Paris, le 25 juillet 2023

LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton, leader mondial des produits de haute qualité, réalise au premier semestre 2023 des ventes de 42,2 milliards d’euros, en hausse de 15 %. La croissance organique des ventes s’établit à 17 % par rapport à la même période de 2022. Toutes les activités réalisent une croissance organique à deux chiffres de leurs ventes sur le semestre à l’exception des Vins et Spiritueux qui font face à une base de comparaison particulièrement élevée.

Au second trimestre, la croissance organique des ventes est de 17 %, en ligne avec les tendances du premier trimestre.

Le résultat opérationnel courant du premier semestre 2023 s’établit à 11 574 millions d’euros, en hausse de 13 %. La marge opérationnelle courante ressort à 27,4 % des ventes. Le résultat net part du Groupe s’élève pour sa part à 8 481 millions d’euros, en hausse de 30 %.

M. Bernard Arnault, Président-Directeur Général de LVMH, a déclaré : « LVMH réalise une excellente performance au cours d’un semestre encore marqué par des incertitudes économiques et géopolitiques. Nos Maisons ont continué de faire rêver grâce à leur forte dynamique créative et à l’excellence de leur distribution comme en témoigne l’enthousiasme autour du premier défilé de Pharrell Williams pour Louis Vuitton ou encore de la réouverture du « Landmark » new-yorkais de Tiffany & Co. Les avancées liées à nos engagements sur le plan environnemental, social et sociétal se poursuivent avec notamment l’annonce récente d’un plan ambitieux de sobriété hydrique afin de réduire de 30% notre empreinte globale de consommation d’eau d’ici 2030. La désirabilité de nos marques nous fait aborder la seconde partie de l’année avec confiance et optimisme mais nous resterons vigilants dans le contexte actuel et comptons sur l’agilité et le talent de nos équipes pour renforcer encore en 2023 notre avance sur le marché mondial du luxe. »

Le premier semestre 2023 a été marqué par :

* Un excellent semestre dans un environnement pourtant perturbé,
* Une croissance significative des ventes de toutes les activités à l’exception des Vins et Spiritueux sur une base de comparaison élevée,
* Une forte progression de l’activité en Europe et en Asie,
* Une bonne performance du champagne grâce à la stratégie de valeur et un tassement du cognac par rapport à un premier semestre 2022 ayant bénéficié d’un effet massif de reconstitution des stocks chez les distributeurs,
* Une performance remarquable de l’activité Mode et Maroquinerie, en particulier de Louis Vuitton, Christian Dior, Celine, Loro Piana, Loewe et toutes les autres marques qui gagnent partout des parts de marché,
* Des avancées rapides du parfum, du maquillage et du soin,
* Une progression remarquable de la haute joaillerie et une forte dynamique créative pour toutes les Maisons de Montres et Joaillerie, en particulier Tiffany, Bulgari et TAG Heuer,
* Une performance exceptionnelle de Sephora, qui confirme sa place de leader mondial dans la distribution des produits de beauté,
* Un retour au profit de DFS qui bénéficie de la reprise des voyages internationaux,
* Un cash flow disponible d’exploitation en baisse de moitié en raison d’importants investissements en actifs immobiliers d’exception et en stocks opérationnels, en particulier en haute joaillerie.

**Chiffres clés**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *En millions d'euros* | **1er semestre** **2022** | **1er semestre** **2023** | **% variation**  |
| Ventes | 36 729 | 42 240 | + 15 % |
| Résultat opérationnel courant | 10 235 | 11 574 | + 13 % |
| Résultat net (part du Groupe) | 6 532 | 8 481 | + 30 % |
| Dette financière nette | 11 117 | 12 465 | + 12 % |
| Capitaux propres | 52 713 | 59 449 | + 13 % |

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

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *En millions d’euros* | **1er semestre 2022** | **1er semestre 2023** | **% variation**  **Publiée Organique\*** |
| Vins & Spiritueux | 3 327 | 3 181 | - 4 % | - 3 % |
| Mode & Maroquinerie | 18 136 | 21 162 | + 17 % | + 20 % |
| Parfums & Cosmétiques | 3 618 | 4 028 | + 11 % | + 13 % |
| Montres & Joaillerie | 4 909 | 5 427 | + 11 % | + 13 % |
| Distribution sélective | 6 630 | 8 355 | + 26 % | + 26 % |
| Autres activités et éliminations | 109 | 87 | - | - |
| **Total LVMH** | **36 729** | **42 240** | **+ 15 %** | **+ 17 %** |

