

## ***Résultats solides au premier semestre 2025 malgré la conjoncture***

***. Ventes : 40 milliards d'euros***

***. Résultat opérationnel courant : 9 milliards d'euros***

***. Cash flow disponible : 4 milliards d'euros***

Paris, le 24 juillet 2025

LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton, leader mondial des produits de haute qualité, réalise au premier semestre 2025 des ventes de 39,8 milliards d'euros. LVMH fait preuve d'une bonne résistance et poursuit sa forte dynamique d'innovation malgré un contexte géopolitique et économique perturbé.

L'Europe, en progression à devises et périmètre comparables sur le semestre, et les États-Unis, stables de leur côté, bénéficient d'une demande locale solide. Le Japon est en recul par rapport au premier semestre 2024 qui avait bénéficié de la hausse anormale des dépenses de la clientèle touristique à cause de la forte baisse du yen. Le reste de l'Asie connaît des tendances comparables à 2024 avec cependant une amélioration, au second trimestre, des ventes à la clientèle locale.

Le résultat opérationnel courant du premier semestre 2025 s'établit à 9 milliards d'euros et fait ressortir une marge opérationnelle de 22,6 %. Le résultat net part du Groupe s'élève pour sa part à 5,7 milliards d'euros.

M. Bernard Arnault, Président-Directeur Général de LVMH, a déclaré : « LVMH fait preuve de solidité dans le contexte actuel. Nous la devons à la force de nos marques emblématiques et à leur aptitude à se renouveler sans cesse dans la culture de leur savoir-faire artisanal incomparable. Au-delà des incertitudes présentes, nous gardons le cap grâce à la vision à long terme qui a toujours guidé notre groupe familial. Nous sommes animés par l'obsession de la qualité, de la désirabilité de nos créations, conjuguée à la modernité de nos marques historiques. Nous abordons la seconde partie de l'année avec une grande vigilance et je suis confiant dans le formidable potentiel de LVMH à long terme et dans l'engagement de nos équipes pour renforcer encore l'avance du Groupe sur le marché du luxe. Notre objectif prioritaire commun est d'offrir à nos clients les créations les plus exceptionnelles. »

Le premier semestre 2025 a été marqué par :

- Une bonne solidité de LVMH dans un contexte difficile,
- La tenue de la clientèle locale en Europe et aux États-Unis,
- Le recul du Japon par rapport à un premier semestre 2024 en très forte croissance en raison des achats touristiques,
- Une amélioration des tendances au second trimestre pour le Champagne et une demande toujours faible pour le Cognac,
- La résistance de la demande locale en Mode et Maroquinerie, qui maintient un niveau très élevé de marge opérationnelle,
- Des innovations remarquables et une distribution toujours sélective pour les Parfums et Cosmétiques,
- Le succès des lignes iconiques des Maisons de Montres et Joaillerie ainsi que des boutiques rénovées de Tiffany & Co.,
- Une bonne performance de Sephora, qui poursuit la croissance de ses ventes et de ses résultats,
- Un cash flow disponible d'exploitation de 4 milliards d'euros, en forte progression.

**Chiffres clés**

<i>En millions d'euros</i>	<b>1<sup>er</sup> semestre 2024</b>	<b>1<sup>er</sup> semestre 2025</b>	<b>% variation</b>
Ventes	41 677	39 810	- 4 %
Résultat opérationnel courant	10 653	9 012	- 15 %
Résultat net (part du Groupe)	7 267	5 698	- 22 %
Cash flow disponible d'exploitation	3 130	4 032	+ 29 %
Dette financière nette	12 158	10 176	- 16 %
Capitaux propres	66 480	66 875	+ 1 %

