

LVMH

---

MOËT HENNESSY ♦ LOUIS VUITTON

31 DÉCEMBRE 2013  
DOCUMENTS FINANCIERS

# SOMMAIRE GÉNÉRAL

ORGANES DE DIRECTION ET DE CONTRÔLE	1
CHIFFRES CLÉS	2
CAPITAL ET DROITS DE VOTE	4
<b>COMMENTAIRES SUR L'ACTIVITÉ ET LES COMPTES CONSOLIDÉS DU GROUPE LVMH</b>	<b>5</b>
COMMENTAIRES SUR LE COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ	6
VINS ET SPIRITUEUX	10
MODE ET MAROQUINERIE	11
PARFUMS ET COSMÉTIQUES	13
MONTRES ET JOAILLERIE	15
DISTRIBUTION SÉLECTIVE	16
COMMENTAIRES SUR LE BILAN CONSOLIDÉ	17
COMMENTAIRES SUR LA VARIATION DE TRÉSORERIE CONSOLIDÉE	19
<b>COMPTES CONSOLIDÉS RÉSUMÉS</b>	<b>21</b>
COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ	22
ÉTAT GLOBAL DES GAINS ET PERTES CONSOLIDÉS	23
BILAN CONSOLIDÉ	24
TABLEAU DE VARIATION DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDÉS	25
TABLEAU DE VARIATION DE LA TRÉSORERIE CONSOLIDÉE	26
ANNEXE AUX COMPTES CONSOLIDÉS (EXTRAITS)	27
<b>DONNÉES COMPTABLES SIMPLIFIÉES DE LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY - LOUIS VUITTON SA</b>	<b>65</b>
COMPTE DE RÉSULTAT	66
VARIATION DES CAPITAUX PROPRES	66

# ORGANES DE DIRECTION ET DE CONTRÔLE

## Conseil d'administration

---

Bernard Arnault  
*Président-directeur général*

Pierre Godé  
*Vice-Président*

Antonio Belloni  
*Directeur général délégué*

Antoine Arnault

Delphine Arnault

Nicolas Bazire

Bernadette Chirac<sup>(a)</sup>

Nicholas Clive Worms<sup>(a)</sup>

Charles de Croisset<sup>(a)</sup>

Diego Della Valle<sup>(a)</sup>

Albert Frère<sup>(a)</sup>

Gilles Hennessy

Marie-Josée Kravis<sup>(a)</sup>

Lord Powell of Bayswater

Yves-Thibault de Silguy<sup>(a)</sup>

Francesco Trapani

Hubert Védrine<sup>(a)</sup>

## Censeurs

Paolo Bulgari

Patrick Houël

Felix G. Rohatyn

## Comité exécutif

---

Bernard Arnault  
*Président-directeur général*

Antonio Belloni  
*Directeur général délégué*

Pierre Godé  
*Vice-Président*

Nicolas Bazire  
*Développement et acquisitions*

Michael Burke  
*Louis Vuitton*

Yves Carcelle  
*Fondation Louis Vuitton*

Chantal Gaemperle  
*Ressources humaines*

Jean-Jacques Guiony  
*Finances*

Christopher de Lapuente  
*Sephora*

Christophe Navarre  
*Vins et Spiritueux*

Daniel Piette  
*Fonds d'investissement*

Pierre-Yves Roussel  
*Mode*

Philippe Schaus  
*DFS*

Francesco Trapani  
*Montres et Joaillerie*

Jean-Baptiste Voisin  
*Stratégie*

Mark Weber  
*Donna Karan*

## Secrétariat général

Marc-Antoine Jamet

## Comité d'audit de la performance

---

Yves-Thibault de Silguy<sup>(a)</sup>

Nicholas Clive Worms<sup>(a)</sup>

Gilles Hennessy

## Comité de sélection des administrateurs et des rémunérations

---

Albert Frère<sup>(a)</sup>

Charles de Croisset<sup>(a)</sup>

Yves-Thibault de Silguy<sup>(a)</sup>

## Commissaires aux comptes

---

DELOITTE & ASSOCIÉS  
*représenté par Thierry Benoit*

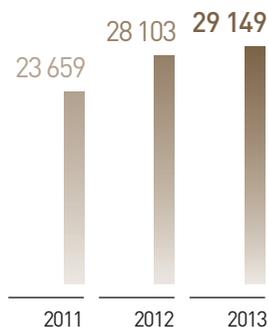
ERNST & YOUNG et Autres  
*représenté par Jeanne Boillet  
et Gilles Coben*

(a) Personnalité indépendante.

# CHIFFRES CLÉS

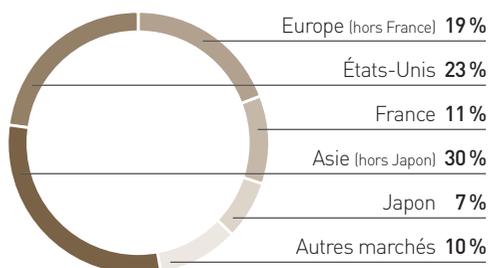
## Ventes

(en millions d'euros)

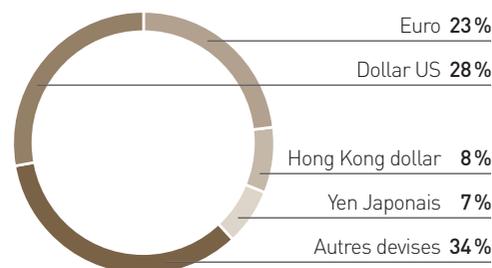


Ventes par groupe d'activités (en millions d'euros)	2013	2012	2011
Vins et Spiritueux	4 187	4 137	3 524
Mode et Maroquinerie	9 882	9 926	8 712
Parfums et Cosmétiques	3 717	3 613	3 195
Montres et Joaillerie	2 784	2 836	1 949
Distribution sélective	8 938	7 879	6 436
Autres activités et éliminations	(359)	(288)	(157)
<b>Total</b>	<b>29 149</b>	<b>28 103</b>	<b>23 659</b>

## Ventes par zone géographique de destination

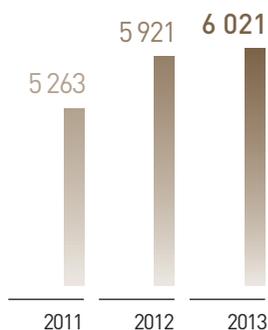


## Ventes par devise de facturation



## Résultat opérationnel courant

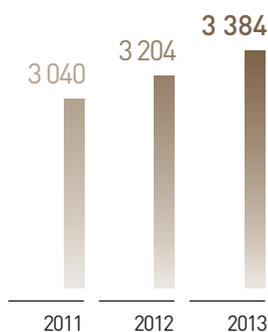
(en millions d'euros)



Résultat opérationnel courant par groupe d'activités (en millions d'euros)	2013	2012	2011
Vins et Spiritueux	1 370	1 260	1 101
Mode et Maroquinerie	3 140	3 264	3 075
Parfums et Cosmétiques	414	408	348
Montres et Joaillerie	375	334	265
Distribution sélective	901	854	716
Autres activités et éliminations	(179)	(199)	(242)
<b>Total</b>	<b>6 021</b>	<b>5 921</b>	<b>5 263</b>

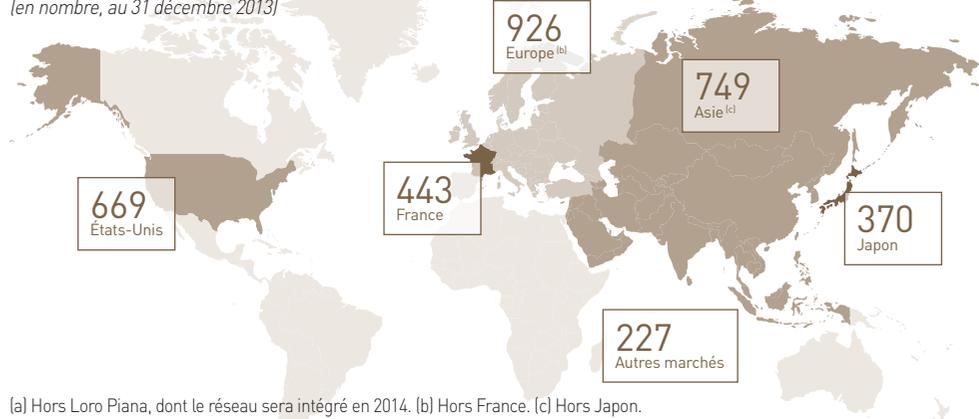
## Magasins

(en nombre)



## Réseau de magasins par zone géographique<sup>(a)</sup>

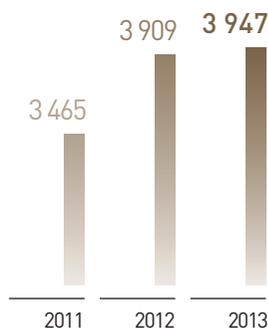
(en nombre, au 31 décembre 2013)



(a) Hors Loro Piana, dont le réseau sera intégré en 2014. (b) Hors France. (c) Hors Japon.

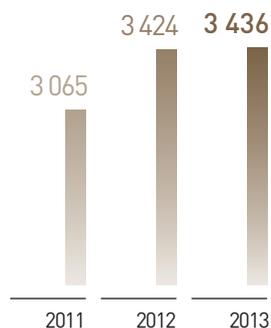
### Résultat net

(en millions d'euros)



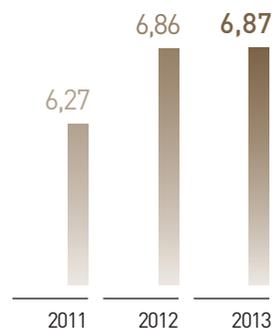
### Résultat net part du Groupe

(en millions d'euros)



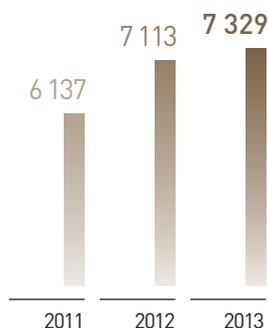
### Résultat net part du Groupe par action (avant dilution)

(en euros)



### Capacité d'autofinancement générée par l'activité (a)

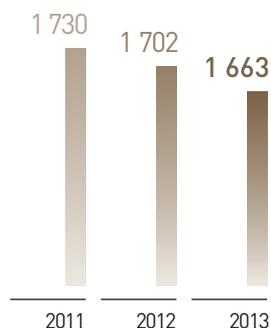
(en millions d'euros)



(a) Avant paiement de l'impôt et des frais financiers.

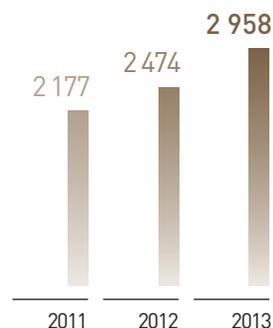
### Investissements d'exploitation

(en millions d'euros)



### Cash flow disponible (a)

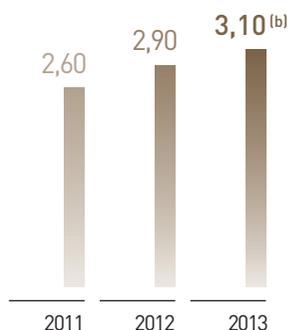
(en millions d'euros)



(a) Variation de la trésorerie issue des opérations et investissement d'exploitation.

### Dividende par action (a)

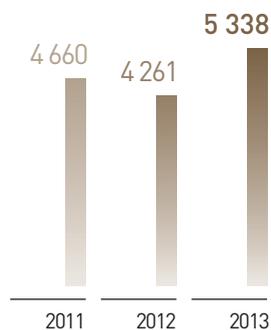
(en euros)



(a) Montant brut global versé au titre de l'exercice, avant effets de la réglementation applicable au bénéficiaire.  
(b) Montant proposé à l'Assemblée générale du 10 avril 2014.

### Dettes financières nettes (a)

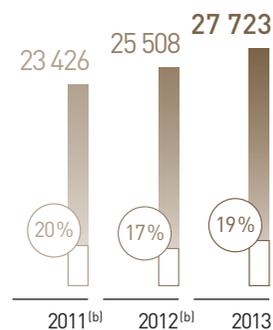
(en millions d'euros)



(a) Hors engagements d'achat de titres de minoritaires, classés en Autres passifs non courants. Voir analyse en Note 18.1 de l'annexe aux comptes consolidés résumés.

### Capitaux propres (a) et ratio Dette financière nette / Capitaux propres

(en millions d'euros et en pourcentage)



(a) Y compris intérêts minoritaires.  
(b) Les bilans aux 31 décembre 2012 et 2011 ont été retraités des effets de l'application de l'amendement d'IAS 19 Avantages au personnel, rétrospectivement au 1<sup>er</sup> janvier 2011. Voir Note 1.2 des comptes consolidés résumés.

## CAPITAL ET DROITS DE VOTE

	Nombre d'actions	Nombre de droits de vote <sup>[a]</sup>	% du capital	% des droits de vote
Groupe familial Arnault	235 886 503	453 988 936	46,45 %	62,59 %
Autres	271 907 158	271 320 729	53,55 %	37,41 %
<b>Total</b>	<b>507 793 661</b>	<b>725 309 665</b>	<b>100,00 %</b>	<b>100,00 %</b>

[a] Nombre total de droits de vote exerçables en Assemblée générale.

# COMMENTAIRES SUR L'ACTIVITÉ ET LES COMPTES CONSOLIDÉS DU GROUPE LVMH

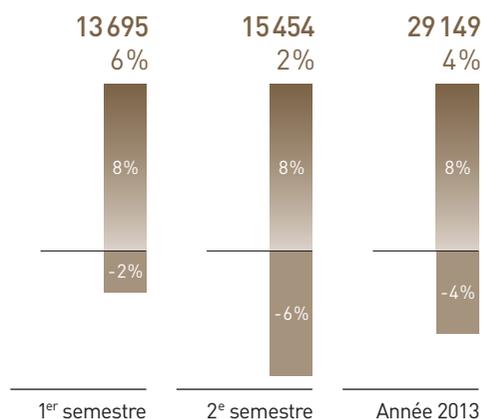
1.	COMMENTAIRES SUR LE COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ	6
2.	VINS ET SPIRITUEUX	10
3.	MODE ET MAROQUINERIE	11
4.	PARFUMS ET COSMÉTIQUES	13
5.	MONTRES ET JOAILLERIE	15
6.	DISTRIBUTION SÉLECTIVE	16
7.	COMMENTAIRES SUR LE BILAN CONSOLIDÉ	17
8.	COMMENTAIRES SUR LA VARIATION DE TRÉSORERIE CONSOLIDÉE	19

# 1. COMMENTAIRES SUR LE COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

## 1.1. Analyse des ventes

### Évolution des ventes par semestre

(en millions d'euros et en pourcentage)



- Croissance organique
- Variations de périmètre <sup>[a]</sup>
- Évolution des parités monétaires <sup>[a]</sup>

[a] Les principes de détermination des effets de l'évolution des parités monétaires sur les ventes des entités en devises et des variations de périmètre sont décrits en page 9.

Les ventes de l'exercice 2013 s'élèvent à 29 149 millions d'euros, en hausse de 4 % par rapport à l'exercice précédent. Elles ont été affectées par la baisse des principales devises de facturation du Groupe par rapport à l'euro, notamment de -27 % pour le yen japonais.

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2012, le périmètre des activités consolidées a enregistré les évolutions suivantes : dans la Mode et Maroquinerie, acquisition de 80 % de Loro Piana le 5 décembre 2013 et 52 % du chasseur britannique Nicholas Kirkwood le 1<sup>er</sup> octobre 2013 ; dans les autres activités, acquisition en juin 2013 de 80 % de la pâtisserie Cova basée à Milan et de l'Hôtel Saint Barth Isle de France en septembre 2013. Ces évolutions du périmètre de consolidation n'ont pas d'effet significatif sur la variation des ventes annuelles.

À taux de change et périmètre comparables, la hausse des ventes est de 8 %.

### Ventes par devise de facturation

(en pourcentage)	2013	2012	2011
Euro	23	24	26
Dollar US	28	28	27
Yen Japonais	7	8	8
Hong Kong dollar	8	6	6
Autres devises	34	34	33
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

La répartition des ventes entre les différentes devises de facturation évolue comme suit : le poids de l'euro et du yen japonais baisse de 1 point pour s'établir respectivement à 23 % et 7 %, le poids du dollar US et des autres devises reste stable à 28 % et 34 % respectivement, alors que celui du dollar de Hong Kong augmente de 2 points, pour s'établir à 8 %.

### Ventes par zone géographique de destination

(en pourcentage)	2013	2012	2011
France	11	11	12
Europe (hors France)	19	20	21
États-Unis	23	23	22
Japon	7	8	8
Asie (hors Japon)	30	28	27
Autres marchés	10	10	10
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Par zone géographique, on constate une baisse de 1 point du poids relatif dans les ventes du Groupe de l'Europe (hors France) et du Japon pour atteindre respectivement 19 % et 7 %, alors que le poids de l'Asie (hors Japon) augmente de 2 points à 30 %. La France, les États-Unis et les autres marchés restent stables à 11 %, 23 % et 10 %.

### Ventes par groupe d'activités

(en millions d'euros)	2013	2012	2011
Vins et Spiritueux	4 187	4 137	3 524
Mode et Maroquinerie	9 882	9 926	8 712
Parfums et Cosmétiques	3 717	3 613	3 195
Montres et Joaillerie	2 784	2 836	1 949
Distribution sélective	8 938	7 879	6 436
Autres activités et éliminations	(359)	(288)	(157)
<b>Total</b>	<b>29 149</b>	<b>28 103</b>	<b>23 659</b>

Par groupe d'activités, la répartition des ventes du Groupe varie sensiblement, conséquence de l'apport de trois concessions majeures remportées fin 2012 à l'aéroport de Hong Kong dans la Distribution sélective, dont la part augmente de 3 points à 31 %. La part de la Mode et Maroquinerie, des Vins et Spiritueux et des Montres et Joaillerie baisse de 1 point pour s'établir respectivement à 34 %, 14 % et 9 %. La part des Parfums et Cosmétiques reste stable 13 %.

Les ventes du groupe d'activités Vins et Spiritueux sont en hausse de 1 % en données publiées. Affectées par un effet de change négatif de 5 points, les ventes de ce groupe d'activités sont en hausse de 6 % à taux de change et périmètre comparables. Cette performance est réalisée grâce à une progression des volumes et une politique soutenue de hausses de prix conforme

à la stratégie de valeur poursuivie. La demande est toujours dynamique en Asie et aux États-Unis. La Chine reste le deuxième marché du groupe d'activités Vins et Spiritueux.

Les ventes du groupe d'activités Mode et Maroquinerie sont en hausse de 5 % à taux de change et périmètre comparables, et stables en données publiées. La performance de ce groupe d'activités bénéficie toujours de la progression de Louis Vuitton. Céline, Kenzo, Givenchy et Berluti confirment leur potentiel et réalisent des croissances à deux chiffres.

Les ventes des Parfums et Cosmétiques sont en hausse de 7 % à taux de change et périmètre comparables et de 3 % en données publiées. Cette progression confirme l'efficacité de la stratégie de valeur fermement maintenue par les marques du Groupe face aux tensions concurrentielles engendrées sur les marchés par la crise économique. Le groupe d'activités Parfums et Cosmétiques a sensiblement augmenté son chiffre d'affaires aux États-Unis et en Asie, notamment en Chine.