***\**** *à structure et taux de change comparables. Pour le Groupe, l’effet périmètre par rapport au premier semestre 2022 est nul et l’effet de change est de -2 %.*

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

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *En millions d'euros* | **1er semestre** **2022** | **1er semestre** **2023** | **% variation**  |
| Vins & Spiritueux  | 1 154 | 1 046 | - 9 % |
| Mode & Maroquinerie | 7 509 | 8 562 | + 14 % |
| Parfums & Cosmétiques | 388 | 446 | + 15 % |
| Montres & Joaillerie | 987 | 1 089 | + 10 % |
| Distribution sélective | 367 | 734 | + 100 % |
| Autres activités et éliminations | (170) | (303) | - |
| **Total LVMH** | **10 235** | **11 574** | **+ 13 %** |

**Vins et Spiritueux : bon semestre pour l’activité Champagne ; faiblesse de la demande pour Hennessy**

L’activité **Vins et Spiritueux** enregistre une légère baisse (3% organique) de ses ventes au premier semestre 2023 face à une base de comparaison particulièrement élevée au premier semestre 2022. Le résultat opérationnel courant est en recul de 9 %. L’activité Champagne enregistre une progression de ses ventes sur le semestre, portée par sa stratégie de valeur. Le cognac Hennessy est impacté par l’environnement économique aux Etats-Unis et par le niveau de stock encore élevé chez les revendeurs. Au sein des rosés de Provence, Château d’Esclans accentue son expansion internationale tandis que LVMH acquiert le prestigieux domaine Minuty, l’un des leaders mondiaux. Le vignoble Joseph Phelps, l’une des propriétés viticoles les plus réputées de la Napa Valley, en Californie, est intégré pour la première fois dans les comptes du premier semestre. Le whisky Glenmorangie et la vodka Belvedere poursuivent une forte dynamique d’innovation.

**Mode et Maroquinerie : performances remarquables de Louis Vuitton, Christian Dior, Celine, Loro Piana, Loewe et Marc Jacobs**

Le groupe d’activités **Mode et Maroquinerie** enregistre une croissance organique de 20 % de ses ventes au premier semestre 2023. Le résultat opérationnel courant est en hausse de 14 %. Louis Vuitton effectue un excellent semestre, toujours porté par une créativité exceptionnelle, la qualité de ses produits et ses liens forts avec l’art et la culture. Le talent de Nicolas Ghesquière pour faire dialoguer mode et architecture continue de porter au plus haut la forte désirabilité des collections Femme. Un nouveau chapitre s’ouvre avec l’arrivée comme Directeur Créatif Homme de Pharrell Williams. Avec pour podium le Pont-Neuf, son premier défilé a suscité un immense enthousiasme avec plus de 1,1 milliard de vues sur les réseaux sociaux, un niveau record jamais atteint. Christian Dior poursuit sa croissance remarquable dans toutes ses catégories de produits. A Mumbai, à Mexico ou à Paris, chacun des défilés imaginés par Maria Grazia Chiuri met en lumière des artisanats d’excellence. Le sac *Lady Dior*, icône de la Maison Dior, était également mis à l’honneur dans l’exposition « Christian Dior, Couturier du Rêve » au Musée d’Art Contemporain de Tokyo. Les modèles d’exception Dior Homme de Kim Jones et les créations uniques de Victoire de Castellane en haute joaillerie étendent la portée des savoir-faire d’excellence de la Maison à un niveau contemporain sans précédent. Celine continue d’élever sa désirabilité grâce au succès des créations et des défilés d’Hedi Slimane. Loewe, porté par la créativité audacieuse de J.W. Anderson, poursuit le renforcement de sa distribution avec notamment l’ouverture de Casa Dubaï. Fendi inaugure de nouvelles boutiques à Séoul et à Tokyo. Loro Piana, Rimowa, Marc Jacobs et Berluti réalisent un excellent début d’année.

**Parfums et Cosmétiques : forte dynamique du parfum et du maquillage, maintien d’une distribution très sélective et qualitative**

