



Résultats annuels 2010

4 février 2011

LVMH
MOËT HENNESSY • LOUIS VUITTON



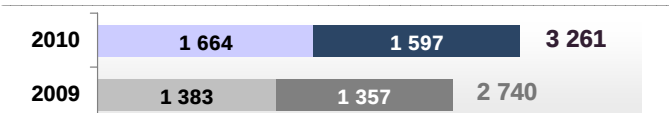
Bernard Arnault

LVMH
MOËT HENNESSY • LOUIS VUITTON

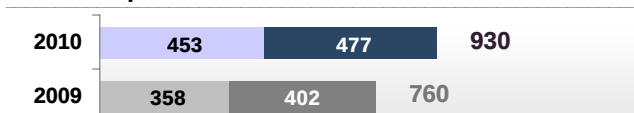
Vins et Spiritueux

En millions d'euros

Ventes + 19% Croissance organique + 13%



Résultat opérationnel courant + 22%



- ♦ Volumes : champagne +14% et Hennessy +10%
- ♦ Reprise de la demande finale
- ♦ Fin du déstockage des distributeurs
- ♦ Niveau optimal de stocks dans le réseau de distribution
- ♦ Amélioration du mix produits
- ♦ Renforcement des forces de vente

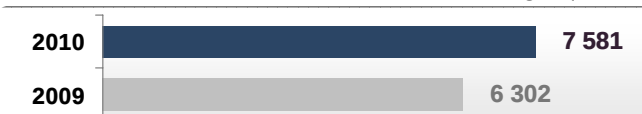
4

LVMH
LUXEMBOURG - PARIS - NEW YORK - MONTECARLO - MACAO

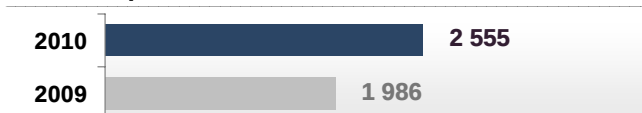
Mode et Maroquinerie

En millions d'euros

Ventes + 20% Croissance organique + 13%



Résultat opérationnel courant + 29%



- ♦ Louis Vuitton : nouvelle croissance à deux chiffres des ventes malgré des contraintes de production
- ♦ Fendi : excellentes performances pour toutes ses catégories de produits et renforcement de sa distribution
- ♦ Fort rebond des autres marques de mode au S2

5

LVMH
LUXEMBOURG - PARIS - NEW YORK - MONTECARLO - MACAO

Parfums et Cosmétiques

En millions d'euros

Ventes + 12% Croissance organique + 9%



Résultat opérationnel courant + 14%



- ♦ Poursuite d'une croissance rapide
- ♦ Excellent développement de Parfums Christian Dior
- ♦ Nombreuses innovations

6

LVMH
LUXURY MANAGEMENT HOLDING

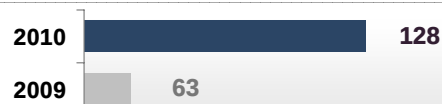
Montres et Joaillerie

En millions d'euros

Ventes + 29% Croissance organique + 21%



Résultat opérationnel courant + 103%



- ♦ Demande soutenue de nos clients
- ♦ Bonne dynamique des collections icônes
- ♦ Extension du réseau de boutiques
- ♦ Poursuite de l'intégration industrielle

7

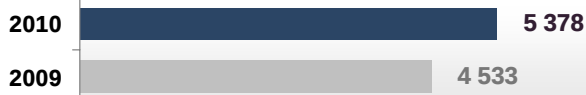
LVMH
LUXURY MANAGEMENT HOLDING

Distribution sélective

En millions d'euros

Ventes + 19%

Croissance organique + 14%



Résultat opérationnel courant + 38%



DFS

- ◆ Montée en gamme continue de l'offre des magasins
- ◆ Excellente dynamique de Macao, Hong Kong et Singapour

SEPHORA

- ◆ Gains de parts de marché dans toutes les régions
- ◆ 1 070 magasins à fin décembre (84 ouvertures nettes en 2010)
- ◆ Expansion en Amérique latine (Brésil, Mexique)
- ◆ Forte croissance des ventes en ligne