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

<i>En millions d'euros</i>	<b>1<sup>er</sup> semestre 2024</b>	<b>1<sup>er</sup> semestre 2025</b>	<b>% variation</b>	
			<b>Publiée</b>	<b>Organique*</b>
Vins & Spiritueux	2 807	2 588	- 8 %	- 7 %
Mode & Maroquinerie	20 771	19 115	- 8 %	- 7 %
Parfums & Cosmétiques	4 136	4 082	- 1 %	0 %
Montres & Joaillerie	5 150	5 090	- 1 %	0 %
Distribution sélective	8 632	8 620	0 %	+ 2 %
Autres activités et éliminations	181	315	-	-
<b>Total LVMH</b>	<b>41 677</b>	<b>39 810</b>	<b>- 4 %</b>	<b>- 3 %</b>

\* à structure et taux de change comparables. Pour le Groupe, l'effet périmètre par rapport au premier semestre 2024 est négligeable et l'effet de change est de - 1 %.

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

<i>En millions d'euros</i>	<b>1<sup>er</sup> semestre 2024</b>	<b>1<sup>er</sup> semestre 2025</b>	<b>% variation</b>
Vins & Spiritueux	777	524	- 33 %
Mode & Maroquinerie	8 058	6 636	- 18 %
Parfums & Cosmétiques	445	425	- 4 %
Montres & Joaillerie	877	762	- 13 %
Distribution sélective	785	876	+ 12 %
Autres activités et éliminations	(289)	(211)	-
<b>Total LVMH</b>	<b>10 653</b>	<b>9 012</b>	<b>- 15 %</b>

## **Vins et Spiritueux : amélioration des tendances pour le champagne ; faiblesse de la demande pour le cognac**

L'activité **Vins et Spiritueux** voit une diminution de ses ventes et de son résultat opérationnel au premier semestre 2025. Le premier semestre 2025 connaît des tendances similaires à celles de 2024, qui s'expliquent largement par l'impact sur la clientèle des tensions commerciales pesant sur les marchés clés américain et chinois. Dans ce contexte, l'activité Vins et Spiritueux diminue sur la période avec une amélioration séquentielle sur le Champagne et une bonne performance des Rosés de Provence. Pour soutenir la demande et conforter leur désirabilité, les Maisons ont lancé des initiatives d'envergure dès le premier semestre tout en œuvrant à la maîtrise de leurs coûts.

## **Mode et Maroquinerie : bonne résistance auprès des clientèles locales**

Le groupe d'activités **Mode et Maroquinerie** voit ses ventes et son résultat diminuer au premier semestre 2025, faisant preuve néanmoins d'une bonne résistance auprès des clientèles locales et alors que le premier semestre 2024 bénéficiait de la forte croissance des achats touristiques, notamment au Japon. La marge opérationnelle reste à un niveau très élevé. Louis Vuitton continue d'illustrer sa force créative à travers ses produits iconiques sans cesse renouvelés et l'expérience unique de ses « maisons ». Par exemple, « The Louis », un espace muséal en forme de navire au cœur de Shanghai, symbolisant « l'âme du voyage » qui est au cœur de la Maison depuis sa création en 1854 par Louis Vuitton lui-même. En témoignent également le dernier défilé de Nicolas Ghesquière au Palais des Papes à Avignon et celui de Pharrell Williams à Paris. La Maison Christian Dior a nommé Jonathan Anderson, directeur artistique des collections de vêtements et accessoires Femme, Haute Couture et Homme. Son premier défilé Homme en juin à l'Hôtel des Invalides à Paris connaît un immense succès. Victoire de Castellane dévoile sa collection de haute joaillerie *Diorexquis*, ode à l'amour que Monsieur Dior portait à la nature. Pour marquer son centenaire, Loro Piana déploie sa toute première exposition au Musée d'Art de Shanghai. La ligne Resort 2025 et ses produits *Icons* réalisent une remarquable performance. Fendi débute la célébration de son centième anniversaire à Milan avec un défilé mixte imaginé par Silvia Fendi dans son nouvel espace « Solari ». Celine a présenté la première collection de Michael Rider tout comme Givenchy dévoile celle de Sarah Burton. Ces deux collections ont été particulièrement bien accueillies. Chez Loewe, l'arrivée de Jack McCollough et Lázaro Hernández à la direction de la création a été annoncée.