## 1.2. Résultat opérationnel courant

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
Ventes	29 149	28 103	23 659
Coût des ventes	(10 055)	(9 917)	(8 092)
Marge brute	19 094	18 186	15 567
Charges commerciales	(10 849)	(10 101)	(8 360)
Charges administratives	(2 224)	(2 164)	(1 944)
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>6 021</b>	<b>5 921</b>	<b>5 263</b>
<b>Taux de marge opérationnelle <i>(en %)</i></b>	<b>21</b>	<b>21</b>	<b>22</b>

La marge brute du Groupe s'élève à 19 094 millions d'euros, en hausse de 5 % par rapport à l'exercice précédent. Le taux de marge brute sur les ventes s'élève à 66 %, en hausse de 1 point grâce notamment à la bonne maîtrise des coûts de revient des produits vendus.

Les charges commerciales, qui s'élèvent à 10 849 millions d'euros, sont en hausse de 7 % en données publiées et de 12 % à taux de change et périmètre comparables. Cette augmentation provient principalement du développement des réseaux de distribution, mais aussi du renforcement des investissements en communication des principales marques. Néanmoins, le niveau de ces charges ne progresse que de 1 point en pourcentage des ventes et s'établit à 37 %. Parmi ces charges commerciales, les frais de publicité et de promotion représentent 11 % des ventes et sont en augmentation de 5 % à taux de change et périmètre comparables.

Les ventes du groupe d'activités Montres et Joaillerie sont en hausse de 4 % à taux de change et périmètre comparables, et sont en baisse de 2 % en données publiées. L'environnement économique incertain et le marché fortement concurrentiel ont provoqué un ralentissement des achats des détaillants horlogers multimarques. Le Japon constitue, pour l'ensemble des marques, la région la plus dynamique.

La croissance des ventes des activités de Distribution sélective est de 13 % en données publiées et de 17 % à taux de change et périmètre comparables. La performance est tirée à la fois par Sephora dont les ventes progressent très sensiblement dans toutes les régions du monde et par DFS qui réalise une excellente progression grâce à l'intégration depuis fin 2012 de trois concessions majeures à l'aéroport de Hong Kong et au développement continu du tourisme chinois dont bénéficient ses implantations à Hong Kong et Macao.

L'implantation géographique des magasins évolue comme présentée ci-après :

<i>(en nombre)</i>	2013	2012	2011
France	443	412	390
Europe (hors France)	926	910	883
États-Unis	669	644	621
Japon	370	370	360
Asie (hors Japon)	749	670	621
Autres marchés	227	198	165
<b>Total</b>	<b>3 384<sup>(a)</sup></b>	<b>3 204</b>	<b>3 040</b>

(a) Hors Loro Piana, dont le réseau sera intégré en 2014.

Les charges administratives sont de 2 224 millions d'euros, en hausse de 3 % en données publiées et de 6 % à taux de change et périmètre comparables. Elles représentent 8 % des ventes, proportion identique à celle de 2012.

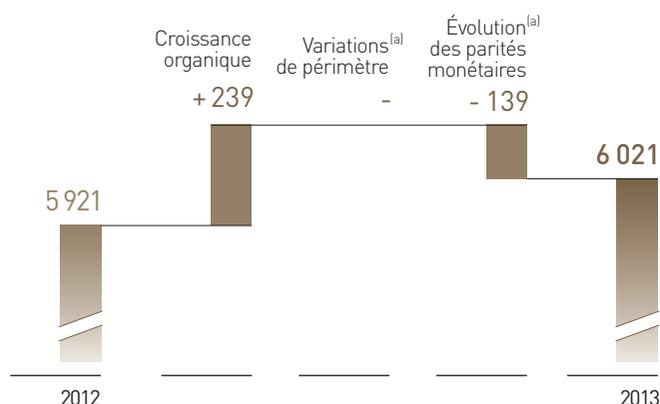
## Résultat opérationnel courant par groupe d'activités

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
Vins et Spiritueux	1 370	1 260	1 101
Mode et Maroquinerie	3 140	3 264	3 075
Parfums et Cosmétiques	414	408	348
Montres et Joaillerie	375	334	265
Distribution sélective	901	854	716
Autres activités et éliminations	(179)	(199)	(242)
<b>Total</b>	<b>6 021</b>	<b>5 921</b>	<b>5 263</b>

Le résultat opérationnel courant du Groupe s'établit à 6 021 millions d'euros, en hausse de 2 %. Le taux de marge opérationnelle sur ventes du Groupe s'établit à 21 %, stable par rapport à 2012.

**Évolution du résultat opérationnel courant**

(en millions d'euros)



[a] Les principes de détermination des effets de l'évolution des parités monétaires sur les résultats opérationnels courants des entités en devises et des variations de périmètre sont décrits en page 9.

L'effet total de l'évolution des parités monétaires sur le résultat opérationnel courant par rapport à l'exercice précédent est négatif de 139 millions d'euros. Ce chiffre intègre les trois éléments suivants : l'effet des variations des parités monétaires sur les ventes et les achats des sociétés du Groupe exportatrices et importatrices ; la variation du résultat de la politique de couverture de l'exposition commerciale du Groupe aux différentes devises ; l'effet des variations des devises sur la consolidation des résultats opérationnels courants des filiales hors zone Euro.

À devises, effets de couverture de change et périmètre constants, le résultat opérationnel courant du Groupe progresse de 4 %.

**Vins et Spiritueux**

	2013	2012	2011
Ventes (en millions d'euros)	4 187	4 137	3 524
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	1 370	1 260	1 101
Taux de marge opérationnelle (en %)	33	30	31

Le résultat opérationnel courant du groupe d'activités Vins et Spiritueux s'établit à 1 370 millions d'euros, en hausse de 9 % par rapport à 2012. Cette performance résulte à la fois de l'augmentation des ventes en volume mais également d'une politique soutenue de hausse de prix. Le taux de marge opérationnelle sur ventes de cette activité augmente de 3 points à 33 %.

**Mode et Maroquinerie**

	2013	2012	2011
Ventes (en millions d'euros)	9 882	9 926	8 712
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	3 140	3 264	3 075
Taux de marge opérationnelle (en %)	32	33	35

Les activités Mode et Maroquinerie présentent un résultat opérationnel courant de 3 140 millions d'euros, en baisse de 4 %. Louis Vuitton maintient son niveau de profitabilité très élevé, tandis que Céline et Marc Jacobs confirment leur dynamique de croissance rentable. Le taux de marge opérationnelle sur ventes de ce groupe d'activités baisse de 1 point et s'établit à 32 %.

**Parfums et Cosmétiques**

	2013	2012	2011
Ventes (en millions d'euros)	3 717	3 613	3 195
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	414	408	348
Taux de marge opérationnelle (en %)	11	11	11

Le résultat opérationnel courant des activités Parfums et Cosmétiques est de 414 millions d'euros, en hausse de 2 % par rapport à 2012. Cette hausse est tirée notamment par Guerlain, Benefit et Fresh qui améliorent leur résultat, grâce au succès de leurs lignes de produits phares et à une forte dynamique d'innovation. Le taux de marge opérationnelle sur ventes de ce groupe d'activités reste stable à 11 %.

**Montres et Joaillerie**

	2013	2012	2011
Ventes (en millions d'euros)	2 784	2 836	1 949
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	375	334	265
Taux de marge opérationnelle (en %)	13	12	14

Le résultat opérationnel du groupe d'activités Montres et Joaillerie est de 375 millions d'euros, en hausse de 12 % par rapport à 2012. Le taux de marge opérationnelle sur ventes de ce groupe d'activités augmente de 1 point à 13 %.

**Distribution sélective**

	2013	2012	2011
Ventes (en millions d'euros)	8 938	7 879	6 436
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	901	854	716
Taux de marge opérationnelle (en %)	10	11	11

Le résultat opérationnel courant du groupe d'activités Distribution sélective est de 901 millions d'euros, en hausse de 6 % par rapport à 2012. Le taux de marge opérationnelle sur ventes de ce groupe d'activités baisse de 1 point et s'établit à 10 %.

**Autres activités**

Le résultat opérationnel courant lié aux Autres activités et éliminations est négatif de 179 millions d'euros, en amélioration par rapport à 2012. Outre les frais de siège, cette rubrique intègre le pôle Média ainsi que les yachts Royal Van Lent.

### 1.3. Autres éléments du compte de résultat

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
Résultat opérationnel courant	6 021	5 921	5 263
Autres produits et charges	(127)	(182)	(109)
Résultat opérationnel	5 894	5 739	5 154
Résultat financier	(199)	(14)	(242)
Impôts sur les bénéfices	(1 755)	(1 820)	(1 453)
Part dans les résultats des sociétés mises en équivalence	7	4	6
<b>Résultat net avant part des minoritaires</b>	<b>3 947</b>	<b>3 909</b>	<b>3 465</b>
Part des minoritaires	(511)	(485)	(400)
<b>Résultat net, part du Groupe</b>	<b>3 436</b>	<b>3 424</b>	<b>3 065</b>

Les Autres produits et charges opérationnels sont négatifs de 127 millions d'euros contre 182 millions d'euros en 2012. En 2013, les Autres produits et charges incluent 88 millions d'euros d'amortissements et dépréciations de marques, écarts d'acquisition. Le solde est constitué principalement des frais relatifs aux acquisitions réalisées en 2013 et aux coûts de réorganisations industrielles ou commerciales. En 2012, ils incluaient en outre des dépréciations d'actifs corporels à hauteur de 74 millions d'euros.

Le résultat opérationnel du Groupe est de 5 894 millions d'euros, en hausse de 3 % par rapport à 2012.

Le résultat financier de l'exercice est négatif de 199 millions d'euros ; il était négatif de 14 millions d'euros en 2012. Il est constitué :

- du coût global de la dette financière nette qui s'élève à 103 millions d'euros, en baisse par rapport à 2012. La hausse de l'encours moyen de la dette financière nette au cours de l'exercice a été compensée par la baisse du coût moyen de la dette ;
- des autres produits et charges financiers, négatifs de 96 millions d'euros, à comparer à un montant positif de 126 millions d'euros en 2012. Le résultat positif de 2012 incluait un dividende exceptionnel provenant de la participation du Groupe dans Hermès.

Le taux effectif d'impôt du Groupe s'établit à 31 % contre 32 % en 2012, une évolution liée notamment à la reconnaissance de produits d'impôts différés dans certaines filiales.

La part dans les résultats des sociétés mises en équivalence en 2013 est de 7 millions d'euros, elle s'établissait à 4 millions d'euros en 2012.

La part du résultat net revenant aux minoritaires est de 511 millions d'euros contre 485 millions d'euros en 2012.

Le résultat net part du Groupe s'élève à 3 436 millions d'euros, stable par rapport à 2012. Il représente 12 % des ventes en 2013, proportion identique à celle de 2012.

#### Commentaires sur la détermination des effets de l'évolution des parités monétaires et des variations de périmètre

Les effets de l'évolution des parités monétaires sont déterminés par conversion des comptes de l'exercice des entités ayant une monnaie fonctionnelle autre que l'euro aux taux de change de l'exercice précédent, à l'exclusion de tout autre retraitement.

Les effets des variations de périmètre sont déterminés :

- pour les acquisitions de l'exercice, en déduisant des ventes de l'exercice le montant des ventes réalisées durant l'exercice par les entités acquises à compter de leur entrée dans le périmètre de consolidation ;
- pour les acquisitions de l'exercice précédent, en déduisant des ventes de l'exercice le montant des ventes réalisées au cours des mois durant lesquels les entités acquises n'étaient pas consolidées lors de l'exercice précédent ;
- pour les cessions de l'exercice, en ajoutant aux ventes de l'exercice le montant des ventes réalisées par les entités cédées l'exercice précédent, au cours des mois durant lesquels ces entités ne sont plus consolidées sur l'exercice en cours ;
- pour les cessions de l'exercice précédent, en ajoutant aux ventes de l'exercice les ventes réalisées durant l'exercice précédent par les entités cédées.

Le retraitement du résultat opérationnel courant s'effectue selon les mêmes principes.

## 2. VINS ET SPIRITUEUX

	2013	2012	2011
<b>Ventes</b> (en millions d'euros)	<b>4 187</b>	<b>4 137</b>	<b>3 524</b>
<b>Ventes en volume</b> (en millions de bouteilles)			
Champagne	57,4	56,8	55,5
Cognac	69,1	67,1	63,5
Autres spiritueux	16,9	15,7	14,1
Vins tranquilles et pétillants	44,7	43,3	41,8
<b>Ventes par zone géographique de destination</b> (en %)			
France	7	7	8
Europe (hors France)	19	20	22
États-Unis	23	22	23
Japon	5	6	6
Asie (hors Japon)	31	30	26
Autres marchés	15	15	15
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Résultat opérationnel courant</b> (en millions d'euros)	<b>1 370</b>	<b>1 260</b>	<b>1 101</b>
<b>Marge opérationnelle</b> (en %)	<b>33</b>	<b>30</b>	<b>31</b>
<b>Investissements d'exploitation</b> (en millions d'euros)	<b>187</b>	<b>182</b>	<b>159</b>

L'activité **Vins et Spiritueux** réalise en 2013 une croissance organique de 6 % de ses ventes. Son résultat opérationnel courant progresse de 9 %. Dans un environnement marqué par une bonne dynamique en Asie et aux États-Unis, et un marché contrasté en Europe, le groupe d'activités continue d'illustrer les axes de sa stratégie de valeur : fermeté des prix et forte dynamique d'innovation visant à toujours renforcer la désirabilité des Maisons. Les ventes en volume progressent de 1 % pour l'ensemble des marques de champagne de LVMH avec une demande soutenue pour les cuvées de prestige ; elles sont en hausse de 3 % pour le cognac Hennessy. La dynamique des Maisons est servie par le réseau de distribution puissant et réactif de Moët Hennessy et par des investissements soutenus en communication.

**Moët & Chandon** illustre sa nouvelle plate-forme de communication en orchestrant les apparitions de son ambassadeur Roger Federer à travers le monde. Il est notamment l'invité d'honneur de la célébration des 270 ans de la Maison à New York, en compagnie de nombreux hôtes prestigieux. En l'honneur du *Grand Vintage Rosé 2004*, une dégustation verticale permet de découvrir les plus beaux Vintages Rosés de la Maison, avec pour point culminant le *Grand Vintage Rosé 1878*, la plus ancienne cuvée de champagne rosé de la Maison. Un événement unique en son genre, propre à mettre en exergue l'expertise historique de Moët & Chandon tout autant que sa vision contemporaine.

**Dom Pérignon** réaffirme sa singularité notamment à travers le lancement de nouveaux millésimes et des événements conçus autour de grands créateurs. Jeff Koons réalise une sculpture « Balloon Venus pour Dom Pérignon » pour le lancement du

*Dom Pérignon Rosé 2003*. Cette création est ensuite réinterprétée pour l'édition limitée d'un coffret de fin d'année abritant ce même millésime et le *Dom Pérignon 2004*.

**Mercier** connaît un nouvel élan en redonnant vie à ses valeurs d'origine. Un packaging rajeuni et une nouvelle communication affirment l'identité et le positionnement de la marque.

**Veuve Clicquot** reste fidèle à sa stratégie d'innovation. Entre autres initiatives, son coffret *Shakkei* connaît un grand succès au Japon, tandis que *Naturally* est le premier étui éco-responsable. La Maison met en valeur son expertise via un partenariat gastronomique avec Joël Robuchon. Elle poursuit son développement en Chine et en Europe Centrale et Orientale, tout en se renforçant sur ses marchés historiques aux États-Unis, au Japon et en Australie. Le Rosé confirme son succès et sa vocation de puissant levier de croissance.

**Ruinart** consolide ses positions en France et progresse solidement à l'international, particulièrement sur les marchés émergents d'Asie, d'Afrique et d'Amérique latine. La Maison maintient la priorité donnée aux produits premium, à l'image du nouveau millésime *Dom Ruinart Rosé 2002*. Intensifiant son engagement dans l'art contemporain, Ruinart est aujourd'hui associée aux foires internationales majeures. L'artiste Piet Hein Eek crée une œuvre en hommage à l'héritage de la Maison et imagine deux collections en édition limitée.

**Krug** s'attache à développer sa notoriété et à recruter de nouveaux consommateurs en revisitant les codes du luxe. Des « Lieux Ephémères » sont organisés à travers le monde et des voyages d'exception reflétant les valeurs de la Maison fédèrent le réseau « Krug Ambassades ». Au-delà d'une belle dynamique aux États-Unis et d'une bonne tenue en Europe, Krug réalise d'excellentes performances au Japon et en Asie-Pacifique.

Les vins pétillants et tranquilles d'**Estates & Wines** enregistrent des résultats remarquables. La marque **Chandon** progresse fortement sur les marchés domestiques et d'exportation. Poursuivant leur montée en gamme, les vins tranquilles réalisent aussi d'excellentes performances.

**Château d'Yquem** confirme son statut d'unique Sauternes Premier Cru Classé Supérieur. Alors que l'Europe et les États-Unis redeviennent des marchés dynamiques, l'Asie attire un nombre croissant d'amateurs. La sortie du *Château d'Yquem 2011*, plébiscité par les critiques, et la mise en marché du *Y 2012* marquent l'année. **Château Cheval Blanc** conforte sa place de 1<sup>er</sup> Grand Cru Classé A.

**Hennessy** connaît une nouvelle progression sensible, grâce à la puissance de sa marque et à la diversité géographique de ses ventes. Cette avancée est notamment tirée par les États-Unis, premier marché en volume. En Chine, le fort ancrage historique de la marque et son dynamisme dans le monde de la nuit compensent l'impact des mesures gouvernementales affectant les réceptions et les cadeaux d'affaires. La marque maintient une position forte à Taïwan, en Malaisie et au Vietnam, tout en se développant activement au Cambodge, en Inde et aux Philippines. Elle affiche un fort dynamisme en Europe de l'Est,

où elle bénéficie de la mise en place de la filiale de distribution Moët Hennessy en Russie. Enfin, elle continue à bâtir de solides relais de croissance sur les continents africain et américain, notamment au Mexique et dans les Caraïbes. Au-delà du succès de ses qualités vieilles, Hennessy se réinvente sur les qualités jeunes comme *Very Special* et *Classim*, pour conquérir de nouvelles générations de consommateurs. La marque intensifie sa présence dans le monde de la nuit, autour du nouvel univers *Very Special* imaginé par Pininfarina et des concerts événements *Hennessy Artistry*.

Les whiskies single malt **Glenmorangie** et **Ardbeg** continuent de progresser fortement sur leurs marchés clés. Salués par la critique, les lancements de l'année chez Glenmorangie sont des succès commerciaux. L'édition limitée *Ealanta* reçoit le titre de « Whisky mondial de l'année » décerné par la *Whisky Bible*, guide de référence de l'industrie. Vendue en ligne et lancée à l'occasion de l'Ardbog Day 2013, l'édition limitée *Ardbog* est épuisée sur ses marchés clés en quelques heures.

La vodka **Belvedere** poursuit sa forte croissance. Soutenue aux États-Unis par une large campagne de communication, elle gagne des parts de marché en Europe, en Asie, au Brésil et en Afrique.

**Wenjun** enregistre une forte croissance en Chine dans un contexte très concurrentiel pour le baijiu premium.

## Perspectives

Les Maisons de Vins et Spiritueux porteront en 2014 leur désirabilité et leur rayonnement à travers le monde à un niveau toujours plus élevé, grâce à une réputation d'excellence et une politique d'innovation très active. Des investissements significatifs en communication, dédiés aux marchés et segments les plus porteurs, soutiendront les initiatives des marques. Ces éléments sont les clés d'une stratégie de valeur qui s'appuie sur une montée en gamme du mix produits et une augmentation des prix. La puissance du réseau mondial de distribution de Moët Hennessy, associée à l'expérience et l'ambition de ses équipes, constituent des atouts importants pour le groupe d'activités, qui s'attachera à consolider ses positions de leader sur le marché des vins et spiritueux de prestige et continuera à bâtir une croissance harmonieuse et rentable.