8

LVMH
LUXURY MANAGEMENT
L'ORÉAL PARIS - L'ORÉAL ANTONIO

Constance et efficacité de notre stratégie de développement

- ◆ Priorité à la croissance interne
- ◆ Recherche permanente d'un bon équilibre entre les différentes zones géographiques et entre les métiers
- ◆ Une organisation décentralisée favorisant l'initiative entrepreneuriale
- ◆ Croissance externe sélective

9

LVMH
LUXURY MANAGEMENT
L'ORÉAL PARIS - L'ORÉAL ANTONIO

Investir dans le savoir-faire de nos marques

- ◆ Création
- ◆ Qualité
- ◆ Service aux clients
- ◆ Image

Perspectives 2011

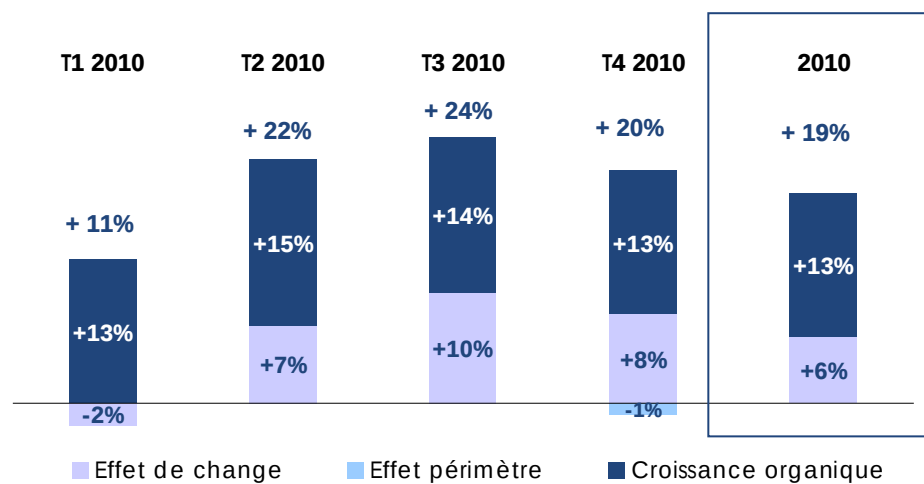
- ◆ Confiance pour 2011
- ◆ Investissements sélectifs et prometteurs
- ◆ Innovation
- ◆ Motivation des équipes



2010 : un grand millésime pour LVMH

<i>En millions d'euros</i>	2009	2010	Variation %
Ventes	17 053	20 320	+ 19%
Résultat opérationnel courant	3 352	4 321	+ 29%
Résultat net part du Groupe	1 755	3 032	+ 73%
Cash flow disponible	2 205	3 073	+ 39%

Evolution trimestrielle des ventes 2010

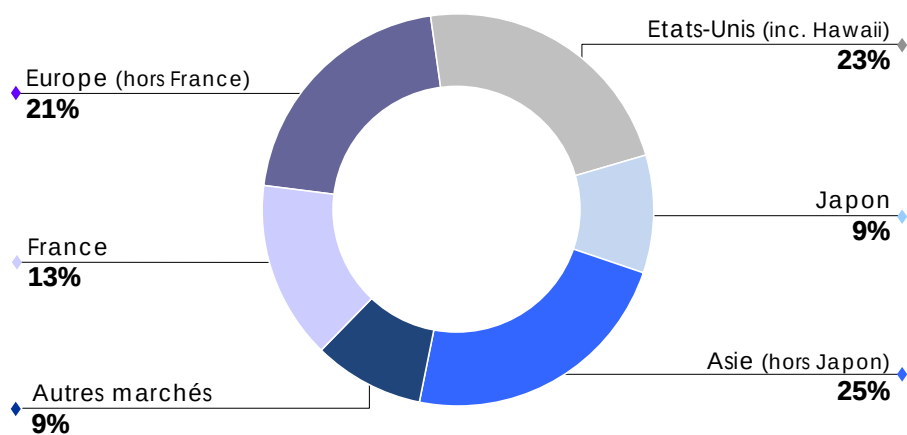


14

LVMH
LUXURY GROUP

Répartition des ventes 2010 par région

En % du total des ventes



15

LVMH
LUXURY GROUP

Evolution des ventes par région

Evolution en monnaies locales
par rapport à la même période de 2009

Groupe LVMH	9 mois 2010	T4 2010	2010
Etats-Unis*	+ 15%	+ 12%	+ 14%
Japon	- 6%	- 3%	- 5%
Asie	+ 20%	+ 20%	+ 20%
Europe	+ 13%	+ 9%	+ 12%