## **Parfums et Cosmétiques : remarquables innovations et distribution sélective**

L'activité **Parfums et Cosmétiques** est stable au premier semestre 2025 tandis que se poursuit notre politique d'innovation soutenue associée à une distribution très sélective. Christian Dior a développé ses parfums iconiques avec *Sauvage* qui reste le premier parfum vendu au monde, *J'adore Eau de Parfum*, le lancement de *Dior Homme* ainsi qu'en haute parfumerie, *La Collection Privée* enrichie par la nouvelle expression olfactive *Bois Talisman*. Le succès des innovations en maquillage de *Forever* et *Dior Addict*, et le soin contribuent à la performance solide de la Maison. Guerlain est porté par l'enrichissement de ses parfums *Aqua Allegoria* et *L'Art & La Matière* et par la relance mondiale de son soin sérum *Abeille Royale*. Parfums Givenchy bénéficie du développement de *L'Interdit* et du succès en maquillage de *Prisme Libre*. Maison Francis Kurkdjian dévoile un nouveau parfum *Kurky*.

## **Montres et Joaillerie : innovation continue en joaillerie et horlogerie ; poursuite de la rénovation des boutiques de Tiffany & Co.**

L'activité **Montres et Joaillerie** est stable au premier semestre 2025. La diminution du résultat opérationnel courant est liée au maintien des investissements dans la rénovation des boutiques et en communication. Tiffany & Co. poursuit avec succès le renforcement de ses lignes iconiques et le déploiement mondial de son nouveau concept de boutiques inspiré du Landmark à New York. Bvlgari célèbre l'emblématique *Serpenti* à travers des expositions d'art immersives à Shanghai et Séoul, donnant le coup d'envoi des célébrations de l'Année du Serpent. La nouvelle collection de haute joaillerie *Polychroma* est dévoilée à Taormina. Chaumet continue de développer activement sa ligne de joaillerie emblématique *Bee de Chaumet*. En horlogerie, TAG Heuer met en œuvre le partenariat signé en 2024 avec la Formule 1, en particulier lors du Grand Prix de Monaco, dont la Maison est devenue le premier partenaire. Hublot célèbre les 20 ans de la collection *Big Bang* et Zenith fête son 160<sup>e</sup> anniversaire.

## **Distribution sélective : progression continue de Sephora ; amélioration de la rentabilité de DFS**

La **Distribution sélective** voit la croissance de ses ventes et de son résultat. Sur une base de comparaison particulièrement élevée, Sephora poursuit la progression de ses ventes, bénéficiant de la solidité de sa stratégie et confortant son leadership mondial. La Maison accentue ses gains de parts de marché dans de nombreux pays et continue de faire croître sa communauté de clients fidèles grâce à sa différenciation produits et à l'innovation au service de l'expérience omnicanale. Chez DFS, des mesures de réduction des coûts et de rationalisation des opérations, avec notamment l'arrêt de l'activité de la Galleria de Venise, permettent une amélioration de la rentabilité malgré un niveau d'activité encore pénalisé par la conjoncture internationale. Les ventes du Bon Marché continuent de progresser grâce à la stratégie de différenciation du grand magasin avec une offre sans cesse renouvelée et une programmation culturelle originale. Le Groupe renforce l'organisation de ses grands magasins par la mise en place d'une gouvernance commune pour La Samaritaine et Le Bon Marché.

## **Perspectives 2025**

Dans un contexte géopolitique et économique incertain, le Groupe reste confiant et maintiendra une stratégie centrée sur le renforcement continu de la désirabilité de ses marques en s'appuyant sur l'exceptionnelle qualité de ses produits et sur l'excellence de sa distribution.

Notre politique exigeante de qualité pour toutes nos réalisations, le dynamisme et la créativité incomparable de nos équipes nous permettront de renforcer encore en 2025 l'avance du Groupe LVMH sur le marché mondial du luxe.

Un acompte sur dividende de 5,50 euros sera mis en paiement le jeudi 4 décembre 2025.