L’activité **Parfums et Cosmétiques** enregistre une croissance organique de 13 % de ses ventes au premier semestre 2023 grâce à une dynamique forte d’innovation alliée à une politique très sélective de distribution. Le résultat opérationnel courant est en hausse de 15 %. Christian Dior réalise une performance remarquable, renforçant son leadership sur ses marchés stratégiques. *Sauvage* confirme sa position de premier parfum au monde tandis que les fragrances féminines iconiques *J’adore* et *Miss Dior* connaissent un succès continu. Le maquillage contribue également aux bons résultats de la Maison, notamment avec *Dior Addict Lip Maximizer* et *Forever Skin Correct* dans le domaine du teint. Enfin, le soin réalise d’excellentes performances, en particulier en Asie sur le segment premium avec sa gamme phare *Prestige*. Guerlain poursuit sa croissance, portée notamment par la vitalité de son soin *Abeille Royale* et de sa collection de parfumerie haut de gamme *l’Art et la Matière*, enrichie d’une nouvelle création *Jasmin Bonheur*. Givenchy bénéficie de l’excellent accueil de son nouveau parfum *Gentleman Society*. Benefit élargit avec succès sa gamme de soin *The Porefessional* tandis que la dernière création de Fenty Beauty, le mascara *Hella Thicc,* se hisse déjà dans les meilleures ventes de la Maison.

**Montres et Joaillerie : forte progression de la joaillerie, innovation soutenue en horlogerie**

L'activité **Montres et Joaillerie** réalise au premier semestre 2023 une croissance organique de 13 % de ses ventes. Le résultat opérationnel courant est en hausse de 10 %. En joaillerie, Tiffany connaît une excellente dynamique avec le succès exceptionnel de la réouverture du « Landmark » à New York ; The Landmark redevient un lieu emblématique de la vie new-yorkaise. La nouvelle collection *Lock* poursuit son déploiement mondial tandis qu’est dévoilée la première ligne de Haute Joaillerie de la Directrice Artistique Nathalie Verdeille. Bulgari, en forte croissance, fête les 75 ans de sa ligne iconique *Serpenti*. La haute joaillerie, avec notamment le lancement de la collection *Mediterranea*, réalise une performance remarquable. Chaumet et Fred connaissent une forte progression sur le semestre. TAG Heuer célèbre les 60 ans de sa collection *Carrera*. De nombreuses nouveautés horlogères de TAG Heuer, Hublot et Zenith ont été présentées lors de la LVMH Watch Week et du salon Watches & Wonders.

**Distribution sélective : excellente performance de Sephora ; progression de DFS grâce à la reprise des voyages internationaux**

Dans la **Distribution sélective**, la croissance organique des ventes est de 26 % au premier semestre 2023. Le résultat opérationnel courant est en hausse de 100 %. Sephora réalise une performance exceptionnelle et continue de gagner des parts de marché grâce à son offre innovante et différenciée de produits et de services. La dynamique est particulièrement forte en Amérique du Nord, en Europe et au Moyen-Orient. L’expansion de sa distribution se poursuit, notamment au Royaume-Uni où sa première boutique connaît un immense succès. DFS bénéficie de la reprise progressive des voyages internationaux et, en particulier, du retour des voyageurs dans les destinations phares de Hong Kong et Macao. En France, la bonne performance de La Samaritaine à Paris confirme son attractivité dans un contexte de hausse de la fréquentation des voyageurs en provenance d’Asie. Le Bon Marché, en forte progression, poursuit le développement de concepts innovants et bénéficie d’une clientèle française fidèle et du retour des voyageurs internationaux.

**Perspectives 2023**

Dans un contexte géopolitique et économique incertain, le Groupe 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 2023 l’avance du Groupe LVMH sur le marché mondial du luxe.

Un acompte sur dividende de 5,50 euros sera mis en paiement le mercredi 6 décembre 2023.

*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 2023 est disponible sur : [www.lvmh.fr](https://www.lvmh.fr/actionnaires/agenda/resultats-semestriels-2023/)*

**ANNEXE**

Les comptes consolidés résumés du premier semestre 2023 sont inclus dans la version PDF du communiqué.

**LVMH – Répartition des ventes par groupe d’activités et par trimestre**

**Ventes 2023 (en millions d’euros)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *Année 2023* | Vins et Spiritueux | Mode et Maroquinerie | Parfums et Cosmétiques | Montres et Joaillerie | Distribution sélective | Autres activités et éliminations | **Total** |
| Premier trimestre  | 1 694 | 10 728 | 2 115 | 2 589 | 3 961 | (52) | **21 035** |
| Deuxième trimestre | 1 486 | 10 434 | 1 913 | 2 839 | 4 394 | 140 | **21 206** |
| **Premier semestre** | **3 181** | **21 162** | **4 028** | **5 427** | **8 355** | **87** | **42 240** |