* hors Hawaii

16

LVMH
LUXEMBOURG - PARIS - NEW YORK
LVMH PRÉSENTATION 2010

Compte de résultat résumé

En millions d'euros	2009	2010	Variation %
Ventes	17 053	20 320	+ 19%
Marge brute	10 889	13 136	+ 21%
Charges commerciales	(6 051)	(7 098)	+ 17%
Charges administratives	(1 486)	(1 717)	+ 16%
Résultat opérationnel courant	3 352	4 321	+ 29%
Autres produits et charges opérationnels	(191)	(152)	
Résultat opérationnel	3 161	4 169	+ 32%
Résultat financier	(342)	612	
Impôt sur les bénéfices	(849)	(1 469)	
Part des MEE	3	7	
Résultat net avant part des minoritaires	1 973	3 319	+ 68%
Part des minoritaires	(218)	(287)	
Résultat net part du Groupe	1 755	3 032	+ 73%

17

LVMH
LUXEMBOURG - PARIS - NEW YORK
LVMH PRÉSENTATION 2010

Ventes par groupe d'activités

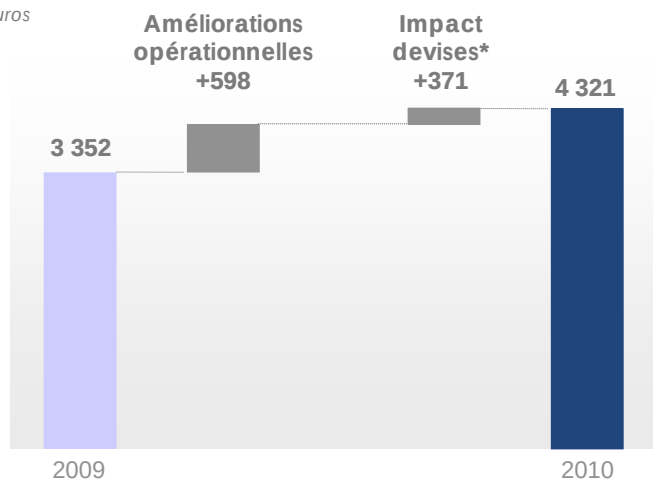
En millions d'euros	2009	2010	Croissance publiée	Croissance organique
Vins & Spiritueux	2 740	3 261	+ 19%	+ 13%
Mode & Maroquinerie	6 302	7 581	+ 20%	+ 13%
Parfums & Cosmétiques	2 741	3 076	+ 12%	+ 9%
Montres & Joaillerie	764	985	+ 29%	+ 21%
Distribution sélective	4 533	5 378	+ 19%	+ 14%
Autres et éliminations	(27)	39	-	-
Total LVMH	17 053	20 320	+ 19%	+ 13%

Résultat opérationnel courant par groupe d'activités

En millions d'euros	2009	2010	Variation %
Vins & Spiritueux	760	930	+ 22%
Mode & Maroquinerie	1 986	2 555	+ 29%
Parfums & Cosmétiques	291	332	+ 14%
Montres & Joaillerie	63	128	+ 103%
Distribution sélective	388	536	+ 38%
Autres et éliminations	(136)	(160)	ns
Total LVMH	3 352	4 321	+ 29%

Hausse du résultat opérationnel courant à taux de change constants

En millions d'euros



* dont : Mode et Maroquinerie +246M Vins et Spiritueux +65M

20

LVMH
LUXEMBOURG - PARIS - NEW YORK

Évolution du résultat financier

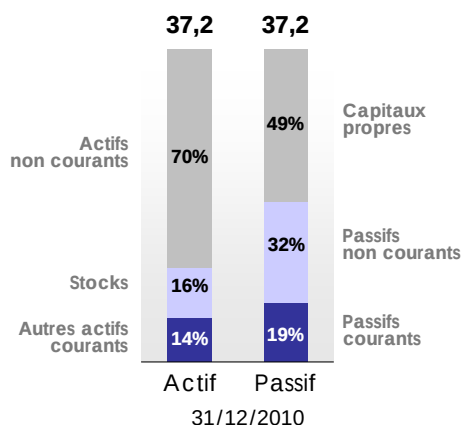
En millions d'euros	2009	2010	Variation (M€)
Coût de la dette financière nette	(187)	(151)	+36
Part inefficace des dérivés de change	(46)	(96)	-50
Résultat relatif aux investissements, placements et autres instruments financiers	(94)	865	+959
Autres, nets	(15)	(6)	+9
Résultat financier	(342)	612	+954