*L'information réglementée liée à ce communiqué ainsi que la présentation des résultats semestriels et le rapport financier semestriel sont disponibles sur le site web [www.lvmh.fr](http://www.lvmh.fr).*

*Procédures d'examen limité effectuées, rapport afférant émis à l'issue du Conseil d'administration.*

*Le détail du webcast relatif à la publication des résultats semestriels 2025 est disponible sur : [www.lvmh.fr](http://www.lvmh.fr)*

## ANNEXE

Les comptes consolidés résumés du premier semestre 2025 sont inclus dans la version PDF du communiqué.

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

## Ventes 2025 (en millions d'euros)

<i>Année 2025</i>	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres activités et éliminations	<b>Total</b>
Premier trimestre	1 305	10 108	2 178	2 482	4 189	49	<b>20 311</b>
Deuxième trimestre	1 283	9 006	1 904	2 608	4 431	267	<b>19 499</b>
<b>Premier semestre</b>	<b>2 588</b>	<b>19 115</b>	<b>4 082</b>	<b>5 090</b>	<b>8 620</b>	<b>315</b>	<b>39 810</b>

## Ventes 2025 (croissance organique par rapport à la même période de 2024)

<i>Année 2025</i>	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres activités et éliminations	<b>Total</b>
Premier trimestre	- 9 %	- 5 %	- 1 %	0 %	- 1 %	-	<b>- 3 %</b>
Deuxième trimestre	- 4 %	- 9 %	+ 1 %	0 %	+ 4 %	-	<b>- 4 %</b>
<b>Premier semestre</b>	<b>- 7 %</b>	<b>- 7 %</b>	<b>0 %</b>	<b>0 %</b>	<b>+ 2 %</b>	<b>-</b>	<b>- 3 %</b>

## Ventes 2024 (en millions d'euros)

<i>Année 2024</i>	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres activités et éliminations	<b>Total</b>
Premier trimestre	1 417	10 490	2 182	2 466	4 175	(36)	<b>20 694</b>
Deuxième trimestre	1 391	10 281	1 953	2 685	4 457	216	<b>20 983</b>
<b>Premier semestre</b>	<b>2 807</b>	<b>20 771</b>	<b>4 136</b>	<b>5 150</b>	<b>8 632</b>	<b>181</b>	<b>41 677</b>

## 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	DEU (comptes consolidés, tableau de variation de la trésorerie consolidée)
Dette financière nette	DEU (notes 1.22 et 19 de l'annexe aux comptes consolidés)
Gearing	DEU (Commentaires sur le bilan consolidé, page 318)
Croissance organique	DEU (Commentaires sur le compte de résultat consolidé, page 317)

DEU : Document d'Enregistrement Universel au 31 décembre 2024

## COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

<i>(en millions d'euros, sauf résultats par action)</i>		Notes	30 juin 2025	31 déc. 2024	30 juin 2024
<b>Ventes</b>	24		<b>39 810</b>	<b>84 683</b>	<b>41 677</b>
Coût des ventes			(13 200)	(27 918)	(12 984)
<b>Marge brute</b>			<b>26 610</b>	<b>56 765</b>	<b>28 693</b>
Charges commerciales			(14 732)	(31 002)	(14 999)
Charges administratives			(2 889)	(6 220)	(3 035)
Part dans les résultats des sociétés mises en équivalence	8		23	28	(6)
<b>Résultat opérationnel courant</b>	24		<b>9 012</b>	<b>19 571</b>	<b>10 653</b>
Autres produits et charges opérationnels	25		(14)	(664)	(29)
<b>Résultat opérationnel</b>			<b>8 998</b>	<b>18 907</b>	<b>10 624</b>
Coût de la dette financière nette			(211)	(442)	(235)
Intérêts sur dettes locatives			(278)	(510)	(241)
Autres produits et charges financiers			54	160	221
<b>Résultat financier</b>	26		<b>(435)</b>	<b>(792)</b>	<b>(255)</b>
Impôts sur les bénéfices	27		(2 648)	(5 157)	(2 805)
<b>Résultat net avant part des minoritaires</b>			<b>5 915</b>	<b>12 958</b>	<b>7 564</b>
Part des minoritaires	18		(217)	(408)	(297)
<b>Résultat net, part du Groupe</b>			<b>5 698</b>	<b>12 550</b>	<b>7 267</b>
<b>Résultat net, part du Groupe par action</b> <i>(en euros)</i>	28		<b>11,43</b>	<b>25,13</b>	<b>14,55</b>
Nombre d'actions retenu pour le calcul			498 439 266	499 412 515	499 533 550
<b>Résultat net, part du Groupe par action après dilution</b> <i>(en euros)</i>	28		<b>11,42</b>	<b>25,12</b>	<b>14,54</b>
Nombre d'actions retenu pour le calcul			498 738 112	499 681 046	499 831 725