## 3. MODE ET MAROQUINERIE

	2013	2012	2011
<b>Ventes</b> (en millions d'euros)	<b>9 882</b>	<b>9 926</b>	<b>8 712</b>
<b>Ventes par zone géographique de destination</b> (en %)			
France	8	8	8
Europe (hors France)	20	19	20
États-Unis	20	20	18
Japon	12	14	14
Asie (hors Japon)	31	31	32
Autres marchés	9	8	8
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Nature des ventes en pourcentage du total des ventes (hors Louis Vuitton)</b>			
Ventes au détail	52	51	51
Ventes de gros	43	43	42
Licences	5	6	7
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Résultat opérationnel courant</b> (en millions d'euros)	<b>3 140</b>	<b>3 264</b>	<b>3 075</b>
<b>Marge opérationnelle</b> (en %)	<b>32</b>	<b>33</b>	<b>35</b>
<b>Investissements d'exploitation</b> (en millions d'euros)	<b>629</b>	<b>579</b>	<b>437</b>
<b>Nombre de magasins</b>	<b>1 339<sup>(a)</sup></b>	<b>1 280</b>	<b>1 246</b>

(a) Hors Loro Piana, dont le réseau sera intégré en 2014.

Le groupe d'activités **Mode et Maroquinerie** enregistre une croissance organique de ses ventes de 5 %. Son résultat opérationnel courant est en recul de 4 %.

**Louis Vuitton** inscrit l'année 2013 dans la continuité de sa dynamique créative et de sa quête d'excellence tant au plan des produits que de la distribution. Louis Vuitton s'emploie tout aussi activement au développement qualitatif de son réseau de magasins.

Après le lancement des « mini icônes » *Alma BB* et *Monceau BB* et la création du modèle *Métis* en toile *Monogram*, le sac *W* se distingue par une association innovante de matières et incarne une vision très contemporaine de l'émblématique motif *Monogram*. Réinterprétation de modèles iconiques comme le *SC Bag* conçu par Sofia Coppola, ou nouvelles créations à l'instar de *Vivienne* et *Capucines*, les lignes cuir illustrent l'engagement de la Maison et le savoir-faire de ses artisans dans la sélection et le travail des peaux les plus nobles. Intemporel et sophistiqué, le modèle *Capucines* est façonné dans un cuir d'exception au grain souple et généreux. Il remporte un immense succès dès son lancement en juillet. En septembre, le très raffiné *SC Bag* se réinvente en petit format et se décline en cuir souple dans une multitude de couleurs.

Ces développements, auxquels s'ajoute par ailleurs le lancement de la collection de joaillerie *Lockit*, sont soutenus par de nouvelles campagnes de communication.

Louis Vuitton poursuit l'objectif de faire de chacun de ses magasins un lieu d'exception, avec l'ambition de sublimer ses différents univers et d'offrir un service et une expérience uniques à ses clients à travers le monde. Cette volonté se traduit par l'expansion et la rénovation de plusieurs boutiques à travers le monde, notamment à Londres, Tokyo et Pékin. Deux inaugurations marquent l'année 2013, celles des Maisons Louis Vuitton de Venise et de Munich. Une boutique est également ouverte à Hong Kong Times Square, un quartier dynamique où Louis Vuitton n'était pas encore présent.

Faisant suite au départ de Marc Jacobs pour se consacrer au développement de sa Maison éponyme, la Direction Artistique des collections féminines est confiée à Nicolas Ghesquière.

**Fendi** poursuit sa progression et étend de façon qualitative son réseau de distribution, mettant en valeur son offre orientée sur le haut de gamme. En maroquinerie, l'offre se concentre sur la valorisation des lignes iconiques *Selleria*, *Peekaboo* et *Baguette*, tandis que la ligne *2Jours*, lancée en 2012, dépasse les meilleurs succès historiques de la Maison. La fourrure bénéficie d'une visibilité accrue, notamment grâce à l'exposition à Tokyo et à Pékin des plus belles pièces dessinées par Karl Lagerfeld depuis 1965, emblèmes de la créativité et du savoir-faire artisanal de Fendi.

La Maison romaine réalise de belles avancées sur l'ensemble de ses marchés, notamment en Europe avec des ouvertures de magasins phares, vitrines du nouveau concept de boutiques, à Paris avenue Montaigne et à Milan Via Montenapoleone.

**Céline** réalise une performance remarquable avec un nouveau record de ventes. La maroquinerie poursuit son essor rapide grâce au succès des lignes iconiques *Luggage*, *Trapeze* et *Classic* tandis que les nouvelles collections *Edge* et *Tie* reçoivent un excellent accueil. Sous l'impulsion de sa créatrice Phoebe Philo, le prêt-à-porter continue d'affirmer avec force l'identité de la marque à travers ses éléments de modernité iconique, d'intemporalité et de qualité. Céline accélère son programme de rénovation de boutiques à travers le monde et poursuit l'expansion de son réseau de distribution, notamment aux États-Unis et en Chine. Parallèlement, sa présence dans les magasins multimarques est plus sélective.

**Marc Jacobs** enregistre une progression soutenue, portée par les avancées rapides des collections d'accessoires *Marc by Marc Jacobs*. Les créations récentes en maroquinerie *Dr Q* et *Too hot to handle* s'inscrivent comme de véritables piliers de la Maison. La nouvelle ligne de cosmétiques, distribuée en exclusivité dans les magasins Sephora, rencontre un grand succès. Les activités en Chine font l'objet d'une reprise en direct. Marc Jacobs a décidé de se concentrer pleinement sur l'activité de la Maison afin de soutenir ses développements futurs. Au cours de l'exercice, le Groupe a porté à 80 % le niveau de sa détention dans Marc Jacobs.

**Donna Karan** accomplit une bonne performance grâce au relancement réussi de la ligne *DKNY Jeans* et de la montée en puissance de ses collections d'accessoires. Cette dynamique profite tout particulièrement aux activités internationales. Pour dynamiser son identité visuelle, la marque new-yorkaise donne carte blanche à des artistes du monde entier pour réinterpréter son logo au sein de leur univers, dans le cadre du programme *DKNY artworks*. Donna Karan poursuit l'expansion qualitative de sa distribution à travers des ouvertures ciblées et un programme de rénovation de ses magasins existants.

**Loewe** continue son avancée avec une progression particulièrement remarquable au Japon. Les lignes emblématiques *Amazona* et *Flamenco* poursuivent leurs développements. Après Paris, de nouvelles boutiques rénovées sont inaugurées à Shanghai et à Rome. Loewe renforce les capacités de production de son site de Getafe et crée une école de Maroquinerie pour pérenniser son exceptionnel savoir-faire dans le travail du cuir. Jonathan Anderson, l'un des plus talentueux créateurs de la jeune génération britannique, est nommé Directeur Artistique de Loewe.

**Kenzo** confirme avec l'arrivée d'Humberto Leon et Carol Lim en 2011, le succès de son nouveau positionnement créatif, soutenu par une communication décalée en phase avec l'esprit aspirationnel du duo créateur. Une clientèle très internationale et plus jeune plébiscite les motifs les plus emblématiques *Tiger* et *Eye* des collections de sweat-shirt. En maroquinerie, le sac *Kalifornia* vient enrichir l'offre. Les progressions sont rapides tant dans les boutiques en propre que chez les détaillants. Le site Internet, dont l'activité commerciale porte pour la première fois sur une année pleine, connaît une excellente dynamique.

**Givenchy** voit ses ventes progresser fortement grâce aux bonnes performances de toutes ses catégories de produits, notamment dans ses boutiques en propre. Les lignes de maroquinerie *Antigona* et *Pandora* connaissent de belles avancées. Le directeur artistique Riccardo Tisci reçoit en 2013 l'International Award aux CFDA (Council of Fashion Designers of Americas), couronnant près de huit années passées à sublimer l'héritage de la Maison. L'expansion du réseau de distribution se poursuit avec l'ouverture de boutiques sur des emplacements de qualité à Paris, à Hong Kong et en Chine.

**Thomas Pink** poursuit son développement international et inaugure de nouveaux territoires, l'Indonésie et les Philippines. Les ventes en ligne enregistrent une croissance rapide. Un partenariat a été mis en place avec l'équipe de rugby des Lions britanniques et irlandais lors de sa tournée du 125<sup>e</sup> anniversaire en Australie.

**Pucci** poursuit le renouveau de son image de marque à travers un programme de rénovation de ses magasins phares, notamment à Paris et à Rome. Les ventes de gros poursuivent leur développement

**Berluti** déploie à l'international son nouveau concept de boutiques, mettant en lumière l'ensemble des métiers de la Maison. De nouveaux territoires sont inaugurés comme Singapour, Taïwan et Macao. Le prêt-à-porter connaît un succès remarquable. Les souliers, tant les lignes emblématiques que les nouveautés, poursuivent une progression rapide. Avec l'ouverture de sa nouvelle boutique au 14 rue de Sèvres à Paris, Berluti est la première Maison à entrer dans l'univers du sur-mesure avec le service *Bespoke* pour les souliers et *Grande-Mesure* pour le prêt-à-porter.

## Perspectives

**Louis Vuitton** aborde en 2014 une nouvelle et passionnante évolution créative, guidée par une vision managériale ambitieuse et portée par le talent de toutes ses équipes. Nicolas Ghesquière présentera en mars sa première collection de prêt-à-porter. Réaffirmant conjointement ses valeurs historiques et son éternelle modernité, Louis Vuitton continuera de revisiter et renforcer ses collections et produits iconiques qui restent les axes stratégiques majeurs de sa croissance future. Ces nombreux projets créatifs vont de pair avec la poursuite du développement sélectif et qualitatif d'un réseau de distribution unique au monde.

**Fendi** continuera à mettre en valeur son offre orientée sur le haut de gamme et sur la fourrure. La Maison maintiendra une expansion qualitative de son réseau de magasins, avec notamment des ouvertures à Londres, à Munich et à New York.

Portés par leur élan créatif, les autres marques continueront à renforcer leurs positions sur leurs marchés stratégiques. Elles affirmeront leur identité forte et différenciante pour exprimer au mieux leur potentiel de développement. Créativité des collections et excellence de la distribution resteront au cœur de leurs objectifs.

2014 marquera l'intégration au sein de LVMH de **Loro Piana**, entreprise familiale acquise par le groupe LVMH à hauteur de 80 % fin 2013. Fort de son expérience sur plus de six générations, Loro Piana crée des produits et des tissus exceptionnels, en particulier à partir du cachemire, dont elle est le premier transformateur au monde. La Maison est célèbre pour sa dévotion à la qualité et aux matières premières les plus nobles, pour ses standards incomparables dans le design et son savoir-faire artisanal. Cette nouvelle alliance repose sur des valeurs partagées, sur la même attention à la qualité et sur une vision commune de l'avenir de cette marque emblématique au fort potentiel.

## 4. PARFUMS ET COSMÉTIQUES

	2013	2012	2011
<b>Ventes</b> (en millions d'euros)	<b>3 717</b>	<b>3 613</b>	<b>3 195</b>
<b>Ventes par ligne de produits</b> (en %)			
Parfums	45	48	49
Maquillage	37	35	34
Produits de soins	18	17	17
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Ventes par zone géographique de destination</b> (en %)			
France	13	13	10
Europe (hors France)	32	33	37
États-Unis	12	12	9
Japon	5	6	6
Asie (hors Japon)	24	22	22
Autres marchés	14	14	16
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Résultat opérationnel courant</b> (en millions d'euros)	<b>414</b>	<b>408</b>	<b>348</b>
<b>Marge opérationnelle</b> (en %)	<b>11</b>	<b>11</b>	<b>11</b>
<b>Investissements d'exploitation</b> (en millions d'euros)	<b>229</b>	<b>196</b>	<b>150</b>
<b>Nombre de magasins</b>	<b>123</b>	<b>94</b>	<b>85</b>

L'activité **Parfums et Cosmétiques** enregistre une croissance organique de 7 % de ses ventes en 2013, une progression supérieure à celle du marché. Le résultat opérationnel courant augmente de 2 %. Sur un marché très concurrentiel, innovation continue, enrichissement des lignes phares et communication soutenue ont contribué au rayonnement des marques de LVMH.

**Parfums Christian Dior** poursuit sa dynamique. Avec le lancement réussi de sa déclinaison *Voile de Parfum*, le parfum iconique *J'adore* conforte sa place de numéro un sur un grand nombre de marchés, notamment en France. Premier parfum de la Maison créé par Monsieur Dior en 1947, *Miss Dior* est mis à l'honneur à travers l'exposition qui lui est consacrée à Paris au Grand Palais. *Dior Homme* connaît une avancée rapide, soutenue par le succès de *Dior Homme Cologne* et une nouvelle communication mettant en scène Robert Pattinson. La *Collection Privée Christian Dior* se dote d'un écrivain de voyage moderne et raffiné, une offre sur-mesure empreinte de l'image de haute parfumerie de la Maison.

Le maquillage maintient une forte dynamique grâce aux bonnes performances des dernières innovations comme *Diorskin Nude BB Crème*. Le rouge à lèvres iconique *Rouge Dior* connaît un succès international extraordinaire. *Prestige*, la ligne premium emblématique du soin Dior, réalise une très bonne performance, notamment en Asie.

**Guerlain** réalise une performance solide portée notamment par la progression continue de *La Petite Robe Noire*, qui s'installe solidement dans le trio de tête sur le marché français et connaît un développement rapide à l'international. Le parfum mythique *Shalimar* bénéficie d'une nouvelle mise en scène à l'occasion d'une fresque cinématographique. En soin, *Orchidée Impériale* maintient un bon rythme de croissance, en Asie en particulier. Après d'ambitieux travaux, a été inaugurée, à Paris, la boutique phare de Guerlain du 68, Champs-Élysées, incarnant parfaitement la vision de prestige de la Maison au travers de ses créations exclusives, de sa mise en scène artistique orchestrée par Peter Marino et du service proposé. Le « 68 » est aujourd'hui la plus grande boutique de parfums et cosmétiques dédiée à une seule marque.

**Parfums Givenchy** déploie à l'international son nouveau parfum masculin *Gentlemen Only* qui connaît un vif succès. La fragrance *Very Irresistible*, incarnée par sa nouvelle égérie Amanda Seyfried, fête son 10<sup>e</sup> anniversaire. Le segment du maquillage, en croissance soutenue, tire profit de l'excellente performance de son nouveau rouge à lèvres *Le Rouge*.

**Kenzo Parfums** bénéficie du succès de sa nouvelle fragrance *Flower in the Air*, affirmant sa ligne *Flower* comme un grand classique de la parfumerie. La communication mise en scène dans les magasins illustre l'approche poétique unique de la Maison sur le marché.

**Fendi Parfums** enregistre une forte croissance, portée notamment par le déploiement réussi de ses lancements intervenus à la fin d'année 2012. Son nouveau parfum *Fan di Fendi pour Homme* et la fragrance *L'Acquarossa*, dont l'égérie est Chiara Mastroianni, contribuent également aux bons résultats de la Maison.

**Benefit** confirme son excellente dynamique avec le succès considérable de sa dernière innovation en maquillage, *Fake Up*, anticernes au pouvoir hydratant, et la progression continue de ses produits phares *They're Real!* et *Porefessional*. Forte de son style ludique et décalé, la marque innove également en matière de distribution avec l'installation dans plusieurs aéroports américains, de ses kiosques *Glam Up & Away*, distributeurs automatiques en forme de bus roses au décor vintage.

**Make Up For Ever** gagne des parts de marché tandis qu'une nouvelle identité visuelle a été déployée et un nouveau site Internet a été lancé. Ses gammes phares *HD* et *Aqua* réalisent des performances remarquables.

**Fresh** accentue son développement à l'international, notamment en Asie où la marque reçoit un excellent accueil. Ses produits de soin à base d'ingrédients naturels et l'élégance sobre de ses points de vente suscitent l'intérêt croissant d'une clientèle jeune.

**Parfums Loewe** renforce son image internationale avec sa nouvelle ambassadrice Linda Evangelista qui incarne son dernier lancement, *Aura Loewe*.

**Acqua di Parma** continue d'affirmer son approche artisanale de la parfumerie, mettant en valeur ses eaux de Cologne et autres lignes classiques.

## Perspectives

Les marques de LVMH, chacune dotée d'un fort potentiel de croissance quel que soit son positionnement spécifique, se fixent un nouvel objectif de gains de part de marché. Elles maintiendront une position offensive en termes d'innovation et d'investissements publicitaires.

**Parfums Christian Dior** concentrera ses efforts sur ses marchés prioritaires et soutiendra le développement de ses lignes phares. Son statut de Maison de Haute Parfumerie continuera d'être affirmé. L'expansion de sa distribution sera qualitative à travers une sélectivité accrue de ses points de vente.

**Guerlain** accélérera son développement nourri par des investissements soutenus en communication. Un nouveau parfum masculin complètera la gamme alors que *La Petite Robe Noire* poursuivra son déploiement tant en France qu'à l'international. Un nouveau rouge à lèvres *KissKiss* sera lancé. Le 68, Champs-Élysées deviendra un lieu de découverte et de programmation culturelle et artistique permanent.

**Parfums Givenchy** poursuivra le déploiement mondial de sa ligne *Gentlemen Only*. *Dablia Noir* s'enrichira d'une nouvelle déclinaison incarnée par une nouvelle égérie. Le segment du maquillage sera étoffé par plusieurs nouveautés.

**Kenzo Parfums** lancera une variante de *Kenzo Amour* tandis que les lignes *Kenzo Flower* et *Kenzo Homme* seront soutenues par de nouvelles communications.

**Benefit** étendra sa distribution, affirmant son positionnement innovant. La marque poursuivra le déploiement de son concept de « Bar à sourcils », important vecteur de fidélisation de sa clientèle.

**Make Up For Ever** vise à nouveau une croissance forte portée par une dynamique soutenue d'innovation. Sa communication sera renforcée, notamment dans l'univers digital.

**Fresh** poursuivra son expansion en Asie avec l'ouverture de nouveaux comptoirs et le déploiement de ses produits phares. La Maison affinera sa présentation en magasin et sa communication pour exprimer pleinement ses valeurs uniques.

## 5. MONTRES ET JOAILLERIE

	2013	2012	2011
<b>Ventes</b> (en millions d'euros)	<b>2 784</b>	<b>2 836</b>	<b>1 949</b>
<b>Ventes par zone géographique de destination</b> (en %)			
France	7	6	7
Europe (hors France)	27	27	26
États-Unis	12	12	13
Japon	13	14	14
Asie (hors Japon)	27	26	26
Autres marchés	14	15	14
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Résultat opérationnel courant</b> (en millions d'euros)	<b>375</b>	<b>334</b>	<b>265</b>
<b>Marge opérationnelle</b> (en %)	<b>13</b>	<b>12</b>	<b>14</b>
<b>Investissements d'exploitation</b> (en millions d'euros)	<b>192</b>	<b>136</b>	<b>117</b>
<b>Nombre de magasins</b> <sup>(a)</sup>	<b>363</b>	<b>347</b>	<b>327</b>

(a) Hors franchises.

L'activité **Montres et Joaillerie** enregistre une croissance organique de 4 % de ses ventes. Le résultat opérationnel courant est en hausse de 12 %. La performance est excellente dans les boutiques en propre, dont le réseau continue de s'étendre à travers le monde, contribuant au renforcement de l'image des Maisons et de la qualité de leur distribution.