21

LVMH
LUXEMBOURG - PARIS - NEW YORK

Une structure financière très solide

En milliards d'euros



- ◆ Progression des capitaux propres
- ◆ Diminution de la dette nette
- ◆ Hausse du niveau des stocks largement due aux variations de change

22

LVMH
LUXEMBOURG
LVMH HOLDING S.A.

Analyse de la variation de trésorerie

En millions d'euros	2009	2010	Variation (M€)
Capacité d'autofinancement générée par l'activité	3 928	4 848	+ 920
Intérêts nets payés	(185)	(149)	+36
Impôt payé	(900)	(897)	+3
Capacité d'autofinancement	2 843	3 802	+ 959
Variation du BFR	91	247	+156
Investissements d'exploitation	(729)	(976)	-247
Cash flow disponible*	2 205	3 073	+868

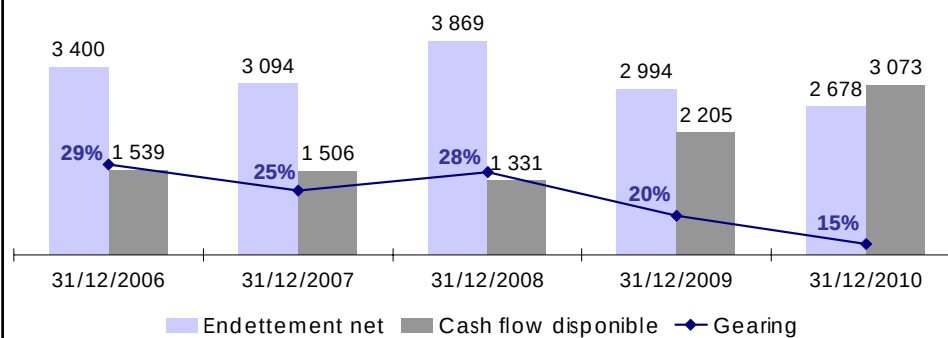
* avant investissements financiers, opérations en capital et opérations de financement

23

LVMH
LUXEMBOURG
LVMH HOLDING S.A.

Endettement net et cash flow disponible

En millions d'euros



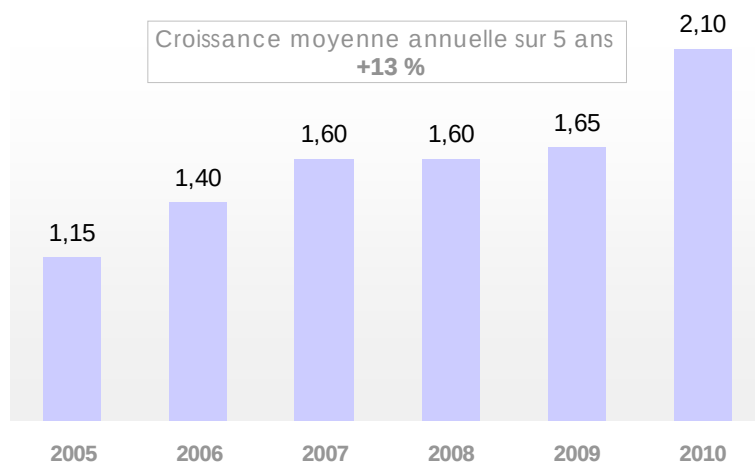
24

LVMH
L'Oréal Paris, L'Oréal Professionnel, L'Oréal Men Expert, L'Oréal Makeup

Dividende 2010 en hausse de 27 %

Dividende brut par action

En euros



25

LVMH
L'Oréal Paris, L'Oréal Professionnel, L'Oréal Men Expert, L'Oréal Makeup

Evolution du cours de bourse

Cours base 100 au 1^{er} janvier 2008



Source : Factset au 31 décembre 2010