**Ventes 2023 (croissance organique par rapport à la même période de 2022)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *Année 2023* | Vins et Spiritueux | Mode et Maroquinerie | Parfums et Cosmétiques | Montres et Joaillerie | Distribution sélective | Autres activités et éliminations | **Total** |
| Premier trimestre  | + 3 % | + 18 % | + 10 % | + 11 % | + 28 % | - | **+ 17 %** |
| Deuxième trimestre | - 8 % | + 21 % | + 16 % | + 14 % | + 25 % | - | **+ 17 %** |
| **Premier semestre** | **- 3 %** | **+ 20 %** | **+ 13 %** | **+ 13 %** | **+ 26 %** | **-** | **+ 17 %** |

**Ventes 2022 (en millions d’euros)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *Année 2022* | Vins et Spiritueux | Mode et Maroquinerie | Parfums et Cosmétiques | Montres et Joaillerie | Distribution sélective | Autres activités et éliminations | **Total** |
| Premier trimestre  | 1 638 | 9 123 | 1 905 | 2 338 | 3 040 | (41) | **18 003** |
| Deuxième trimestre | 1 689 | 9 013 | 1 714 | 2 570 | 3 591 | 149 | **18 726** |
| **Premier semestre** | **3 327** | **18 136** | **3 618** | **4 909** | **6 630** | **109** | **36 729** |

**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.

|  |  |
| --- | --- |
| **Indicateurs** | **Renvoi aux documents publiés** |
| Cash-flow disponible d’exploitation | DEU (comptes consolidés, tableau de variation de la trésorerie consolidée) |
| Dette financière nette | DEU (notes 1.23 et 19 de l’annexe aux comptes consolidés) |
| Gearing | DEU (partie 2, Commentaires sur le bilan consolidé) |
| Croissance organique | DEU (partie 1, Commentaires sur le compte de résultat consolidé) |

*DEU : Document d’Enregistrement Universel au 31 décembre 2022*

**LVMH**

*LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton is represented in Wines and Spirits by a portfolio of brands that includes 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 and Joseph Phelps. Its Fashion and Leather Goods division includes Louis Vuitton, Christian Dior, Celine, Loewe, Kenzo, Givenchy, Fendi, Emilio Pucci, Marc Jacobs, Berluti, Loro Piana, RIMOWA, Patou. LVMH is present in the Perfumes and Cosmetics sector with Parfums Christian Dior, Guerlain, Parfums Givenchy, Kenzo Parfums, Perfumes Loewe, Benefit Cosmetics, Make Up For Ever, Acqua di Parma, Fresh, Fenty Beauty by Rihanna, Maison Francis Kurkdjian and Officine Universelle Buly. LVMH's Watches and Jewelry division comprises Bulgari,**Tiffany & Co., TAG Heuer, Chaumet, Zenith, Fred and Hublot. LVMH is also active in selective retailing as well as in other activities through DFS, Sephora, Le Bon Marché, La Samaritaine, Groupe Les Echos, Cova, Le Jardin d’Acclimatation, Royal Van Lent, Starboard Cruise Services, Belmond and Cheval Blanc hotels.*

*“This document may contain certain forward looking statements which are based on estimations and forecasts. By their nature, these forward looking statements are subject to important risks and uncertainties and factors beyond our control or ability to predict, in particular those described in LVMH’s Universal Registration Document which is available on the website (*[www.lvmh.com](http://www.lvmh.com)*). These forward looking statements should not be considered as a guarantee of future performance, the actual results could differ materially from those expressed or implied by them. The forward looking statements only reflect LVMH’s views as of the date of this document, and LVMH does not undertake to revise or update these forward looking statements. The forward looking statements should be used with caution and circumspection and in no event can LVMH and its Management be held responsible for any investment or other decision based upon such statements. The information in this document does not constitute an offer to sell or an invitation to buy shares in LVMH or an invitation or inducement to engage in any other investment activities.**”*

**LVMH CONTACTS**

|  |  |
| --- | --- |
|  **Analysts and investors** *Chris Hollis / Rodolphe Ozun* LVMH + 33 1 44 13 21 22 / + 33 1 44 13 27 21 |  **Media** *Jean-Charles Tréhan* LVMH + 33 1 44 13 26 20 |
| **MEDIA CONTACTS**  |  |
|  **France** *Charlotte Mariné /* +33 6 75 30 43 91*Axelle Gadala /* +33 6 89 01 07 60Publicis 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 |
|  **Italy** *Michele Calcaterra / Matteo Steinbach* SEC and Partners + 39 02 6249991 | **UK** *Hugh Morrison / Charlotte McMullen* Montfort Communications + 44 7921 881 800 |
|  **US** *Nik Deogun / Blake Sonnenshein* Brunswick Group + 1 212 333 3810 |  **China** *Daniel Jeffreys* Deluxewords + 44 772 212 6562 + 86 21 80 36 04 48 |