**TAG Heuer** maintient ses positions dans un marché globalement stable. Sa stratégie de montée en gamme porte ses fruits avec de belles avancées sur le segment de prix supérieurs à 3 000 euros. Des réalisations innovantes et audacieuses ont reçu un excellent accueil au salon de Bâle 2013 avec notamment deux modèles de montre et de chronographe *Mikropendulum*, munis d'un régulateur magnétique révolutionnaire. L'intégration industrielle se poursuit et une nouvelle manufacture de mouvements a été inaugurée à Chevenez, confirmant sa place parmi les leaders suisses en matière de chronographes de manufacture. TAG Heuer a célébré les 50 ans de sa collection légendaire *Carrera*, enrichie en 2013 par plusieurs nouveautés comme la *Jack Heuer Chronograph*, tandis que la série *Aquaracer* a été mise à l'honneur à travers la victoire lors de la coupe de l'America d'Oracle Team USA, partenaire de TAG Heuer. La marque conforte par ailleurs sa visibilité dans le domaine des sports automobiles en renouvelant son contrat avec l'écurie McLaren et devenant membre fondateur et chronométrateur officiel du futur championnat de Formule E conçu pour des voitures électriques. Le réseau de distribution poursuit son développement, avec notamment l'ouverture d'une boutique avenue des Champs Élysées à Paris.

**Hublot** continue d'enregistrer une croissance remarquable en volume et en valeur. Avec de nombreuses nouveautés très créatives, sa ligne *Classic Fusion* poursuit son développement rapide au côté de l'emblématique *Big Bang*. Hublot accentue sa montée en gamme avec la présentation de produits exceptionnels comme la montre *Ayrton Senna* ou *LaFerrari*, associant la Maison à des valeurs de design et de performance. Hublot démontre sa maîtrise industrielle avec ses chronographes de manufactures *UNICO* et ses nombreuses complications à forte valeur ajoutée. La mise au point par les laboratoires d'une céramique rouge de qualité inédite illustre encore une fois la capacité d'innovation de la marque et son savoir-faire technologique. Un programme de marketing ambitieux est mis en place avec des partenariats prestigieux dans les domaines du football, particulièrement à l'occasion de la prochaine coupe du monde au Brésil, des sports automobile et de la voile.

**Zenith** poursuit son développement dans le groupe très fermé des marques de manufacture de prestige. L'Europe, le Japon et le Moyen-Orient sont les marchés les plus dynamiques. Entièrement centrée sur cinq lignes emblématiques, sa collection s'enrichit de quelques nouveautés ciblées, notamment la *El Primero Lightweight* ou la *Pilot Aeronef*. Une nouvelle communication contribue à renforcer l'image de la Maison tandis que la qualité du réseau de distribution se voit renforcée par une sélectivité accrue des points de vente.

**Bulgari** accomplit une belle année et enregistre en particulier une forte croissance dans ses magasins. La joaillerie fait preuve d'une excellente dynamique, notamment le segment de la Haute Joaillerie comme en témoigne le succès de la collection *Serpenti* mise à l'honneur lors des expositions organisées à Shanghai, Dubaï et New York. Entre autres temps forts, la nouvelle collection *Diva* est lancée. Les lignes *Bulgari Bulgari*, *B.zero1* et les bagues de fiançailles participent également au succès de la Maison. Nouvelle égérie, l'artiste Carla Bruni renforce le rayonnement international de Bulgari. Dans le segment des montres, la *Bulgari Octo* continue de se positionner comme la référence dans le haut de gamme masculin. L'activité horlogère dans les magasins en propre est également soutenue par les bonnes performances des montres joaillères *Serpenti*. La qualité de la distribution de l'activité Accessoires ainsi que celle des parfums sont renforcées. Le réseau des magasins poursuit son programme ambitieux de rénovation et d'agrandissement engagé depuis l'intégration de la Maison au sein de LVMH. Les magasins phares de Ginza Tower à Tokyo et de Chater House à Hong Kong sont symboliques de cette stratégie d'expansion.

**Chaumet** connaît une bonne progression dans son réseau de boutiques en propre, notamment en Asie et au Moyen-Orient. Sa nouvelle collection de Haute Joaillerie *Hortensia*, création délicate inspirée par des thèmes floraux, est dévoilée tandis qu'un modèle de montre vient compléter la ligne joaillière *Liens*. Le réseau de magasins continue de s'étendre avec de nouvelles boutiques à Shanghai, Séoul et Cannes.

Les Montres Dior poursuivent leur montée en gamme avec de nouveaux lancements dans la collection *Dior VIII* et le succès confirmé des séries limitées *Grand Bal* et *D de Dior*. Cette stratégie s'accompagne d'une sélectivité toujours plus forte du réseau de distribution.

De Beers s'affirme comme la référence sur le segment du diamant solitaire. Les ventes de Haute Joaillerie sont en forte progression tandis que la Maison continue son expansion en Grande Chine.

Fred poursuit une croissance rapide, avec un développement prioritaire en France et au Japon, et un travail continu sur ses lignes iconiques *Force 10* et *Baie des Anges*. La nouvelle collection *Pain de Sucre* rencontre un vif succès.

## 6. DISTRIBUTION SÉLECTIVE

	2013	2012	2011
<b>Ventes</b> (en millions d'euros)	<b>8 938</b>	<b>7 879</b>	<b>6 436</b>
<b>Ventes par zone géographique de destination</b> (en %)			
France	15	17	20
Europe (hors France)	10	11	10
États-Unis	33	36	36
Japon	1	1	2
Asie (hors Japon)	32	27	26
Autres marchés	9	8	6
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Résultat opérationnel courant</b> (en millions d'euros)	<b>901</b>	<b>854</b>	<b>716</b>
<b>Marge opérationnelle</b> (en %)	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>11</b>
<b>Investissements d'exploitation</b> (en millions d'euros)	<b>390</b>	<b>332</b>	<b>215</b>
<b>Nombre de magasins</b>			
Sephora	1 481	1 398	1 300
Autres	60	68	68

L'activité **Distribution sélective** enregistre en 2013 une croissance organique de 17 % de ses ventes. Son résultat opérationnel courant progresse de 6 %.

DFS connaît une nouvelle forte progression de ses ventes, reflétant notamment l'intégration pour la première fois sur une année pleine des trois nouvelles concessions remportées fin 2012 à l'aéroport de Hong Kong. Celles-ci, qui contribuent de façon significative à la hausse des ventes, ont fait l'objet d'investissements importants dédiés aux travaux d'aménagement inhérents à tout démarrage d'activité. À périmètre comparable, la croissance des ventes continue d'être portée par le dynamisme de la clientèle asiatique, dont bénéficient en particulier Hong Kong et Macao. DFS poursuit sa stratégie de montée en gamme dans l'ensemble de ses destinations comme l'illustrent la nouvelle identité visuelle des magasins, rebaptisés *T Galleria*,

## Perspectives

Le groupe d'activités poursuivra sa stratégie de montée en gamme, visant à renforcer la notoriété de ses Maisons. La priorité est donnée au renforcement de leur image au sein des marchés les plus prometteurs avec des investissements marketing soutenus. Les Maisons s'attacheront également à renforcer la qualité de leur réseau de distribution, tout en veillant à améliorer leur rentabilité et leur productivité. Un contrôle rigoureux des coûts sera maintenu, parallèlement à la mise en œuvre continue de synergies au sein du groupe d'activités. Les investissements seront ciblés sur la montée en gamme des magasins et le développement des capacités industrielles en ligne avec la stratégie d'intégration verticale poursuivie. Enfin, l'ensemble des Maisons lancera de nouvelles collections dans un souci permanent de créativité, de savoir-faire et de haute qualité.

et la rénovation de nombreux points de ventes. L'arrivée de nouvelles marques de luxe contribue également à renforcer la dynamique et l'attractivité de l'offre.

**Miami Cruiseline** renforce ses positions sur le marché des croisières et bénéficie de la montée en puissance des itinéraires de croisière en Méditerranée et en Asie. Miami Cruiseline poursuit la montée en gamme de ses boutiques et continue d'adapter son approche commerciale et son offre produits aux spécificités des régions et de la clientèle de chaque compagnie de croisière.

Fort de sa position de leader sur le marché mondial de la Distribution sélective, **Sephora** continue de réaliser une belle performance et gagne des parts de marché dans toutes les régions.

En Europe, Sephora a fait preuve d'une bonne résistance dans un contexte économique difficile et renforce ses positions, notamment en France, en Italie et en Russie.

En Amérique du Nord, l'enseigne poursuit une excellente dynamique tant dans ses magasins que dans l'univers digital. La refonte en 2012 du site Internet porte ses fruits et positionne la marque comme une référence dans le secteur de l'e-commerce. Les avancées de Sephora sont particulièrement rapides en Chine où un magasin phare a été ouvert à Shanghai début 2013. Avec des magasins emblématiques comme celui de Dubai Mall, le Moyen Orient rencontre un succès remarquable et enregistre une progression exceptionnelle de ses ventes. Les nouveaux territoires d'Asie du Sud-Est et d'Amérique latine confirment par ailleurs leur fort potentiel de croissance. Un nouveau territoire, la Thaïlande, a été inauguré en fin d'année avec un premier magasin à Bangkok. L'innovation, la personnalisation de la relation client et le renforcement des services tant en magasin qu'en ligne restent au cœur de la stratégie de Sephora. L'enseigne continue à développer au niveau mondial des initiatives comme le paiement mobile, le service Color IQ/Profile permettant de choisir le fond de teint le plus adapté à sa carnation de peau, ou l'outil de personnalisation My Sephora pour les conseillères de vente.

Côté produit, l'offre se veut toujours plus innovante et unique. Le succès de la marque Sephora est toujours grandissant, tandis que l'offre exclusive se renforce avec le lancement de deux nouvelles marques aux États-Unis et au Moyen-Orient : Marc Jacobs et Formula X.

**Le Bon Marché Rive Gauche** voit son activité portée par les secteurs des accessoires et de la mode Homme. Le succès de l'exposition consacrée au Brésil constitue un des temps forts de 2013. D'importants projets commerciaux ont été entrepris au rez-de-chaussée du grand magasin comme l'ouverture de nouvelles boutiques de luxe, l'inauguration d'un espace dédié à l'horlogerie et la création d'un nouveau département Accessoires. La Grande Épicerie de Paris a fait l'objet d'une transformation complète avec une mise en lumière des savoir-faire et la création d'un restaurant au 1<sup>er</sup> étage, accessible par de nouveaux escalators, créés à l'image de celui situé au cœur du bâtiment principal du Bon Marché.

## Perspectives

DFS bénéficiera en 2014 à la fois du récent développement de ses concessions dans les aéroports de Hong Kong, Los Angeles et New York, et de la poursuite de l'expansion et de la rénovation de ses points de vente en aéroport et en centre-ville.

La concession renouvelée de liqueurs et tabac à l'aéroport de Changi à Singapour fera l'objet d'une rénovation. L'attractivité de DFS sera renforcée par le déploiement de sa nouvelle identité visuelle dans l'ensemble de ses *T Galleria* et par la poursuite de l'élévation de ses programmes de marketing et services. Le lancement de nouveaux sites Internet et mobiles, ainsi que de programmes de fidélité segmentés par clientèle, sont parmi les initiatives engagées. DFS poursuivra de manière sélective des opportunités de diversification de sa clientèle ainsi que de sa couverture géographique.

**Sephora** maintiendra un rythme d'expansion soutenu à travers le monde. L'enseigne inaugurera un nouveau pays : l'Indonésie. Un programme de rénovation ambitieux sera entrepris pour ses magasins phares, avec l'objectif permanent d'offrir à ses clients la meilleure expérience de shopping dans le domaine de la beauté. L'innovation dans les magasins et dans l'univers digital restera au cœur des priorités, tant au niveau des produits que des services.

**Le Bon Marché Rive Gauche** continuera de cultiver son caractère d'exception tout en poursuivant ses projets commerciaux et la rénovation de ses espaces de vente. Un nouvel espace dédié à la joaillerie sera créé tandis qu'un magasin Art de Vivre sera inauguré au-dessus de La Grande Épicerie de Paris. Futur levier de croissance, un nouveau programme relationnel client sera mis en place.

## 7. COMMENTAIRES SUR LE BILAN CONSOLIDÉ

(en milliards d'euros)	2013	2012 <sup>(a)</sup>	Variation
Immobilisations corp. et incorporelles	31,0	28,1	2,9
Autres	8,6	7,6	1,0
<b>Actifs non courants</b>	<b>39,6</b>	<b>35,7</b>	<b>3,9</b>
Stocks	8,6	8,1	0,5
Autres	7,5	6,2	1,3
<b>Actifs courants</b>	<b>16,1</b>	<b>14,3</b>	<b>1,8</b>
<b>Actif</b>	<b>55,7</b>	<b>50,0</b>	<b>5,7</b>

(en milliards d'euros)	2013	2012 <sup>(a)</sup>	Variation
Capitaux propres	27,7	25,5	2,2
Dette financière à plus d'un an	4,2	3,8	0,4
Autres passifs non courants	12,1	11,2	0,9
<b>Capitaux permanents</b>	<b>44,0</b>	<b>40,5</b>	<b>3,5</b>
Dette financière à moins d'un an	4,7	3,0	1,7
Autres	7,0	6,5	0,5
<b>Passifs courants</b>	<b>11,7</b>	<b>9,5</b>	<b>2,2</b>
<b>Passif</b>	<b>55,7</b>	<b>50,0</b>	<b>5,7</b>

(a) Le bilan au 31 décembre 2012 a été retraité des effets de l'application de l'amendement d'IAS 19 Avantages au personnel, rétrospectivement au 1<sup>er</sup> janvier 2011. Voir Note 1.2 des comptes consolidés résumés.

Le total du bilan consolidé de LVMH à fin 2013 s'élève à 55,7 milliards d'euros, en progression de 11 % par rapport à fin 2012. Les actifs non courants, en hausse de 3,9 milliards d'euros, représentent 71 % du total du bilan, comme à fin 2012.

Les immobilisations corporelles et incorporelles progressent de 2,9 milliards d'euros, dont 1,9 milliard liés à l'acquisition de Loro Piana, correspondant principalement à l'écart d'acquisition provisoire. Les investissements de l'année, nets des dotations aux amortissements et des cessions, représentent une augmentation additionnelle de 0,6 milliard d'euros ; ils sont commentés dans le cadre des analyses de variations de trésorerie. La revalorisation des engagements d'achat de titres de minoritaires, reflétant en particulier la bonne performance des activités concernées par ces engagements, entraîne une augmentation de 0,3 milliard d'euros du montant des écarts d'acquisition. Enfin, la valeur de marché des terres à vigne a progressé de 0,4 milliard d'euros. À l'inverse, l'évolution des parités monétaires entraîne une baisse de 0,4 milliard d'euros de la valeur des immobilisations corporelles et incorporelles.

La progression des autres actifs non courants, de 1,0 milliard d'euros, est principalement liée à l'augmentation de la valeur de l'investissement dans Hermès International, en raison de l'évolution du cours de bourse (263,50 euros au 31 décembre 2013 contre 226,30 euros fin 2012) ; à la clôture, la participation de 23,1 % dans Hermès représente un montant de 6,4 milliards d'euros.

Les stocks progressent de 0,5 milliard d'euros, reflétant la croissance des activités du Groupe. Leur évolution est commentée dans le cadre des analyses de variations de trésorerie.

Les autres actifs courants sont en hausse de 1,3 milliard d'euros, dont 1 milliard d'euros correspondant à la progression du niveau de trésorerie, et 0,2 milliard d'euros dus à l'augmentation des créances clients.

Les autres passifs non courants, à 12,1 milliards d'euros, augmentent de 0,9 milliard d'euros, sous l'effet, principalement, de la hausse de la dette au titre des engagements d'achat de titres de minoritaires. Cette progression inclut, pour 0,5 milliard d'euros, la comptabilisation de l'engagement octroyé aux actionnaires minoritaires de Loro Piana pour l'acquisition des 20 % qu'ils détiennent dans la société.

Les autres passifs courants augmentent de 0,5 milliard d'euros, à 7,0 milliards d'euros, dont 0,2 milliard d'euros liés à la hausse des dettes envers les fournisseurs et 0,1 à la progression des dettes fiscales et sociales.

### Dette financière nette et capitaux propres

(en milliards d'euros)	2013	2012 <sup>(a)</sup>	Variation
Dette financière à plus d'un an	4,2	3,8	0,4
Dette financière à moins d'un an et instruments dérivés	4,5	2,8	1,7
<b>Dette financière brute après effet des instruments dérivés</b>	<b>8,7</b>	<b>6,6</b>	<b>2,1</b>
Trésorerie et équivalents de trésorerie, et placements financiers	(3,4)	(2,3)	(1,1)
<b>Dette financière nette</b>	<b>5,3</b>	<b>4,3</b>	<b>1,0</b>
<b>Capitaux propres</b>	<b>27,7</b>	<b>25,5</b>	<b>2,2</b>
<b>Ratio dette financière nette /Capitaux propres</b>	<b>19%</b>	<b>17%</b>	<b>2%</b>

(a) Le bilan au 31 décembre 2012 a été retraité des effets de l'application de l'amendement d'IAS 19 Avantages au personnel, rétrospectivement au 1<sup>er</sup> janvier 2011. Voir Note 1.2 des comptes consolidés résumés.

Le ratio dette financière nette sur capitaux propres, 17 % au 31 décembre 2012, augmente de 2 points pour s'établir à 19 %, les capitaux propres ayant progressé à un rythme inférieur à celui

de la dette financière nette, notamment en raison des acquisitions de l'année, en particulier Loro Piana.

Le total des capitaux propres s'établit à 27,7 milliards d'euros à fin 2013, en hausse de 2,2 milliards d'euros par rapport à fin 2012. Cette variation reflète en premier lieu les bons résultats du Groupe, distribués en partie seulement, soit une progression nette de 2,0 milliards. S'y ajoutent 0,8 milliard de gains enregistrés en capitaux propres, dont 0,9 milliard liés à l'augmentation de valeur de l'investissement dans Hermès International, 0,2 milliard résultant de l'augmentation de valeur de marché des terres à vignes, et l'effet de l'évolution des parités monétaires sur les réserves des entités en devises, négatif de 0,4 milliard d'euros. En outre, les effets de périmètre sont négatifs de 0,5 milliard d'euros, notamment du fait de la comptabilisation de l'engagement d'achat des 20 % non acquis de Loro Piana. Au 31 décembre 2013, le total des capitaux propres représente 49 % du total du bilan, contre 51 % fin 2012.

La dette financière brute après effet des instruments dérivés s'élève à fin 2013 à 8,7 milliards d'euros, en augmentation de 2,1 milliards par rapport à fin 2012. Durant l'année, LVMH a procédé, dans le cadre de son programme EMTN, à deux émissions obligataires à 3 et 6 ans, de 0,5 milliard d'euros chacune, ainsi qu'à une émission obligataire publique à sept ans de 0,6 milliard d'euros, le solde de 0,2 milliard d'euros correspondant à l'émission et à la souscription d'autres dettes. À l'inverse, les remboursements de dette financière se sont élevés à 1,0 milliard d'euros, parmi lesquels une partie de la dette au titre des placements privés en devises et l'emprunt obligataire de 300 millions de francs suisses émis en 2007, ainsi que divers emprunts bancaires, pour 0,4 milliard d'euros. Enfin, l'encours de billets de trésorerie a progressé de 1,1 milliard d'euros. L'évolution des parités monétaires a entraîné une réduction de 0,3 milliard d'euros du niveau de la dette brute, partiellement compensée par la consolidation des dettes financières de Loro Piana, soit 0,2 milliard d'euros. La trésorerie et équivalents de trésorerie, et les placements financiers s'élèvent en fin d'exercice à 3,4 milliards d'euros, supérieurs de 1,1 milliard d'euros par rapport aux 2,3 milliards atteints fin 2012.