## ÉTAT GLOBAL DES GAINS ET PERTES CONSOLIDÉS

<i>(en millions d'euros)</i>	Notes	30 juin 2025	31 déc. 2024	30 juin 2024
<b>Résultat net avant part des minoritaires</b>		<b>5 915</b>	<b>12 958</b>	<b>7 564</b>
Variation du montant des écarts de conversion		(3 216)	1 470	499
Montants transférés en résultat		1	(25)	(20)
Effets d'impôt		-	-	-
	16.5, 18	<b>(3 215)</b>	<b>1 445</b>	<b>479</b>
Variation de valeur des couvertures de flux de trésorerie futurs en devises		611	11	15
Montants transférés en résultat		(41)	(230)	(139)
Effets d'impôt		(139)	50	28
		<b>431</b>	<b>(169)</b>	<b>(97)</b>
Variation de valeur des parts inefficaces des instruments de couverture (dont coût des couvertures)		66	(357)	(348)
Montants transférés en résultat		107	253	283
Effets d'impôt		(42)	26	16
		<b>131</b>	<b>(78)</b>	<b>(50)</b>
<b>Gains et pertes enregistrés en capitaux propres, transférables en compte de résultat</b>		<b>(2 653)</b>	<b>1 198</b>	<b>332</b>
Variation de valeur des terres à vignes	6	(1)	23	-
Montants transférés en réserves consolidées		-	-	-
Effets d'impôt		-	(2)	-
		<b>(1)</b>	<b>21</b>	<b>-</b>
Engagements envers le personnel : variation de valeur liée aux écarts actuariels		(2)	73	36
Effets d'impôt		-	(22)	(9)
		<b>(2)</b>	<b>51</b>	<b>26</b>
Variation de valeur des investissements financiers	9	(67)	-	-
Effets d'impôt		-	-	-
		<b>(67)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Gains et pertes enregistrés en capitaux propres, non transférables en compte de résultat</b>		<b>(69)</b>	<b>72</b>	<b>26</b>
<b>Total des gains et pertes enregistrés en capitaux propres</b>		<b>(2 722)</b>	<b>1 270</b>	<b>359</b>
<b>Résultat global</b>		<b>3 193</b>	<b>14 228</b>	<b>7 923</b>
Part des minoritaires		(96)	(483)	(324)
<b>Résultat global, part du Groupe</b>		<b>3 097</b>	<b>13 745</b>	<b>7 598</b>

## BILAN CONSOLIDÉ

<b>Actif</b> <i>(en millions d'euros)</i>	Notes	<b>30 juin 2025</b>	<b>31 déc. 2024</b>	<b>30 juin 2024</b>
Marques et autres immobilisations incorporelles	3	25 043	26 280	25 895
Écarts d'acquisition	4	18 365	20 307	21 379
Immobilisations corporelles	6	29 403	29 886	28 531
Droits d'utilisation	7	15 724	16 620	16 060
Participations mises en équivalence	8	1 259	1 343	1 388
Investissements financiers	9	1 640	1 632	1 146
Autres actifs non courants	10	1 150	1 106	1 032
Impôts différés		4 092	4 545	4 094
<b>Actifs non courants</b>		<b>96 676</b>	<b>101 719</b>	<b>99 525</b>
Stocks et en-cours	11	23 090	23 669	24 295
Créances clients et comptes rattachés	12	4 257	4 730	4 448
Impôts sur les résultats		581	986	733
Autres actifs courants	13	8 795	8 455	8 293
Trésorerie et équivalents de trésorerie	15	8 176	9 631	7 155
<b>Actifs courants</b>		<b>44 899</b>	<b>47 471</b>	<b>44 924</b>
<b>Total de l'actif</b>		<b>141 575</b>	<b>149 190</b>	<b>144 449</b>

