Miss Dior*, dont la nouvelle édition Parfum présente des résultats remarquables. Le relancement en maquillage de *Rouge Dior* et le soin *Capture* contribuent également aux avancées rapides de la Maison. Guerlain est porté par la vitalité de ses parfums *Aqua Allegoria*, enrichis d'une nouvelle variation olfactive *Florabloom*, de ses nouvelles crèmes *Abeille Royale* et du succès en maquillage de *Terracotta*. Parfums Givenchy bénéficie du développement de sa fragrance *L'Interdit*. Maison Francis Kurkdjian est en forte progression, notamment grâce à l'emblématique *Baccarat Rouge 540*.

L'activité **Montres et Joaillerie** baisse légèrement (-2% en organique) au premier trimestre 2024. En joaillerie, Tiffany & Co. poursuit le déploiement mondial de son nouveau concept de boutiques inspiré du Landmark à New York où une première exposition « Culture of Creativity » a ouvert, célébrant l'engagement durable de la Maison envers l'excellence artistique. Une communication à 360°, mettant à l'honneur ses icônes, vient d'être lancée à travers le monde et rencontre un fort engouement. Bulgari continue de célébrer l'iconique *Serpenti* et relance sa collection *B.zero1*. La Maison annonce la création de *Fondazione Bulgari*, une fondation dédiée à la préservation du patrimoine culturel et artisanal, et à la transmission des savoir-faire en Italie. Chaumet dévoile les médailles des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, dessinées par le studio de création de la Maison, et Fred déploie sa nouvelle communication « Joaillier Solaire ». En horlogerie, la dynamique créative se poursuit, avec de nombreuses innovations de TAG Heuer, Hublot et Zenith présentées à Miami lors de la cinquième édition de la LVMH Watch Week.

Dans la **Distribution sélective**, la croissance organique des ventes est de 11 % au premier trimestre 2024. Sephora connaît à nouveau une progression remarquable, poursuivant ses gains de parts de marché. La croissance continue d'être forte en Amérique du Nord, en Europe et au Moyen-Orient. L'expansion du réseau de boutiques se poursuit, notamment en Amérique du Nord. DFS reste en-dessous de son niveau d'activité pré-Covid de 2019, la reprise des voyages internationaux étant partielle en Europe et dans les destinations phares de Hong Kong et Macao.

Dans un contexte géopolitique et économique incertain, 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, de leur désirabilité 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 2024 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 2024 est disponible sur : www.lvmh.fr.

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). 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 <i>Rodolphe Ozun</i> LVMH + 33 1 44 13 27 21	Média <i>Jean-Charles Tréhan</i> LVMH + 33 1 44 13 26 20
---	--

CONTACTS MÉDIA

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