À fin 2013, le montant disponible de lignes de crédit confirmées non tirées est de 4,4 milliards d'euros, et couvre largement le programme de billets de trésorerie, dont l'encours au 31 décembre 2013 atteint 2,3 milliard d'euros.

## 8. COMMENTAIRES SUR LA VARIATION DE TRÉSORERIE CONSOLIDÉE

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	Variation
<b>Capacité d'autofinancement générée par l'activité</b>	<b>7 329</b>	<b>7 113</b>	<b>216</b>
Coût de la dette financière nette : intérêts payés	(112)	(154)	42
Impôt payé	(1 979)	(1 970)	(9)
<b>Capacité d'autofinancement après intérêts financiers et impôt</b>	<b>5 238</b>	<b>4 989</b>	<b>249</b>
Variation du besoin en fonds de roulement	(617)	(813)	196
Investissements d'exploitation	(1 663)	(1 702)	39
<b>Cash flow disponible</b>	<b>2 958</b>	<b>2 474</b>	<b>484</b>
Investissements financiers	(2 317)	(140)	(2 177)
Opérations en capital	(1 911)	(1 860)	(51)
<b>Variation de la trésorerie avant opérations de financement</b>	<b>(1 270)</b>	<b>474</b>	<b>(1 744)</b>

La capacité d'autofinancement générée par l'activité, à 7 329 millions d'euros, progresse de 3 % par rapport aux 7 113 millions enregistrés un an plus tôt. Après paiement des intérêts financiers et de l'impôt, la capacité d'autofinancement atteint 5 238 millions d'euros, soit une augmentation de 5 % par rapport à l'exercice 2012.

Les intérêts payés, à 112 millions d'euros, sont en baisse par rapport au montant de 2012 ; la baisse des taux sur les emprunts, une meilleure rémunération de la trésorerie disponible, et une progression contenue de l'encours moyen de dette par rapport à 2012 expliquent cet effet favorable.

Les impôts payés atteignent 1 979 millions d'euros, stables par rapport aux 1 970 millions décaissés l'an dernier, le résultat imposable évoluant peu.

Le besoin en fonds de roulement progresse de 617 millions d'euros, en raison essentiellement de l'augmentation des stocks, qui génère des besoins de trésorerie de 765 millions d'euros. Cette progression des stocks, portée par le développement du volume d'activité du Groupe et du nombre de magasins, concerne principalement les Vins et Spiritueux, en particulier les Maisons de Champagne, la Mode et Maroquinerie ainsi que, dans une moindre mesure, la Distribution sélective. Le solde de l'évolution du besoin en fonds de roulement est une variation positive de 148 millions d'euros, le besoin de trésorerie de 288 millions d'euros lié à la progression des créances commerciales étant inférieur au financement apporté par l'augmentation des dettes envers les fournisseurs et la variation des autres créances et dettes.

Les investissements d'exploitation, nets des cessions, représentent en 2013 un débours de trésorerie de 1 663 millions d'euros, contre 1 702 millions d'euros un an plus tôt. Ils sont constitués

principalement des investissements de Louis Vuitton, Sephora, DFS, Bulgari et Berluti dans leurs réseaux de distribution, ceux des marques de champagne dans leur outil de production, et de Parfums Christian Dior dans ses comptoirs.

En 2013, 2 317 millions d'euros ont été consacrés aux investissements financiers et acquisitions de titres consolidés, dont 2 158 millions d'euros pour les acquisitions de titres consolidés. Parmi celles-ci, l'acquisition de 80 % de Loro Piana a représenté un investissement, net de la trésorerie acquise, de 1 982 millions d'euros, le solde étant lié aux acquisitions de Hotel Saint Barth Isle de France, de Cova et d'une participation de 52 % dans le chasseur britannique Nicholas Kirkwood.

La variation de trésorerie issue des opérations en capital représente un débours de 1 911 millions d'euros. Ce montant correspond, à hauteur de 1 501 millions d'euros, aux dividendes versés au cours de l'exercice par LVMH SA, hors actions auto-détenues, dont 900 millions d'euros au titre du solde du dividende 2012 et 600 millions d'euros à titre d'acompte pour l'exercice 2013. À cela s'ajoutent les dividendes versés aux minoritaires des filiales consolidées, pour 220 millions d'euros, et l'effet des acquisitions d'intérêts minoritaires, pour 150 millions d'euros, correspondant principalement à l'acquisition de participations complémentaires dans Château d'Yquem et Marc Jacobs. À l'inverse, les levées d'options de souscription réalisées durant l'exercice ont permis de recueillir 66 millions d'euros.

Le besoin de trésorerie après toutes opérations d'exploitation, d'investissement et en capital s'est ainsi élevé à 1 270 millions d'euros. L'apport de trésorerie au titre des opérations de financement ayant été de 2 147 millions d'euros, le niveau de trésorerie en fin d'exercice est en hausse de 923 millions d'euros par rapport à fin 2012.



# COMPTES CONSOLIDÉS RÉSUMÉS

COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ	22
ÉTAT GLOBAL DES GAINS ET PERTES CONSOLIDÉS	23
BILAN CONSOLIDÉ	24
TABLEAU DE VARIATION DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDÉS	25
TABLEAU DE VARIATION DE LA TRÉSORERIE CONSOLIDÉE	26
ANNEXE AUX COMPTES CONSOLIDÉS (EXTRAITS)	27

## COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

<i>(en millions d'euros, sauf résultats par action)</i>	Notes	2013	2012	2011
<b>Ventes</b>	23	29 149	28 103	23 659
Coût des ventes		(10 055)	(9 917)	(8 092)
<b>Marge brute</b>		<b>19 094</b>	<b>18 186</b>	<b>15 567</b>
Charges commerciales		(10 849)	(10 101)	(8 360)
Charges administratives		(2 224)	(2 164)	(1 944)
<b>Résultat opérationnel courant</b>	23-24	<b>6 021</b>	<b>5 921</b>	<b>5 263</b>
Autres produits et charges opérationnels	25	(127)	(182)	(109)
<b>Résultat opérationnel</b>		<b>5 894</b>	<b>5 739</b>	<b>5 154</b>
Coût de la dette financière nette		(103)	(140)	(151)
Autres produits et charges financiers		(96)	126	(91)
<b>Résultat financier</b>	26	<b>(199)</b>	<b>(14)</b>	<b>(242)</b>
Impôts sur les bénéfices	27	(1 755)	(1 820)	(1 453)
Part dans les résultats des sociétés mises en équivalence	7	7	4	6
<b>Résultat net avant part des minoritaires</b>		<b>3 947</b>	<b>3 909</b>	<b>3 465</b>
Part des minoritaires	17	(511)	(485)	(400)
<b>Résultat net, part du Groupe</b>		<b>3 436</b>	<b>3 424</b>	<b>3 065</b>
<b>Résultat net, part du Groupe par action</b> <i>(en euros)</i>	28	<b>6,87</b>	<b>6,86</b>	<b>6,27</b>
Nombre d'actions retenu pour le calcul		500 283 414	499 133 643	488 769 286
<b>Résultat net, part du Groupe par action après dilution</b> <i>(en euros)</i>	28	<b>6,83</b>	<b>6,82</b>	<b>6,23</b>
Nombre d'actions retenu pour le calcul		503 217 497	502 229 952	492 207 492

## ÉTAT GLOBAL DES GAINS ET PERTES CONSOLIDÉS

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012 <sup>(a)</sup>	2011 <sup>(a)</sup>
<b>Résultat net avant part des minoritaires</b>	<b>3 947</b>	<b>3 909</b>	<b>3 465</b>
Variation du montant des écarts de conversion	(346)	(99)	190
Effets d'impôt	(48)	(18)	47
	<b>(394)</b>	<b>(117)</b>	<b>237</b>
Variation de valeur des investissements et placements financiers	963	(27)	1 634
Montants transférés en résultat	(16)	(14)	(38)
Effets d'impôt	(35)	(6)	(116)
	<b>912</b>	<b>(47)</b>	<b>1 480</b>
Variation de valeur des couvertures de flux de trésorerie futurs en devises	304	182	95
Montants transférés en résultat	(265)	13	(168)
Effets d'impôt	(17)	(50)	21
	<b>22</b>	<b>145</b>	<b>(52)</b>
<b>Gains et pertes enregistrés en capitaux propres, transférables en compte de résultat</b>	<b>540</b>	<b>(19)</b>	<b>1 665</b>
Variation de valeur des terres à vignes	369	85	25
Effets d'impôt	(127)	(28)	(11)
	<b>242</b>	<b>57</b>	<b>14</b>
Engagements envers le personnel : variation de valeur liée aux écarts actuariels	80	(101)	(45)
Effets d'impôt	(22)	29	13
	<b>58</b>	<b>(72)</b>	<b>(32)</b>
<b>Gains et pertes enregistrés en capitaux propres, non transférables en compte de résultat</b>	<b>300</b>	<b>(15)</b>	<b>(18)</b>
<b>Résultat global</b>	<b>4 787</b>	<b>3 875</b>	<b>5 112</b>
Part des minoritaires	(532)	(470)	(429)
<b>Résultat global, part du Groupe</b>	<b>4 255</b>	<b>3 405</b>	<b>4 683</b>

(a) Les états globaux des gains et pertes consolidés aux 31 décembre 2012 et 2011 ont été retraités des effets de l'application de l'amendement d'IAS 19 Avantages au personnel, rétrospectivement au 1<sup>er</sup> janvier 2011. Voir Note 1.2.

## BILAN CONSOLIDÉ

ACTIF	Notes	2013	2012 <sup>(a)</sup>	2011 <sup>(a)</sup>
<i>(en millions d'euros)</i>				
Marques et autres immobilisations incorporelles	3	11 458	11 510	11 482
Écarts d'acquisition	4	9 959	7 806	6 957
Immobilisations corporelles	6	9 602	8 769	8 017
Participations mises en équivalence	7	152	163	170
Investissements financiers	8	7 080	6 004	5 982
Autres actifs non courants	9	432	519	478
Impôts différés		909	954	760
<b>Actifs non courants</b>		<b>39 592</b>	<b>35 725</b>	<b>33 846</b>
Stocks et en-cours	10	8 586	8 080	7 510
Créances clients et comptes rattachés	11	2 189	1 985	1 878
Impôts sur les résultats		235	201	121
Autres actifs courants	12	1 851	1 811	1 455
Trésorerie et équivalents de trésorerie	14	3 221	2 196	2 303
<b>Actifs courants</b>		<b>16 082</b>	<b>14 273</b>	<b>13 267</b>
<b>Total de l'actif</b>		<b>55 674</b>	<b>49 998</b>	<b>47 113</b>

PASSIF ET CAPITAUX PROPRES	Notes	2013	2012 <sup>(a)</sup>	2011 <sup>(a)</sup>
<i>(en millions d'euros)</i>				
Capital	15.1	152	152	152
Primes	15.1	3 849	3 848	3 801
Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH	15.2	(451)	(414)	(485)
Écarts de conversion	15.4	(8)	342	431
Écarts de réévaluation		3 900	2 731	2 637
Autres réserves		15 817	14 341	12 770
Résultat net, part du Groupe		3 436	3 424	3 065
<b>Capitaux propres, part du Groupe</b>		<b>26 695</b>	<b>24 424</b>	<b>22 371</b>
Intérêts minoritaires	17	1 028	1 084	1 055
<b>Capitaux propres</b>		<b>27 723</b>	<b>25 508</b>	<b>23 426</b>
Dette financière à plus d'un an	18	4 159	3 836	4 132
Provisions à plus d'un an	19	1 755	1 756	1 530
Impôts différés		3 934	3 960	3 925
Autres passifs non courants	20	6 403	5 456	4 506
<b>Passifs non courants</b>		<b>16 251</b>	<b>15 008</b>	<b>14 093</b>
Dette financière à moins d'un an	18	4 688	2 976	3 134
Fournisseurs et comptes rattachés		3 308	3 134	2 952
Impôts sur les résultats		382	442	443
Provisions à moins d'un an	19	322	335	349
Autres passifs courants	21	3 000	2 595	2 716
<b>Passifs courants</b>		<b>11 700</b>	<b>9 482</b>	<b>9 594</b>
<b>Total du passif et des capitaux propres</b>		<b>55 674</b>	<b>49 998</b>	<b>47 113</b>

(a) Les bilans aux 31 décembre 2012 et 2011 ont été retraités des effets de l'application de l'amendement d'IAS 19 Avantages au personnel, rétrospectivement au 1<sup>er</sup> janvier 2011. Voir Note 1.2.

## TABLEAU DE VARIATION DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDÉS

(en millions d'euros)	Nombre d'actions	Capital	Primes	Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH	Écart de conversion	Écart de réévaluation				Résultat et autres réserves	Total des capitaux propres		
						Investissements et placements financiers	Couvertures de flux de trésorerie futurs en devises	Terres à vignes	Engagements envers le personnel		Part du Groupe	Intérêts minoritaires	Total
Notes		15.1		15.2	15.4							17	
<b>Au 1<sup>er</sup> janvier 2011</b>	<b>490 642 232</b>	<b>147</b>	<b>1 782</b>	<b>(607)</b>	<b>230</b>	<b>510</b>	<b>31</b>	<b>703</b>	<b>-</b>	<b>14 402</b>	<b>17 198</b>	<b>1 006</b>	<b>18 204</b>
Effets des changements de normes (voir Note 1.2)										(52)	(52)	(2)	(54)
<b>Au 1<sup>er</sup> janvier 2011, après retraitement</b>	<b>490 642 232</b>	<b>147</b>	<b>1 782</b>	<b>(607)</b>	<b>230</b>	<b>510</b>	<b>31</b>	<b>703</b>	<b>-</b>	<b>14 350</b>	<b>17 146</b>	<b>1 004</b>	<b>18 150</b>
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					201	1 480	(46)	11	(28)		1 618	29	1 647
Résultat net										3 065	3 065	400	3 465
<b>Résultat global</b>		<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>201</b>	<b>1 480</b>	<b>(46)</b>	<b>11</b>	<b>(28)</b>	<b>3 065</b>	<b>4 683</b>	<b>429</b>	<b>5 112</b>
Charges liées aux plans d'options										49	49	3	52
(Acquisitions)/cessions d'actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH				15						(8)	7	-	7
Levées d'options de souscription d'actions LVMH	1 395 835		94								94	-	94
Annulation d'actions LVMH	(2 259 454)		(107)	107							-	-	-
Prise de contrôle de Bulgari	18 037 011	5	2 032							201	2 238	772	3 010
Augmentations de capital des filiales											-	4	4
Dividendes et acomptes versés										(1 069)	(1 069)	(187)	(1 256)
Prises et pertes de contrôle dans les entités consolidées										(5)	(5)	20	15
Acquisitions et cessions de parts d'intérêts minoritaires										(681)	(681)	(785)	(1 466)
Engagements d'achat de titres de minoritaires										(91)	(91)	(205)	(296)
<b>Au 31 décembre 2011, après retraitement</b>	<b>507 815 624</b>	<b>152</b>	<b>3 801</b>	<b>(485)</b>	<b>431</b>	<b>1 990</b>	<b>(15)</b>	<b>714</b>	<b>(28)</b>	<b>15 811</b>	<b>22 371</b>	<b>1 055</b>	<b>23 426</b>
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					(89)	(47)	133	44	(60)		(19)	(15)	(34)
Résultat net										3 424	3 424	485	3 909
<b>Résultat global</b>		<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(89)</b>	<b>(47)</b>	<b>133</b>	<b>44</b>	<b>(60)</b>	<b>3 424</b>	<b>3 405</b>	<b>470</b>	<b>3 875</b>
Charges liées aux plans d'options										50	50	3	53
(Acquisitions)/cessions d'actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH				24						(12)	12	-	12
Levées d'options de souscription d'actions LVMH	1 344 975		94								94	-	94
Annulation d'actions LVMH	(997 250)		(47)	47							-	-	-
Augmentations de capital des filiales											-	8	8
Dividendes et acomptes versés										(1 448)	(1 448)	(317)	(1 765)
Prises et pertes de contrôle dans les entités consolidées										(11)	(11)	(11)	(22)
Acquisitions et cessions de parts d'intérêts minoritaires										(39)	(39)	(26)	(65)
Engagements d'achat de titres de minoritaires										(10)	(10)	(98)	(108)
<b>Au 31 décembre 2012, après retraitement</b>	<b>508 163 349</b>	<b>152</b>	<b>3 848</b>	<b>(414)</b>	<b>342</b>	<b>1 943</b>	<b>118</b>	<b>758</b>	<b>(88)</b>	<b>17 765</b>	<b>24 424</b>	<b>1 084</b>	<b>25 508</b>
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					(350)	912	18	188	51		819	21	840
Résultat net										3 436	3 436	511	3 947
<b>Résultat global</b>		<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(350)</b>	<b>912</b>	<b>18</b>	<b>188</b>	<b>51</b>	<b>3 436</b>	<b>4 255</b>	<b>532</b>	<b>4 787</b>
Charges liées aux plans d'options										31	31	3	34
(Acquisitions)/cessions d'actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH				(103)						(7)	(110)	-	(110)
Levées d'options de souscription d'actions LVMH	1 025 418		67								67	-	67
Annulation d'actions LVMH	(1 395 106)		(66)	66							-	-	-
Augmentations de capital des filiales											-	8	8
Dividendes et acomptes versés										(1 500)	(1 500)	(228)	(1 728)
Prises et pertes de contrôle dans les entités consolidées										1	1	50	51
Acquisitions et cessions de parts d'intérêts minoritaires										(73)	(73)	(76)	(149)
Engagements d'achat de titres de minoritaires										(400)	(400)	(345)	(745)
<b>Au 31 décembre 2013</b>	<b>507 793 661</b>	<b>152</b>	<b>3 849</b>	<b>(451)</b>	<b>(8)</b>	<b>2 855</b>	<b>136</b>	<b>946</b>	<b>(37)</b>	<b>19 253</b>	<b>26 695</b>	<b>1 028</b>	<b>27 723</b>

## TABLEAU DE VARIATION DE LA TRÉSORERIE CONSOLIDÉE

<i>(en millions d'euros)</i>	Notes	2013	2012	2011
<b>I. OPÉRATIONS ET INVESTISSEMENTS D'EXPLOITATION</b>				
Résultat opérationnel		5 894	5 739	5 154
Dotations nettes aux amortissements et provisions		1 454	1 299	999
Autres charges calculées		(29)	(62)	(45)
Dividendes reçus		86	188	61
Autres retraitements		(76)	(51)	(32)
<b>Capacité d'autofinancement générée par l'activité</b>		<b>7 329</b>	<b>7 113</b>	<b>6 137</b>
Coût de la dette financière nette : intérêts payés		(112)	(154)	(152)
Impôt payé		(1 979)	(1 970)	(1 544)
<b>Capacité d'autofinancement après intérêts financiers et impôt</b>		<b>5 238</b>	<b>4 989</b>	<b>4 441</b>
Variation du besoin en fonds de roulement	14.1	(617)	(813)	(534)
<b>Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation</b>		<b>4 621</b>	<b>4 176</b>	<b>3 907</b>
Investissements d'exploitation	14.2	(1 663)	(1 702)	(1 730)
<b>Variation de la trésorerie issue des opérations et investissements d'exploitation (cash flow disponible)</b>		<b>2 958</b>	<b>2 474</b>	<b>2 177</b>
<b>II. INVESTISSEMENTS FINANCIERS</b>				
Acquisitions d'investissements financiers	8	(197)	(131)	(518)
Cessions d'investissements financiers	8	38	36	17
Incidences des acquisitions et cessions de titres consolidés	2	(2 158)	(45)	(785) <sup>(a)</sup>
<b>Variation de la trésorerie issue des investissements financiers</b>		<b>(2 317)</b>	<b>(140)</b>	<b>(1 286)</b>
<b>III. OPÉRATIONS EN CAPITAL</b>				
Augmentations de capital de la société LVMH	15.1	66	94	94 <sup>(a)</sup>
Augmentations de capital des filiales souscrites par les minoritaires	17	7	8	3
Acquisitions et cessions d'actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH	15.2	(113)	5	2
Dividendes et acomptes versés par la société LVMH	15.3	(1 501)	(1 447)	(1 069)
Dividendes et acomptes versés aux minoritaires des filiales consolidées	17	(220)	(314)	(189)
Acquisitions et cessions d'intérêts minoritaires	2	(150)	(206)	(1 413)
<b>Variation de la trésorerie issue des opérations en capital</b>		<b>(1 911)</b>	<b>(1 860)</b>	<b>(2 572)</b>
<b>Variation de la trésorerie avant opérations de financement</b>		<b>(1 270)</b>	<b>474</b>	<b>(1 681)</b>
<b>IV. OPÉRATIONS DE FINANCEMENT</b>				
Émissions ou souscriptions d'emprunts et dettes financières		3 145	1 068	2 659
Remboursements d'emprunts et dettes financières		(1 099)	(1 526)	(1 005)
Acquisitions et cessions de placements financiers	13	101	(67)	6
<b>Variation de la trésorerie issue des opérations de financement</b>		<b>2 147</b>	<b>(525)</b>	<b>1 660</b>
<b>V. INCIDENCE DES ÉCARTS DE CONVERSION</b>		<b>46</b>	<b>(42)</b>	<b>60</b>
<b>VARIATION NETTE DE LA TRÉSORERIE (I+II+III+IV+V)</b>		<b>923</b>	<b>(93)</b>	<b>39</b>
<b>TRÉSORERIE NETTE À L'OUVERTURE</b>	14	<b>1 988</b>	<b>2 081</b>	<b>2 042</b>
<b>TRÉSORERIE NETTE À LA CLÔTURE</b>	14	<b>2 911</b>	<b>1 988</b>	<b>2 081</b>
Opérations comprises dans le tableau ci-dessus, sans incidence sur la variation de la trésorerie : - investissements par location financement		7	5	3

(a) Non compris les effets de la quote-part de l'acquisition de Bulgari rémunérée par augmentation de capital de LVMH SA du 30 juin 2011, qui n'a pas généré de flux de trésorerie.