  

<b>Passif et capitaux propres</b> <i>(en millions d'euros)</i>	Notes	<b>30 juin 2025</b>	<b>31 déc. 2024</b>	<b>30 juin 2024</b>
Capitaux propres, part du Groupe	16	65 295	67 517	64 805
Intérêts minoritaires	18	1 580	1 770	1 675
<b>Capitaux propres</b>		<b>66 875</b>	<b>69 287</b>	<b>66 480</b>
Dettes financières à plus d'un an	19	12 454	12 091	11 540
Dettes locatives à plus d'un an	7	14 128	14 860	14 226
Provisions et autres passifs non courants	20	3 494	3 856	3 689
Impôts différés		7 172	7 344	7 200
Engagements d'achats de titres de minoritaires	21	7 015	8 056	8 789
<b>Passifs non courants</b>		<b>44 263</b>	<b>46 207</b>	<b>45 444</b>
Dettes financières à moins d'un an	19	9 927	10 851	11 770
Dettes locatives à moins d'un an	7	2 784	2 972	2 819
Fournisseurs et comptes rattachés	22	7 736	8 630	8 210
Impôts sur les résultats		1 193	1 231	1 463
Provisions et autres passifs courants	22	8 797	10 012	8 263
<b>Passifs courants</b>		<b>30 437</b>	<b>33 696</b>	<b>32 525</b>
<b>Total du passif et des capitaux propres</b>		<b>141 575</b>	<b>149 190</b>	<b>144 449</b>



L'annexe aux comptes consolidés est incluse dans le Rapport financier semestriel 2025, disponible sur le site Internet [www.lvmh.fr](http://www.lvmh.fr)

## TABLEAU DE VARIATION DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDÉS

(en millions d'euros)