# ANNEXE AUX COMPTES CONSOLIDÉS (EXTRAITS)

1.	PRINCIPES COMPTABLES	28
2.	VARIATIONS DE POURCENTAGE D'INTÉRÊT DANS LES ENTITÉS CONSOLIDÉES	37
3.	MARQUES, ENSEIGNES ET AUTRES IMMOBILISATIONS INCORPORELLES	38
4.	ÉCARTS D'ACQUISITION	39
5.	ÉVALUATION DES ACTIFS INCORPORELS À DURÉE DE VIE INDÉFINIE	39
6.	IMMOBILISATIONS CORPORELLES	40
7.	PARTICIPATIONS MISES EN ÉQUIVALENCE	41
8.	INVESTISSEMENTS FINANCIERS	41
9.	AUTRES ACTIFS NON COURANTS	42
10.	STOCKS ET EN-COURS	42
11.	CLIENTS	43
12.	AUTRES ACTIFS COURANTS	43
13.	PLACEMENTS FINANCIERS	44
14.	TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE	44
15.	CAPITAUX PROPRES	45
16.	PLANS D'OPTIONS ET ASSIMILÉS	47
17.	INTÉRÊTS MINORITAIRES	49
18.	EMPRUNTS ET DETTES FINANCIÈRES	50
19.	PROVISIONS	52
20.	AUTRES PASSIFS NON COURANTS	52
21.	AUTRES PASSIFS COURANTS	53
22.	INSTRUMENTS FINANCIERS ET GESTION DES RISQUES DE MARCHÉ	53
23.	INFORMATION SECTORIELLE	56
24.	CHARGES PAR NATURE	60
25.	AUTRES PRODUITS ET CHARGES OPÉRATIONNELS	60
26.	RÉSULTAT FINANCIER	61
27.	IMPÔTS SUR LES RÉSULTATS	61
28.	RÉSULTAT PAR ACTION	62
29.	ENGAGEMENTS DE RETRAITES, PARTICIPATION AUX FRAIS MÉDICAUX ET AVANTAGES ASSIMILÉS	62
30.	ENGAGEMENTS HORS BILAN	63
31.	ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE	64

# 1. PRINCIPES COMPTABLES

## 1.1. Cadre général et environnement

Les comptes consolidés de l'exercice 2013 sont établis en conformité avec les normes et interprétations comptables internationales (IAS/IFRS) adoptées par l'Union européenne et applicables au 31 décembre 2013. Ces normes et interprétations sont appliquées de façon constante sur les exercices présentés. Les comptes consolidés de l'exercice 2013 ont été arrêtés par le Conseil d'administration le 30 janvier 2014.

Les comptes consolidés présentés sont « résumés » dans la mesure où ils comportent les seules Notes annexes présentant un caractère significatif ou permettant de comprendre les évolutions de l'activité et de la situation financière du Groupe au cours de l'exercice. Ils sont extraits des comptes consolidés arrêtés par le Conseil d'administration comportant l'ensemble des Notes annexes requises par le référentiel IFRS tel qu'adopté par l'Union européenne.

## 1.2. Évolutions en 2013 du référentiel comptable applicable à LVMH

### Normes, amendements et interprétations dont l'application est obligatoire en 2013

Les normes applicables à LVMH à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2013 sont les suivantes :

- les amendements de la norme IAS 19 traitant des engagements relatifs aux avantages au personnel (retraites, remboursement de frais médicaux et avantages assimilés), qui prévoient la reconnaissance immédiate des écarts actuariels en capitaux propres ainsi que le calcul du rendement des actifs financiers selon le taux d'actualisation utilisé pour valoriser l'engagement et non plus selon le taux de rendement attendu.

Le groupe LVMH appliquait jusqu'au 31 décembre 2012 la méthode du « corridor », conduisant à ne pas comptabiliser la portion des engagements envers le personnel issue des écarts actuariels si celle-ci était inférieure à 10 % du montant de

l'engagement. En raison de la disparition de cette méthode à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2013, LVMH a enregistré en contrepartie des capitaux propres une provision complémentaire de 85 millions d'euros, correspondant au montant des écarts actuariels non encore reconnus au 1<sup>er</sup> janvier 2011, date de première application, ainsi que l'impôt différé actif attaché, soit un montant net de 54 millions d'euros. Les écarts actuariels constatés en 2011 et 2012, y compris l'effet du retraitement du rendement des actifs financiers au taux d'actualisation et après déduction des montants amortis en résultat en 2011 et 2012, ont été enregistrés rétrospectivement en gains et pertes en capitaux propres. Ainsi, le résultat des exercices 2011 et 2012 n'a pas été retraité, l'effet du changement de norme sur chacun de ces exercices étant inférieur à 5 millions d'euros. L'effet rétrospectif du changement de méthode sur les capitaux propres est décrit ci-dessous :

(en millions d'euros)	Provisions à plus d'un an	Autres actifs non courants	Impôts différés	Capitaux propres	dont : Part du Groupe	Intérêts minoritaires
Au 1 <sup>er</sup> janvier 2011	(85)	-	31	(54)	(52)	(2)
Gains et pertes en capitaux propres	(45)	-	13	(32)	(28)	(4)
Au 31 décembre 2011	(130)	-	44	(86)	(80)	(6)
Gains et pertes en capitaux propres	(96)	(5)	29	(72)	(60)	(12)
Au 31 décembre 2012	(226)	(5)	73	(158)	(140)	(18)
dont : Autres réserves				(54)	(52)	(2)
Écarts de réévaluation				(104)	(88)	(16)

- l'amendement d'IAS 1 sur les gains et pertes enregistrés en capitaux propres et leur présentation distincte, selon qu'ils sont ou non transférables en compte de résultat dans le futur ;
- la norme IFRS 13, qui définit les règles de détermination de la juste valeur et les informations méthodologiques à fournir en annexe lorsque la juste valeur est utilisée. L'application de ce texte n'a pas eu d'impact significatif sur les comptes consolidés du Groupe. Voir Note 1.8.

### Normes, amendements et interprétations dont l'application sera obligatoire au 1<sup>er</sup> janvier 2014

Les normes applicables à LVMH à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2014 sont principalement les normes IFRS 10, IFRS 11 et IFRS 12 sur la consolidation. Celles-ci redéfinissent la notion de contrôle exercé sur une entité, supprimant la possibilité d'utiliser l'intégration proportionnelle pour la consolidation des entités sous contrôle conjoint, seule la méthode de consolidation par mise en équivalence étant admise, et complétant les informations requises dans l'annexe aux comptes consolidés.

L'application de ces textes n'aura pas d'impact significatif sur les comptes consolidés du Groupe, les entités consolidées selon la méthode de l'intégration proportionnelle représentant une contribution peu importante aux comptes du Groupe. Ces entités étant pleinement intégrées aux activités opérationnelles du Groupe, LVMH présentera leur résultat net, ainsi que celui des entités actuellement mises en équivalence (voir Note 7), sur une ligne distincte du résultat opérationnel courant.

La méthode de consolidation des filiales de distribution détenues en commun avec le groupe Diageo ne sera pas affectée (voir Note 1.5 concernant la méthode de consolidation de ces filiales).

### 1.3. Première adoption des IFRS

Les premiers comptes établis par le Groupe en conformité avec les normes IFRS l'ont été au 31 décembre 2005 avec une date de transition au 1<sup>er</sup> janvier 2004. La norme IFRS 1 prévoyait des exceptions à l'application rétrospective des normes IFRS à la date de transition ; celles retenues par le Groupe ont notamment été les suivantes :

- regroupement d'entreprises : l'exemption d'application rétrospective n'a pas été retenue. La comptabilisation du rapprochement des groupes Moët Hennessy et Louis Vuitton

### 1.4. Utilisation d'estimations

Dans le cadre du processus d'établissement des comptes consolidés, l'évaluation de certains soldes du bilan ou du compte de résultat nécessite l'utilisation d'hypothèses, estimations ou appréciations. Il s'agit notamment de la valorisation des actifs incorporels, des engagements d'achat de titres de minoritaires, de la détermination du montant des provisions pour risques et

### 1.5. Méthodes de consolidation

Les filiales dans lesquelles le Groupe exerce directement ou indirectement un contrôle exclusif, en droit ou en fait, sont consolidées par intégration globale.

Les sociétés sous contrôle conjoint sont consolidées selon la méthode de l'intégration proportionnelle. Voir Note 1.2 concernant les impacts de l'application des normes IFRS 10 et IFRS 11 à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2014.

### 1.6. Conversion des états financiers des entités hors zone Euro

La devise d'établissement des comptes consolidés est l'euro ; les comptes des entités utilisant une monnaie fonctionnelle différente sont convertis en euros :

- aux cours de clôture pour les postes du bilan ;

### Autres évolutions normatives

Le Groupe est informé de l'évolution des discussions en cours de l'IFRIC et de l'IASB relatives à la comptabilisation des engagements d'achat de titres de minoritaires et des variations de leurs montants. Voir Note 1.11 concernant le mode de comptabilisation de ces engagements au 31 décembre 2013.

Le Groupe suit également l'évolution du projet de norme relatif à la comptabilisation des contrats de location.

en 1987 et toutes les acquisitions postérieures ont été retraitées conformément à la norme IFRS 3 ; les normes IAS 36 Dépréciations d'actifs et IAS 38 Immobilisations incorporelles ont été appliquées rétrospectivement depuis cette date ;

- conversion des comptes des filiales hors zone euro : les réserves de conversion relatives à la consolidation des filiales hors zone euro ont été annulées au 1<sup>er</sup> janvier 2004 en contrepartie des « Autres réserves ».

charges ou des provisions pour dépréciation des stocks et, le cas échéant, des actifs d'impôts différés. Ces hypothèses, estimations ou appréciations établies sur la base d'informations ou situations existant à la date d'établissement des comptes, peuvent se révéler, dans le futur, différentes de la réalité.

Les filiales de distribution détenues en commun avec le groupe Diageo sont consolidées à hauteur de la part de leur bilan et compte de résultat correspondant aux seules activités du groupe LVMH (voir Note 1.24).

Les sociétés dans lesquelles le Groupe exerce une influence notable sont comptabilisées selon la méthode de la mise en équivalence.

- aux cours moyens de la période pour les éléments du compte de résultat.

Les différences de change résultant de l'application de ces cours sont inscrites dans les capitaux propres, en « Écarts de conversion ».

## 1.7. Opérations en devises et couvertures de change

Les opérations réalisées par les sociétés consolidées dans des devises autres que leur monnaie fonctionnelle sont converties dans leur monnaie fonctionnelle aux cours des devises à la date de ces opérations.

Les créances et dettes exprimées en devises autres que la monnaie fonctionnelle de la société concernée sont converties aux cours de ces devises à la date de clôture. Les pertes et gains de change latents résultant de cette conversion sont enregistrés :

- en coût des ventes pour les opérations à caractère commercial ;
- en résultat financier pour les opérations de nature financière.

Les pertes et gains de change résultant de la conversion et de l'élimination d'opérations ou créances et dettes intra-Groupe exprimées dans une monnaie différente de la monnaie fonctionnelle de la société concernée sont enregistrés au compte de résultat, à moins qu'ils ne proviennent d'opérations de financement intra-Groupe à long terme pouvant être considérées comme des opérations en capital : ils sont dans ce cas inscrits dans les capitaux propres, en « Écarts de conversion ».

Lorsque des instruments dérivés sont affectés à la couverture d'opérations commerciales réalisées dans une devise autre que la monnaie fonctionnelle de la société concernée, ceux-ci sont comptabilisés au bilan à leur valeur de marché (voir Note 1.8)

à la date de clôture ; la variation de valeur de marché de ces instruments dérivés est enregistrée :

- en coût des ventes pour la part efficace de la couverture des créances et dettes inscrites au bilan à la date de clôture ;
- en capitaux propres, en « Écarts de réévaluation », pour la part efficace de la couverture de flux de trésorerie futurs, ce montant étant transféré en coût des ventes lors de la comptabilisation des créances et dettes objets de la couverture ;
- en résultat financier pour la part inefficace de la couverture ; les variations de valeur liées aux points de terme des contrats à terme ainsi qu'à la valeur temps des contrats d'options sont systématiquement considérées comme part inefficace.

Lorsque des instruments dérivés sont affectés à la couverture de situations nettes de filiales hors zone Euro, la variation de leur juste valeur est inscrite dans les capitaux propres, en « Écarts de conversion », à hauteur de la part efficace, et en résultat financier pour la part inefficace.

En l'absence de relation de couverture, les variations de valeur de marché des instruments dérivés sont enregistrées en résultat financier.

Voir également Note 1.20 pour la définition des notions de part efficace et inefficace.

## 1.8. Évaluation à la juste valeur

La juste valeur (ou valeur de marché) correspond, pour les actifs, au prix de vente qui serait obtenu en cas de cession et, pour les passifs, au montant qui serait versé pour les transférer, ces

transactions hypothétiques étant conclues dans des conditions de négociation normales.

Les actifs et passifs évalués à leur juste valeur lors de chaque clôture sont les suivants :

	Modalités de détermination de la juste valeur (niveau dans la hiérarchie de juste valeur définie par IFRS 13 Évaluation à la juste valeur)	Montants enregistrés à la date de clôture
Terres à vigne	Sur la base de transactions récentes portant sur des actifs similaires (niveau 2). Voir Note 1.12.	Note 6.1, Note 1
Vendanges	Sur la base des prix d'achat de raisins équivalents (niveau 2). Voir Note 1.15.	Note 10
Instruments dérivés	Sur la base de données de marché et selon des modèles d'évaluation communément utilisés (niveau 2). Voir Note 1.20.	Note 22.3
Dettes financières couvertes contre le risque de variation de valeur résultant de l'évolution des taux d'intérêt	Sur la base de données de marché et selon des modèles d'évaluation communément utilisés (niveau 2). Voir Note 1.19.	Note 18
Dette au titre des engagements d'achat de titres de minoritaires dont la formule de prix est la juste valeur	Généralement, sur la base des multiples boursiers de sociétés comparables (niveau 2).	Note 20
Investissements et placements financiers	Actifs cotés : au cours de clôture (niveau 1). Actifs non cotés : estimation de leur valeur de réalisation (niveau 2 ou 3). Voir Note 1.14.	Note 22.3
Trésorerie et équivalents	Au cours de clôture (niveau 1). Voir Note 1.17.	Note 22.3

Aucun autre actif ou passif n'a été réévalué à sa valeur de marché à la date de clôture.

## 1.9. Marques, enseignes et autres immobilisations incorporelles

Seules les marques et enseignes acquises, individualisables et de notoriété reconnue sont inscrites à l'actif, selon leur valeur de marché à la date de leur acquisition.

Les marques et enseignes sont évaluées à titre principal par la méthode des flux de trésorerie prévisionnels actualisés ou sur la base des transactions comparables, méthode utilisant les multiples de chiffre d'affaires et de résultat retenus lors de transactions récentes portant sur des marques similaires, ou sur la base des multiples boursiers applicables aux activités concernées. D'autres méthodes sont utilisées à titre complémentaire : la méthode des royalties, donnant à la marque une valeur équivalente à la capitalisation des royalties qu'il faudrait verser pour son utilisation ; la méthode du différentiel de marge, applicable lorsqu'il est possible de mesurer la différence de revenus générée par une marque, par référence à un produit similaire sans marque ; enfin, la méthode du coût de reconstitution d'une marque équivalente, notamment en termes de frais de publicité et de promotion.

Les frais engagés pour créer une marque nouvelle ou développer une marque existante sont enregistrés en charges.

Les marques, enseignes et autres immobilisations incorporelles à durée de vie définie sont amorties sur la durée estimée de leur utilisation. Le classement d'une marque ou enseigne en actifs à durée d'utilisation définie ou indéfinie résulte en particulier de l'application des critères suivants :

- positionnement global de la marque ou enseigne sur son marché en termes de volume d'activité, de présence internationale, de notoriété ;

- perspectives de rentabilité à long terme ;
- degré d'exposition aux aléas conjoncturels ;
- événement majeur intervenu dans le secteur d'activité et susceptible de peser sur le futur de la marque ou enseigne ;
- ancienneté de la marque ou enseigne.

Les marques dont la durée d'utilisation est définie sont amorties sur une période comprise entre 15 et 40 ans, fonction de l'estimation de la durée de leur utilisation.

Le montant de la dépréciation des marques et enseignes, et dans certains cas la charge d'amortissement, sont comptabilisés dans les « Autres produits et charges opérationnels ».

Des tests de perte de valeur sont pratiqués pour les marques, enseignes et autres immobilisations incorporelles suivant la méthodologie présentée en Note 1.13.

Les frais de recherche ne sont pas immobilisés. Les frais de développement d'un nouveau produit ne sont immobilisés que si la décision de lancement de ce produit est effectivement prise.

Les immobilisations incorporelles autres que les marques et enseignes sont amorties sur les durées suivantes :

- droits au bail, pas de porte : selon les conditions de marché, le plus souvent sur la durée du bail ;
- frais de développement : maximum 3 ans ;
- logiciels : 1 à 5 ans.

## 1.10. Variations de pourcentage d'intérêt dans les entités consolidées

Lors de la prise de contrôle d'une entreprise en droit ou en fait, les actifs, passifs et passifs éventuels de l'entreprise acquise sont évalués à leur juste valeur à la date de prise de contrôle ; la différence entre le coût de la prise de contrôle et la quote-part du Groupe dans la juste valeur de ces actifs, passifs et passifs éventuels est inscrite en écart d'acquisition.

Le coût de la prise de contrôle est le prix payé par le Groupe dans le cadre d'une acquisition, ou l'estimation de ce prix si l'opération se fait sans versement de trésorerie, à l'exclusion des frais liés à l'acquisition qui sont présentés en « Autres produits et charges opérationnels ».

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2010 et pour les opérations réalisées après cette date, en application d'IAS 27 révisée, la différence entre la valeur comptable des intérêts minoritaires acquis postérieurement à la prise de contrôle et le prix payé pour leur acquisition est comptabilisée en déduction des capitaux propres.

Les écarts d'acquisition sont comptabilisés dans la devise fonctionnelle de l'entité acquise.

Les écarts d'acquisition ne sont pas amortis mais font l'objet d'un test de perte de valeur annuel suivant la méthodologie présentée en Note 1.13. La charge de dépréciation éventuelle est comprise dans les « Autres produits et charges opérationnels ».

### 1.11. Engagements d'achat de titres de minoritaires

Les actionnaires minoritaires de certaines filiales consolidées par intégration globale bénéficient de promesses d'achat de leurs titres octroyées par le Groupe.

En l'absence de dispositions spécifiques des normes IFRS, le Groupe comptabilise ces engagements de la façon suivante :

- la valeur de l'engagement à la date de la clôture figure en « Autres passifs non courants » ;
- les intérêts minoritaires correspondants sont annulés ;

### 1.12. Immobilisations corporelles

La valeur brute des immobilisations corporelles, à l'exception des terres à vignes, est constituée de leur coût d'acquisition. Les frais financiers supportés au cours de la période précédant la mise en exploitation ou durant la période de construction sont immobilisés.

Les terres à vignes sont comptabilisées à leur valeur de marché à la date de clôture. Cette valeur résulte de données officielles publiées sur les transactions récentes dans la même région (niveau 2 selon la hiérarchie de juste valeur définie par IFRS 13). L'écart entre le coût d'acquisition historique et la valeur de marché est inscrit en capitaux propres, en « Écarts de réévaluation ». Si la valeur de marché devient inférieure au coût d'acquisition, une dépréciation est comptabilisée en résultat, du montant de la différence.

Les pieds de vignes, ou vignobles, pour les champagnes, cognac et autres vins produits par le Groupe, sont des actifs biologiques au sens d'IAS 41 Agriculture. Leur valeur de marché étant peu différente de leur valeur historique, aucune réévaluation de ces actifs n'est pratiquée.

Les immeubles majoritairement occupés par des tiers sont

### 1.13. Tests de perte de valeur des actifs immobilisés

Des tests de perte de valeur sont réalisés pour les actifs immobilisés corporels et incorporels dès lors qu'un indice de perte de valeur apparaît, et au moins une fois par an pour les actifs incorporels à durée de vie indéfinie, principalement les marques, enseignes et écarts d'acquisition. Lorsque la valeur nette comptable de ces actifs à durée de vie indéfinie devient supérieure au montant le plus élevé de leur valeur d'utilité ou de marché, une dépréciation est enregistrée, du montant de la différence ; la dépréciation, imputée en priorité sur l'écart d'acquisition, est comptabilisée en « Autres produits et charges opérationnels ».

La valeur d'utilité est fondée sur les flux de trésorerie futurs actualisés qui seront générés par ces actifs. La valeur de marché de l'actif est déterminée par référence à des transactions similaires récentes ou à des évaluations réalisées par des experts indépendants dans une perspective de cession.

Les flux de trésorerie prévisionnels sont établis au niveau du Groupe par secteur d'activité, un secteur d'activité correspondant à une ou plusieurs marques ou enseignes et à une équipe de

- pour les engagements contractés antérieurement au 1<sup>er</sup> janvier 2010, la différence entre le montant des engagements et les intérêts minoritaires reclassés est maintenue à l'actif du bilan, en écart d'acquisition, ainsi que les variations ultérieures de cette différence. Pour les engagements contractés à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2010, la différence entre le montant des engagements et les intérêts minoritaires est enregistrée en capitaux propres, en « Autres réserves ».

Ce mode de comptabilisation n'a pas d'effet sur la présentation des intérêts minoritaires au compte de résultat.

présentés en immeubles locatifs, à leur coût d'acquisition, sans réévaluation à valeur de marché.

Les actifs financés par contrat de location financement sont immobilisés sur la base de la valeur actuelle des loyers futurs ou sur la base de leur valeur de marché si celle-ci est inférieure.

La base amortissable des immobilisations corporelles est constituée du coût d'acquisition de leurs composants, diminué de la valeur résiduelle ; la valeur résiduelle correspond à l'estimation de valeur de revente de l'immobilisation au terme de la période d'utilisation.

Les immobilisations corporelles sont amorties linéairement sur la durée estimée de leur utilisation ; les durées retenues sont les suivantes :

- |                                     |             |
|-------------------------------------|-------------|
| - constructions, immeubles locatifs | 20 à 50 ans |
| - matériels et installations        | 3 à 25 ans  |
| - agencements                       | 3 à 10 ans  |
| - vignobles                         | 18 à 25 ans |

Les frais d'entretien et de réparation sont comptabilisés en charges lors de leur réalisation.

Direction dédiée. Au sein du secteur d'activité, peuvent être déterminées des unités génératrices de trésorerie d'un niveau plus petit, tel un ensemble de magasins.

Les données utilisées dans le cadre de la méthode des flux de trésorerie prévisionnels actualisés proviennent des budgets annuels et plans pluri-annuels établis par la Direction des secteurs d'activité concernés. Les plans consistent en des projections à cinq ans, cette durée pouvant être étendue lorsqu'il s'agit de marques en cours de repositionnement stratégique, ou dont le cycle de production est supérieur à cinq ans. À la valeur résultant des flux de trésorerie prévisionnels actualisés, s'ajoute une valeur terminale correspondant à la capitalisation à l'infini des flux de trésorerie issus, le plus souvent, de la dernière année du plan. Lorsque plusieurs scénarios prévisionnels sont retenus, une probabilité de survivance est attribuée à chacun d'entre eux. Le taux d'actualisation des flux de trésorerie prévisionnels reflète le taux de rendement attendu par un investisseur dans le domaine d'activité concerné et la prime de risque propre à cette activité.

## 1.14. Investissements et placements financiers

Les actifs financiers sont présentés en actifs non courants (« Investissements financiers ») ou en actifs courants (« Placements financiers ») selon leur nature.

Les investissements financiers comprennent les prises de participation, stratégiques et non stratégiques, si la durée estimée et le mode de leur détention le justifient.

Les placements financiers incluent des placements temporaires en actions, parts de SICAV, ou Fonds Commun de Placement (FCP) et assimilés, à l'exclusion des placements relevant de la gestion de trésorerie au jour le jour, qui sont comptabilisés en « Trésorerie et équivalents de trésorerie » (Voir Note 1.17).

## 1.15. Stocks et en-cours

À l'exception des vins produits par le Groupe, les stocks sont comptabilisés à leur prix de revient, hors frais financiers. Le prix de revient est constitué du coût de production (produits finis), ou du prix d'achat majoré des frais accessoires (matières premières, marchandises); il ne peut excéder la valeur nette de réalisation.

Les stocks de vins produits par le Groupe, en particulier les vins de champagne, sont évalués sur la base de la valeur de marché de la vendange correspondante, déterminée par référence au prix moyen d'achat de raisins équivalents (Niveau 2 selon la hiérarchie de juste valeur définie par IFRS 13), comme si les raisins récoltés avaient été acquis auprès de tiers. Jusqu'à la date de vendange, l'évaluation des raisins, comptabilisée *pro rata temporis*, se fait sur la base d'un rendement et d'une valeur de marché estimés.

## 1.16. Créances clients, autres créances et prêts

Les créances clients, autres créances et prêts sont comptabilisés à leur valeur nominale. Une dépréciation est enregistrée lorsque leur valeur d'inventaire, fondée sur la probabilité de leur recouvrement, est inférieure à la valeur comptabilisée.

## 1.17. Trésorerie et équivalents de trésorerie

La ligne « Trésorerie et équivalents de trésorerie » inclut les liquidités ainsi que les placements monétaires immédiatement disponibles dont la valeur dans le temps présente un risque de variation négligeable.

## 1.18. Provisions

Une provision est comptabilisée dès lors qu'existe une obligation, vis-à-vis d'un tiers, entraînant pour le Groupe un décaissement probable dont le montant peut être évalué de façon fiable.

Investissements et placements financiers sont évalués au cours de clôture s'il s'agit d'actifs cotés (Niveau 1 selon la hiérarchie de juste valeur définie par IFRS 13), et sur la base d'une estimation de leur valeur de réalisation à cette date s'il s'agit d'actifs non cotés (Niveau 2 ou 3 selon la hiérarchie de juste valeur définie par IFRS 13).

Les variations de valeur, positives ou négatives, sont enregistrées en capitaux propres en « Écarts de réévaluation ». En cas de perte de valeur jugée définitive, une dépréciation de ce montant est enregistrée en résultat financier, la dépréciation n'étant reprise en résultat qu'au moment de la cession des investissements et placements financiers sous jacents.

Les mouvements de stocks sont valorisés, selon les métiers, au coût moyen pondéré ou par la méthode « Premier entré-premier sorti » (FIFO).

Compte tenu du processus de vieillissement nécessaire au champagne et aux spiritueux (cognac, whisky), la durée de détention de ces stocks est le plus souvent supérieure à un an. Ces stocks restent classés en actifs courants conformément à l'usage de la profession.

Les dépréciations de stocks sont constatées principalement dans les activités autres que Vins et Spiritueux. Elles sont établies le plus souvent en raison de l'obsolescence des produits concernés (saison ou collection terminées, date limite d'utilisation proche...) ou sur la base de leurs perspectives d'écoulement.

Lorsque l'échéance des créances et prêts est supérieure à un an, leur montant fait l'objet d'un calcul d'actualisation, dont les effets sont enregistrés en résultat financier, selon la méthode du taux d'intérêt effectif.

Les placements monétaires sont évalués à leur valeur de marché (niveau 1 selon la hiérarchie de juste valeur définie par IFRS 13) et au cours de change à la date de clôture, les variations de valeur étant enregistrées en résultat financier.

Lorsque la date d'exécution de cette obligation est au-delà d'un an, le montant de la provision fait l'objet d'un calcul d'actualisation, dont les effets sont enregistrés en résultat financier selon la méthode du taux d'intérêt effectif.

## 1.19. Dettes financières

Les dettes financières sont comptabilisées au coût amorti, c'est-à-dire à leur valeur nominale nette des primes et frais d'émission qui sont enregistrés progressivement en résultat financier jusqu'à l'échéance, selon la méthode du taux d'intérêt effectif.

En cas de couverture du risque de variation de valeur de la dette financière résultant de l'évolution des taux d'intérêt, le montant couvert de la dette, ainsi que les instruments de couverture associés, figurent au bilan à leur valeur de marché à la date de clôture ; les effets de cette réévaluation sont enregistrés en résultat financier. La valeur de marché de la dette couverte est déterminée selon des méthodes similaires à celles décrites ci-après en Note 1.20.

En cas de couverture du risque d'évolution de la charge d'intérêt future, la dette financière dont les flux sont couverts reste comptabilisée au coût amorti, la variation de valeur de la part efficace de l'instrument de couverture étant enregistrée dans les capitaux propres en « Écarts de réévaluation ».

## 1.20. Instruments dérivés

Le Groupe négocie des instruments financiers dérivés dans le cadre de sa stratégie de couverture des risques de change et de taux d'intérêt.

La mise en œuvre d'une comptabilité de couverture requiert, selon IAS 39, de démontrer et documenter l'efficacité de la relation de couverture lors de sa mise en place et pendant sa durée. L'efficacité de la couverture sur le plan comptable est vérifiée par le rapport des variations de valeur du dérivé et du sous-jacent couvert, ce rapport devant rester dans une fourchette comprise entre 80 et 125 %.

Les instruments dérivés sont comptabilisés au bilan à leur

En l'absence de relation de couverture, ou pour la partie inefficace des couvertures, les variations de valeur des instruments dérivés sont enregistrées en résultat financier.

Lorsqu'un instrument dérivé est incorporé à la dette financière, celle-ci est comptabilisée à sa valeur de marché ; les variations de valeur de marché sont enregistrées en résultat financier.

La dette financière nette est constituée des dettes financières à plus et moins d'un an et de la valeur de marché à la date de clôture des instruments dérivés sur risque de taux d'intérêt, sous déduction du montant des placements financiers, de la trésorerie et équivalents de trésorerie à la date de clôture ainsi que de la valeur de marché à cette date des instruments dérivés sur risque de change associés à l'un de ces éléments.

Voir également Note 1.20 pour la définition des notions de part efficace et inefficace.

valeur de marché à la date de clôture. Les variations de valeur des instruments dérivés sont enregistrées selon les modalités précisées en Note 1.7 pour les couvertures de risque de change et en Note 1.19 pour les couvertures de risque de taux d'intérêt.

La valeur de marché est établie par référence à des données de marché et selon des modèles d'évaluation communément utilisés (niveau 2 selon la hiérarchie de juste valeur définie par IFRS 13) ; cette valeur est confirmée dans le cas d'instruments complexes par des cotations d'établissements financiers tiers.

Les instruments dérivés dont la maturité est supérieure à douze mois sont présentés en actifs et passifs non courants.

## 1.21. Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH

Les actions LVMH et options d'achat d'actions LVMH détenues par le Groupe sont comptabilisées à leur coût d'acquisition, en déduction des capitaux propres consolidés, quel que soit l'objet de leur détention.

En cas de cession, le prix de revient des actions cédées est établi par catégorie d'affectation (voir Note 15.2) selon la méthode Premier entré-premier sorti (FIFO) à l'exception des actions détenues dans le cadre de plans d'options pour lesquels le calcul est effectué par plan, selon la méthode du prix moyen pondéré. Les résultats de cession sont inscrits directement en capitaux propres, pour leur montant net d'impôt.

## 1.22. Retraites, participation aux frais médicaux et autres engagements vis-à-vis du personnel

Lorsque les régimes d'indemnités de départ à la retraite, de retraites, de participation aux frais médicaux ou autres prévoient le versement par le Groupe de cotisations à des organismes extérieurs responsables du paiement ultérieur des indemnités, des retraites ou de la participation aux frais médicaux, ces cotisations sont comptabilisées dans les charges de l'exercice au titre duquel elles sont dues, aucun passif n'étant comptabilisé au bilan.

Lorsque le versement des indemnités de départ à la retraite, des retraites, de la participation aux frais médicaux ou autres sont à la charge du Groupe, le montant de l'engagement actuariel correspondant pour le Groupe donne lieu à provision au bilan. Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2013, rétrospectivement au 1<sup>er</sup> janvier 2011, la variation de cette provision est comptabilisée :

- en résultat opérationnel courant de l'exercice, pour la part correspondant au service rendu par les employés durant l'exercice et au coût financier net de l'exercice ;
- en gains et pertes enregistrés en capitaux propres, pour la part liée à l'évolution des hypothèses actuarielles et aux écarts entre les données projetées et les données réelles (« effets d'expérience »).

### 1.23. Impôts courants et différés

Les différences temporelles entre les valeurs en consolidation des éléments d'actif et de passif, et celles résultant de l'application de la réglementation fiscale, donnent lieu à la constatation d'impôts différés.

Le taux d'impôt retenu pour le calcul des impôts différés est celui connu à la date de clôture ; les effets des changements de taux sont enregistrés sur la période au cours de laquelle la décision de ce changement est prise.

### 1.24. Comptabilisation des ventes

#### Définition des ventes

Les ventes incluent principalement des ventes au détail dans le cadre des magasins du Groupe et des ventes de gros à des distributeurs et agents. Sont assimilées à des opérations au détail les ventes effectuées dans le cadre de magasins appartenant à des tiers si les risques et avantages liés à la propriété du stock sont conservés par le Groupe.

Les ventes au détail proviennent des activités Mode et Maroquinerie et Distribution sélective, ainsi que de certaines marques de Montres et Joaillerie ou de Parfums et Cosmétiques. Ces ventes sont comptabilisées lors de l'achat par la clientèle.

Les ventes de gros proviennent des activités Vins et Spiritueux et de certaines marques de Parfums et Cosmétiques ou de Montres et Joaillerie. Ces ventes sont comptabilisées lors du transfert de propriété, c'est-à-dire le plus souvent lors de l'expédition.

Les frais d'expédition et de transport refacturés aux clients ne sont compris dans les ventes que lorsqu'ils sont inclus forfaitairement dans le prix des produits facturés.

Les ventes sont présentées nettes de toutes formes de remises et ristournes. En particulier, les sommes permettant le référencement des produits ou correspondant à des accords de participation publicitaire avec le distributeur viennent en déduction des ventes correspondantes.

### 1.25. Frais de publicité et de promotion

Les frais de publicité et de promotion incluent le coût de la réalisation des supports publicitaires, des achats d'espaces média, de la fabrication d'échantillons et de catalogues et, de manière générale, le coût de l'ensemble des activités destinées à la promotion des marques et produits du Groupe.

Si cet engagement est couvert, partiellement ou en totalité, par des fonds versés par le Groupe à des organismes financiers, le montant de ces placements dédiés vient en déduction de l'engagement actuariel au bilan.

L'engagement actuariel est calculé sur la base d'évaluations spécifiques au pays et à la société du Groupe concernée ; ces évaluations intègrent notamment des hypothèses de taux d'actualisation, de progression des salaires, d'inflation, d'espérance de vie, et de rotation des effectifs.

Les économies d'impôt résultant de déficits fiscaux reportables sont enregistrées en impôts différés actifs, et dépréciés si estimés non recouvrables, seul le montant dont l'utilisation est probable étant maintenu à l'actif du bilan.

Les actifs et passifs d'impôts différés ne sont pas actualisés.

Les impôts dus au titre des réserves distribuables des filiales font l'objet de provisions à hauteur des distributions envisagées.

#### Provision pour retours de produits

Les sociétés du groupe d'activités Parfums et Cosmétiques et dans une moindre mesure des activités Mode et Maroquinerie, ou Montres et Joaillerie, peuvent reprendre auprès de leurs clients et distributeurs les produits invendus ou périmés.

Lorsque cette pratique est établie, les ventes enregistrées sont diminuées d'un montant correspondant à une estimation de ces retours, en contrepartie de la réduction des créances clients et d'une inscription en stocks. Le taux de retour retenu pour l'établissement de ces estimations est calculé sur la base de statistiques historiques.

#### Activités en partenariat avec Diageo

Une partie significative des ventes des activités Vins et Spiritueux est réalisée dans le cadre d'accords de distribution avec Diageo, consistant le plus souvent en un partenariat dans des entités communes. Celles-ci assurent les livraisons et les ventes à la clientèle des marques des deux groupes, le partage du compte de résultat et du bilan de ces entités entre LVMH et Diageo étant régi par les accords de distribution. Sur la base de ces accords, LVMH consolide ces entités à hauteur de la quote-part du compte de résultat et du bilan concernant ses propres marques.

Les frais de publicité et de promotion sont enregistrés en charge lors de leur réception ou de leur production, s'il s'agit de biens, ou lors de la réalisation des prestations s'il s'agit de services.