	Nombre d'actions	Capital	Primes	Actions LVMH	Écarts de conversion		Écarts de réévaluation			Résultat et autres réserves	Total des capitaux propres		
						Investis- sements et placements financiers	Couvertures de flux de trésorerie futurs en devises et coût des couvertures	Terres à vignes	Enga- gements envers le personnel		Part du Groupe	Intérêts mino- ritaires	Total
Notes		16.2	16.2	16.3	16.5							18	
<b>Au 31 déc. 2023</b>	<b>502 048 400</b>	<b>151</b>	<b>530</b>	<b>(1 953)</b>	<b>1 525</b>	<b>-</b>	<b>66</b>	<b>1 156</b>	<b>170</b>	<b>59 373</b>	<b>61 017</b>	<b>1 684</b>	<b>62 701</b>
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					1 357	-	(228)	17	49		1 195	75	1 270
Résultat net										12 550	12 550	408	12 958
<b>Résultat global</b>		<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>1 357</b>	<b>-</b>	<b>(228)</b>	<b>17</b>	<b>49</b>	<b>12 550</b>	<b>13 745</b>	<b>483</b>	<b>14 228</b>
Charges liées aux plans d'actions gratuites										187	187	4	191
(Acquisitions)/cessions d'actions LVMH	-	-	-	(235)	-	-	-	-	-	(56)	(292)	-	(292)
Augmentation de capital réservée aux salariés	200 000	-	53							-	53		53
Annulation d'actions LVMH	(1 906 700)	(1)	(530)	1 585						(1 054)	-		-
Augmentations de capital des filiales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33	33
Dividendes et acomptes versés	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(6 492)	(6 492)	(556)	(7 048)
Prises et pertes de contrôles dans les entités consolidées	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	111	111
Acquisitions et cessions de parts d'intérêts minoritaires	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(237)	(237)	131	(106)
Engagements d'achat de titres de minoritaires	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(465)	(465)	(120)	(585)
<b>Au 31 déc. 2024</b>	<b>500 341 700</b>	<b>150</b>	<b>53</b>	<b>(603)</b>	<b>2 881</b>	<b>-</b>	<b>(161)</b>	<b>1 173</b>	<b>218</b>	<b>63 806</b>	<b>67 517</b>	<b>1 770</b>	<b>69 287</b>
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					(3 059)	(67)	527	(1)	(2)		(2 601)	(121)	(2 722)
Résultat net										5 698	5 698	217	5 915
<b>Résultat global</b>		<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(3 059)</b>	<b>(67)</b>	<b>527</b>	<b>(1)</b>	<b>(2)</b>	<b>5 698</b>	<b>3 097</b>	<b>96</b>	<b>3 193</b>
Charges liées aux plans d'actions gratuites et assimilés										69	69	2	71
(Acquisitions)/cessions d'actions LVMH	-	-	-	(1 644)	-	-	-	-	-	(12)	(1 655)	-	(1 655)
Augmentation de capital réservée aux salariés		-	-							-	-		-
Annulation d'actions LVMH	(200 000)		(53)	121						(68)	-		-
Augmentations de capital des filiales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2
Dividendes et acomptes versés	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(3 734)	(3 734)	(233)	(3 968)
Prises et pertes de contrôles dans les entités consolidées	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Acquisitions et cessions de parts d'intérêts minoritaires	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(66)	(66)	(2)	(68)
Engagements d'achat de titres de minoritaires	-	-	-	-	-	-	-	-	-	68	68	(54)	14
<b>Au 30 juin 2025</b>	<b>500 141 700</b>	<b>150</b>	<b>-</b>	<b>(2 126)</b>	<b>(178)</b>	<b>(67)</b>	<b>365</b>	<b>1 172</b>	<b>217</b>	<b>65 761</b>	<b>65 295</b>	<b>1 580</b>	<b>66 875</b>
<b>Au 31 déc. 2023</b>	<b>502 048 400</b>	<b>151</b>	<b>530</b>	<b>(1 953)</b>	<b>1 525</b>	<b>-</b>	<b>66</b>	<b>1 156</b>	<b>170</b>	<b>59 373</b>	<b>61 017</b>	<b>1 684</b>	<b>62 701</b>
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					435	-	(133)	-	29		331	27	359
Résultat net										7 267	7 267	297	7 564
<b>Résultat global</b>		<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>435</b>	<b>-</b>	<b>(133)</b>	<b>-</b>	<b>29</b>	<b>7 267</b>	<b>7 598</b>	<b>324</b>	<b>7 923</b>
Charges liées aux plans d'actions gratuites										66	66	2	69
(Acquisitions)/cessions d'actions LVMH	-	-	-	18	-	-	-	-	-	(17)	1	-	1
Annulation d'actions LVMH	(1 906 700)	(1)	(530)	1 585						(1 054)	-		-
Augmentations de capital des filiales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1
Dividendes et acomptes versés	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(3 746)	(3 746)	(398)	(4 144)
Prises et pertes de contrôles dans les entités consolidées	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50	50
Acquisitions et cessions de parts d'intérêts minoritaires	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(80)	(80)	(22)	(102)
Engagements d'achat de titres de minoritaires	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(52)	(52)	35	(17)
<b>Au 30 juin 2024</b>	<b>500 141 700</b>	<b>150</b>	<b>-</b>	<b>(350)</b>	<b>1 960</b>	<b>-</b>	<b>(66)</b>	<b>1 156</b>	<b>198</b>	<b>61 757</b>	<b>64 805</b>	<b>1 675</b>	<b>66 480</b>

## TABLEAU DE VARIATION DE LA TRÉSORERIE CONSOLIDÉE

(en millions d'euros)	Notes	30 juin 2025	31 déc. 2024	30 juin 2024
<b>I. OPÉRATIONS D'EXPLOITATION</b>				
Résultat opérationnel		8 998	18 907	10 624
Part dans le résultat et dividendes reçus des sociétés mises en équivalence	8	(9)	29	9
Dotations nettes aux amortissements et provisions		1 866	4 568	1 691
Amortissement des droits d'utilisation	7.1	1 595	3 228	1 549
Autres retraitements et charges calculées		(163)	488	(79)
<b>Capacité d'autofinancement</b>		<b>12 287</b>	<b>27 220</b>	<b>13 794</b>
Coût de la dette financière nette : intérêts payés		(104)	(357)	(189)
Dettes locatives : intérêts payés		(269)	(483)	(230)
Impôt payé		(2 043)	(5 531)	(2 580)
Variation du besoin en fonds de roulement	15.2	(1 990)	(1 925)	(3 511)
<b>Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation</b>		<b>7 881</b>	<b>18 924</b>	<b>7 284</b>
<b>II. OPÉRATIONS D'INVESTISSEMENT</b>				
Investissements d'exploitation	15.3	(2 360)	(5 531)	(2 728)
Incidences des acquisitions et cessions de titres consolidés	2	21	(438)	(400)
Dividendes reçus		1	9	2
Impôt payé relatif aux investissements financiers et aux titres consolidés		-	-	-
Investissements financiers nets des cessions	9	(114)	(579)	(38)
<b>Variation de la trésorerie issue des opérations d'investissement</b>		<b>(2 452)</b>	<b>(6 539)</b>	<b>(3 164)</b>
<b>III. OPÉRATIONS DE FINANCEMENT</b>				
Dividendes et acomptes versés	15.4	(4 060)	(7 322)	(4 215)
Acquisitions et cessions d'intérêts minoritaires		(68)	(173)	(104)
Autres opérations en capital	15.4	(1 239)	(224)	(4)
Émissions ou souscriptions d'emprunts et dettes financières	19	2 319	3 595	3 587
Remboursements d'emprunts et dettes financières	19	(2 289)	(3 676)	(2 783)
Remboursements des dettes locatives	7.2	(1 489)	(2 915)	(1 426)
Acquisitions et cessions de placements financiers	14	59	(1)	-
<b>Variation de la trésorerie issue des opérations de financement</b>		<b>(6 767)</b>	<b>(10 716)</b>	<b>(4 945)</b>
<b>IV. INCIDENCE DES ÉCARTS DE CONVERSION</b>		<b>(117)</b>	<b>80</b>	<b>18</b>
<b>VARIATION NETTE DE LA TRÉSORERIE (I+II+III+IV)</b>		<b>(1 455)</b>	<b>1 749</b>	<b>(807)</b>
<b>TRÉSORERIE NETTE À L'OUVERTURE</b>	15.1	<b>9 269</b>	<b>7 520</b>	<b>7 520</b>
<b>TRÉSORERIE NETTE À LA CLÔTURE</b>	15.1	<b>7 814</b>	<b>9 269</b>	<b>6 713</b>
<b>TOTAL DE L'IMPÔT PAYÉ</b>		<b>(2 157)</b>	<b>(5 790)</b>	<b>(2 701)</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 périodes présentées :

(en millions d'euros)	30 juin 2025	31 déc. 2024	30 juin 2024
Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation	7 881	18 924	7 284
Investissements d'exploitation	(2 360)	(5 531)	(2 728)
Remboursements des dettes locatives	(1 489)	(2 915)	(1 426)
<b>Cash flow disponible d'exploitation<sup>(a)</sup></b>	<b>4 032</b>	<b>10 478</b>	<b>3 130</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, 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 Vuarinet. 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-Le Parisien, Paris Match, 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.com](http://www.lvmh.com)). 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> Rodolphe Ozun LVMH + 33 1 44 13 27 21	<b>Média</b> Jean-Charles Tréhan LVMH + 33 1 44 13 26 20
--	---

## CONTACTS MÉDIA

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