## 1.26. Plans d'options et assimilés

Les plans d'options d'achat ou de souscription d'actions donnent lieu à enregistrement d'une charge constituée de l'amortissement de l'estimation du gain pour les bénéficiaires de ces plans ; l'estimation du gain est calculée selon la méthode Black & Scholes sur la base du cours de clôture de l'action la veille du Conseil d'administration ayant attribué les options.

Pour les plans d'attribution d'actions gratuites, l'estimation du gain est calculée sur la base du cours de clôture de l'action la veille du Conseil d'administration ayant mis en place le plan et sous déduction du montant des dividendes anticipés sur la période d'acquisition des droits. Une décote peut être appliquée à la valeur des actions gratuites ainsi calculée pour tenir compte, le cas échéant, d'une période d'incessibilité.

## 1.27. Soldes intermédiaires du compte de résultat

L'activité principale du Groupe est la gestion et le développement de ses marques et enseignes. Le résultat opérationnel courant provient de ces activités, qu'il s'agisse d'opérations récurrentes ou non récurrentes, principales ou accessoires.

Les « Autres produits et charges opérationnels » comprennent les éléments constitutifs du résultat qui, en raison de leur nature, de leur montant ou de leur fréquence, ne peuvent être considérés comme faisant partie des activités et du résultat opérationnel

## 1.28. Résultat par action

Le résultat par action est calculé sur la base du nombre moyen pondéré d'actions en circulation durant l'exercice, sous déduction du nombre moyen d'actions auto-détenues.

Le résultat par action après dilution est établi sur la base du nombre moyen pondéré d'actions avant dilution, majoré du nombre moyen pondéré d'actions qui résulterait de la levée,

Pour l'ensemble des plans, la charge d'amortissement est répartie linéairement en résultat sur la période d'acquisition des droits, en contrepartie des réserves au bilan.

Pour les plans de rémunérations liées au cours de l'action LVMH et dénoués en numéraire, l'estimation du gain est réévaluée à chaque clôture du cours de l'action LVMH à cette date, et enregistrée en charge *pro rata temporis* sur la période d'acquisition des droits, en contrepartie d'une provision au bilan. Au-delà de cette date et jusqu'à dénouement, la variation de l'espérance de gain résultant de la variation du cours de l'action LVMH est enregistrée en compte de résultat.

courants du Groupe. Il s'agit en particulier des effets des variations de périmètre et des dépréciations des marques, enseignes et écarts d'acquisition. Il s'agit également, s'ils sont significatifs, des plus ou moins values de cession d'actifs immobilisés, des frais de restructuration, des frais liés à des litiges, ou de tout autre produit ou charge non courants susceptibles d'affecter la comparabilité du résultat opérationnel courant d'une période à l'autre.

durant l'exercice, des options de souscription existantes ou de tout autre instrument dilutif. Les fonds recueillis au titre de ces levées, augmentés de la charge restant à comptabiliser au titre des plans d'options et assimilés (voir Note 1.26), sont présumés affectés, dans ce calcul, au rachat d'actions LVMH à un prix correspondant à leur cours de bourse moyen sur l'exercice.

## 2. VARIATIONS DE POURCENTAGE D'INTÉRÊT DANS LES ENTITÉS CONSOLIDÉES

### 2.1. Vins et Spiritueux

Au premier trimestre 2013, le Groupe a acquis une participation complémentaire de 30 % dans Château d'Yquem, portant son pourcentage de détention à 95 %. La différence entre le prix

d'acquisition et les intérêts minoritaires a été enregistrée en déduction des capitaux propres.

### 2.2. Mode et Maroquinerie

#### Loro Piana

En juillet 2013, LVMH a signé un Protocole d'accord portant sur l'acquisition de 80 % du capital de la Maison italienne Loro Piana, fabricant et distributeur de tissus, de vêtements et d'accessoires de luxe. Le 5 décembre 2013, en application de ce Protocole, LVMH a acquis 80 % de Loro Piana pour 1 987 millions d'euros. Loro Piana a été consolidé par intégration globale à compter du 5 décembre 2013. Le capital non acquis, soit 20 %, fait l'objet de promesses croisées de vente et d'achat, exerçables au plus tard trois ans suivant le 5 décembre 2013. La différence entre la valeur de l'engagement d'achat (enregistré en Autres passifs non courants, voir Note 20) et les intérêts

minoritaires, soit 428 millions d'euros, a été portée en déduction des réserves consolidées.

Le tableau suivant présente les modalités provisoires d'allocation du prix payé par LVMH au 5 décembre 2013, date de prise de contrôle. En raison du faible délai entre la date de conclusion de la transaction et la date d'arrêt des comptes de LVMH, Loro Piana est consolidé sur la base des comptes établis par Loro Piana à la date de prise de contrôle selon les règles et méthodes historiques, à l'exclusion de tout ajustement et réévaluation requis par les règles IFRS 3 Regroupements d'entreprise. Les montants pris en compte sont détaillés ci-dessous :

<i>(en millions d'euros)</i>	Allocation provisoire du prix d'acquisition
Immobilisations incorporelles, et immobilisations corporelles, nettes	159
Autres actifs non courants	11
Provisions à plus d'un an	(18)
Actifs circulants	382
Passifs circulants	(203)
Dette financière nette	(127)
Impôts différés	49
<b>Actif net acquis, hors effet des réévaluations selon les règles d'IFRS 3</b>	<b>253</b>
Intérêts minoritaires (20%) <sup>[a]</sup>	(51)
<b>Actif net part du Groupe (80%), hors effet des réévaluations selon les règles d'IFRS 3</b>	<b>202</b>
Écart d'acquisition provisoire	1 785
<b>Valeur comptable de la participation au 5 décembre 2013</b>	<b>1 987</b>

[a] Les intérêts minoritaires ont été comptabilisés sur la base de l'actif net acquis.

Les frais d'acquisition de Loro Piana ont été enregistrés en Autres produits et charges opérationnels ; ils représentent un montant de 9 millions d'euros, voir Note 25.

L'acquisition de Loro Piana a généré un décaissement de 1 982 millions d'euros, net de la trésorerie acquise de 5 millions d'euros.

Pour l'année 2013, sur la base de données estimées, les ventes consolidées de Loro Piana ont été de 686 millions d'euros, le résultat opérationnel courant de 103 millions d'euros et le résultat net de 60 millions d'euros.

#### Nicholas Kirkwood

En septembre 2013, LVMH a acquis une participation de 52 % dans le chausseur britannique Nicholas Kirkwood. Cette entité a été consolidée à compter du 1<sup>er</sup> octobre 2013. Le capital non détenu fait l'objet de promesses croisées de vente et d'achat, exerçables à partir de 2020, principalement.

#### Marc Jacobs

Au cours de l'exercice, le Groupe a porté à 80 % le niveau de sa détention dans Marc Jacobs. La différence entre le prix d'acquisition et les intérêts minoritaires a été enregistrée en déduction des capitaux propres.

### 2.3. Autres activités

En juin 2013, LVMH a acquis une participation de 80 % dans la pâtisserie Cova, basée à Milan (Italie), et présente également en Asie à travers un réseau de franchises. Cette entité a été consolidée à compter de juillet 2013.

En août 2013, le Groupe a acquis, une participation de 100 % dans Hotel Saint Barth Isle de France, propriétaire et exploitant d'un hôtel de luxe situé sur l'île de Saint Barthélemy (Antilles françaises). Cette entité a été consolidée à compter de septembre 2013.

## 3. MARQUES, ENSEIGNES ET AUTRES IMMOBILISATIONS INCORPORELLES

<i>(en millions d'euros)</i>			2013	2012	2011
	Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net	Net
Marques	9 266	(518)	8 748	8 819	8 850
Enseignes	3 257	(1 324)	1 933	2 009	2 044
Licences de distribution	88	(68)	20	22	25
Droits au bail	552	(249)	303	248	182
Logiciels, sites Internet	901	(666)	235	200	172
Autres	496	(277)	219	212	209
<b>Total</b>	<b>14 560</b>	<b>(3 102)</b>	<b>11 458</b>	<b>11 510</b>	<b>11 482</b>
<i>dont : immobilisations en location financement</i>	14	(14)	-	-	-

La variation du solde net des marques, enseignes et autres immobilisations incorporelles au cours de l'exercice 2013 est constituée des éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	Marques	Enseignes	Logiciels, sites Internet	Droits au bail	Autres immobilisations incorporelles	Total
<b>Au 31 décembre 2012</b>	<b>9 318</b>	<b>3 389</b>	<b>759</b>	<b>468</b>	<b>567</b>	<b>14 501</b>
Acquisitions	-	-	95	53	105	253
Cessions, mises hors service	-	-	(23)	(19)	(46)	(88)
Effets des variations de périmètre	7	-	47	46	10	110
Effets des variations de change	(59)	(132)	(14)	(4)	(13)	(222)
Reclassements	-	-	37	8	(39)	6
<b>Au 31 décembre 2013</b>	<b>9 266</b>	<b>3 257</b>	<b>901</b>	<b>552</b>	<b>584</b>	<b>14 560</b>

<i>(en millions d'euros)</i>	Marques	Enseignes	Logiciels, sites Internet	Droits au bail	Autres immobilisations incorporelles	Total
<b>Au 31 décembre 2012</b>	<b>(499)</b>	<b>(1 380)</b>	<b>(559)</b>	<b>(220)</b>	<b>(333)</b>	<b>(2 991)</b>
Amortissements	(25)	(1)	(96)	(30)	(63)	(215)
Dépréciations	-	-	-	(1)	(1)	(2)
Cessions, mises hors service	-	-	23	16	44	83
Effets des variations de périmètre	(2)	-	(41)	(14)	(5)	(62)
Effets des variations de change	8	57	9	1	11	86
Reclassements	-	-	(2)	(1)	2	(1)
<b>Au 31 décembre 2013</b>	<b>(518)</b>	<b>(1 324)</b>	<b>(666)</b>	<b>(249)</b>	<b>(345)</b>	<b>(3 102)</b>
<b>Valeur nette au 31 décembre 2013</b>	<b>8 748</b>	<b>1 933</b>	<b>235</b>	<b>303</b>	<b>239</b>	<b>11 458</b>

## 4. ÉCARTS D'ACQUISITION

<i>(en millions d'euros)</i>	2013			2012	2011
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Écarts d'acquisition sur titres consolidés	8 308	(1 208)	7 100	5 270	5 142
Écarts d'acquisition sur engagements d'achat de titres de minoritaires	2 862	(3)	2 859	2 536	1 815
<b>Total</b>	<b>11 170</b>	<b>(1 211)</b>	<b>9 959</b>	<b>7 806</b>	<b>6 957</b>

Les variations sur les exercices présentés du solde net des écarts d'acquisition s'analysent de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2013			2012	2011
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
<b>Au 1<sup>er</sup> janvier</b>	<b>8 990</b>	<b>(1 184)</b>	<b>7 806</b>	<b>6 957</b>	<b>5 027</b>
Effets des variations de périmètre <sup>(a)</sup>	1 945	1	1 946	43	1 743
Variation des engagements d'achat de titres de minoritaires	294	-	294	836	203
Variation des dépréciations	-	(57)	(57)	(24)	(40)
Effets des variations de change	(59)	29	(30)	(6)	24
<b>Au 31 décembre</b>	<b>11 170</b>	<b>(1 211)</b>	<b>9 959</b>	<b>7 806</b>	<b>6 957</b>

(a) Voir Note 2.

Les effets des variations de périmètre de 2013 correspondent principalement à l'écart d'acquisition provisoire de Loro Piana, pour 1 785 millions d'euros, le solde correspondant aux écarts d'acquisition provisoires liés à la consolidation de Hotel Isle de France, Nicholas Kirkwood et Cova.

Les effets des variations de périmètre de l'exercice 2011 correspondaient principalement à l'acquisition de Bulgari pour

1 522 millions d'euros, de Ile de Beauté pour 128 millions d'euros, de ArteCad pour 38 millions d'euros, et de Heng Long pour 24 millions d'euros.

Voir également Note 20 pour les écarts d'acquisition provenant d'engagements d'achat de titres de minoritaires.

## 5. ÉVALUATION DES ACTIFS INCORPORELS À DURÉE DE VIE INDÉFINIE

Les marques, enseignes et autres actifs incorporels à durée de vie indéfinie ainsi que les écarts d'acquisition ont fait l'objet d'un test annuel de perte de valeur. Aucune dépréciation significative n'a été enregistrée à ce titre au cours de l'exercice 2013.

## 6. IMMOBILISATIONS CORPORELLES

<i>(en millions d'euros)</i>	2013			2012	2011
	Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net	Net
Terrains	1 042	(55)	987	1 182	941
Terres à vignes et vignobles	2 419	(84)	2 335	1 971	1 867
Constructions	2 458	(1 182)	1 276	1 314	1 399
Immeubles locatifs	647	(42)	605	509	536
Agencements, matériels et installations	7 207	(4 571)	2 636	2 124	1 895
Immobilisations en-cours	800	-	800	716	511
Autres immobilisations corporelles	1 489	(526)	963	953	868
<b>Total</b>	<b>16 062</b>	<b>(6 460)</b>	<b>9 602</b>	<b>8 769</b>	<b>8 017</b>
<i>dont : immobilisations en location financement</i>	<i>275</i>	<i>(170)</i>	<i>105</i>	<i>110</i>	<i>113</i>
<i>coût historique des terres à vignes et vignobles</i>	<i>661</i>	<i>(84)</i>	<i>577</i>	<i>575</i>	<i>552</i>

La variation des immobilisations corporelles au cours de l'exercice s'analyse de la façon suivante :

<i>Valeur brute</i> <i>(en millions d'euros)</i>	Terres à vignes et vignobles	Terrains et cons- tructions	Immeubles locatifs	Agencements, matériels et installations			Immobi- lisations en-cours	Autres immobili- sations corporelles	Total
				Magasins	Production, logistique	Autres			
<b>Au 31 décembre 2012</b>	<b>2 051</b>	<b>3 865</b>	<b>580</b>	<b>3 454</b>	<b>1 629</b>	<b>850</b>	<b>716</b>	<b>1 538</b>	<b>14 683</b>
Acquisitions	5	97	18	583	89	115	598	82	1 587
Variation de la valeur de marché des terres à vignes	369	-	-	-	-	-	-	-	369
Cessions, mises hors service	-	(133)	(2)	(192)	(64)	(58)	(3)	(88)	(540)
Effets des variations de périmètre	-	71	-	112	180	48	-	3	414
Effets des variations de change	(13)	(131)	(15)	(187)	(20)	(33)	(19)	(36)	(454)
Autres mouvements, y compris transferts	7	(269)	66	498	55	148	(492)	(10)	3
<b>Au 31 décembre 2013</b>	<b>2 419</b>	<b>3 500</b>	<b>647</b>	<b>4 268</b>	<b>1 869</b>	<b>1 070</b>	<b>800</b>	<b>1 489</b>	<b>16 062</b>

<i>Amortissements et dépréciations</i> <i>(en millions d'euros)</i>	Terres à vignes et vignobles	Terrains et cons- tructions	Immeubles locatifs	Agencements, matériels et installations			Immobi- lisations en-cours	Autres immobili- sations corporelles	Total
				Magasins	Production, logistique	Autres			
<b>Au 31 décembre 2012</b>	<b>(80)</b>	<b>(1 369)</b>	<b>(71)</b>	<b>(2 139)</b>	<b>(1 072)</b>	<b>(598)</b>	<b>-</b>	<b>(585)</b>	<b>(5 914)</b>
Amortissements	(6)	(122)	(7)	(473)	(118)	(110)	-	(80)	(916)
Dépréciations	-	(1)	-	(2)	-	-	(8)	-	(11)
Cessions, mises hors service	-	75	2	190	63	56	1	66	453
Effets des variations de périmètre	-	(33)	-	(64)	(159)	(26)	-	(2)	(284)
Effets des variations de change	2	52	2	115	12	23	-	21	227
Autres mouvements, y compris transferts	-	161	32	(205)	3	(67)	7	54	(15)
<b>Au 31 décembre 2013</b>	<b>(84)</b>	<b>(1 237)</b>	<b>(42)</b>	<b>(2 578)</b>	<b>(1 271)</b>	<b>(722)</b>	<b>-</b>	<b>(526)</b>	<b>(6 460)</b>
<b>Valeur nette au 31 décembre 2013</b>	<b>2 335</b>	<b>2 263</b>	<b>605</b>	<b>1 690</b>	<b>598</b>	<b>348</b>	<b>800</b>	<b>963</b>	<b>9 602</b>

Les effets des variations de périmètre sont principalement liés à la consolidation de Loro Piana.

Les acquisitions d'immobilisations corporelles incluent les investissements de Louis Vuitton, Sephora, DFS, Bulgari et Berluti dans leurs réseaux de distribution, ainsi que ceux des marques de champagne dans leur outil de production, et de Parfums Christian Dior dans de nouveaux comptoirs.

## 7. PARTICIPATIONS MISES EN ÉQUIVALENCE

<i>(en millions d'euros)</i>	2013			2012	2011
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
<b>Part dans l'actif net des participations mises en équivalence au 1<sup>er</sup> janvier</b>	<b>163</b>	-	<b>163</b>	<b>170</b>	<b>223</b>
Part dans le résultat de la période	7	-	7	4	6
Dividendes versés	(15)	-	(15)	(9)	(12)
Effets des variations de périmètre	6	-	6	1	(57)
Effets des variations de change	(13)	-	(13)	(4)	3
Autres, y compris transferts	4	-	4	1	7
<b>Part dans l'actif net des participations mises en équivalence au 31 décembre</b>	<b>152</b>	-	<b>152</b>	<b>163</b>	<b>170</b>

Au 31 décembre 2013, les titres mis en équivalence comprennent principalement :

- une participation de 40 % dans Mongoual SA, société immobilière propriétaire d'un immeuble de bureaux à Paris (France), siège social de la société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA ;
- une participation de 45 % dans PT. Sona Topas Tourism Industry Tbk (STTI), société de distribution indonésienne,

titulaire notamment de licences de ventes en duty-free dans les aéroports ;

- une participation de 46 % dans JW Anderson, marque londonienne de prêt-à-porter, acquise en septembre 2013.

Les effets des variations de périmètre en 2011 provenaient de la mise en équivalence de l'investissement précité dans STTI et de la fin de la mise en équivalence de Ile de Beauté, consolidée par intégration globale depuis juin 2011.

## 8. INVESTISSEMENTS FINANCIERS

<i>(en millions d'euros)</i>	2013			2012	2011
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
<b>Total</b>	<b>7 230</b>	<b>(150)</b>	<b>7 080</b>	<b>6 004</b>	<b>5 982</b>

Les investissements financiers ont évolué de la façon suivante au cours des exercices présentés :

<i>(en millions d'euros)</i>	2013		2012	2011
	Total	Dont Hermès		
<b>Au 1<sup>er</sup> janvier</b>	<b>6 004</b>	<b>5 409</b>	<b>5 982</b>	<b>3 891</b>
Acquisitions	197	133	125	496
Cessions à valeur de vente	(38)	-	(36)	(17)
Variations de valeur de marché	941	895	(38)	1 613
Variation du montant des dépréciations	(5)	-	(4)	(6)
Effets des variations de périmètre	1	-	-	6
Effets des variations de change	(11)	-	(5)	6
Reclassements	(9)	-	(20)	(7)
<b>Au 31 décembre</b>	<b>7 080</b>	<b>6 437</b>	<b>6 004</b>	<b>5 982</b>

Au 31 décembre 2013, les investissements financiers incluent principalement une participation dans Hermès International SCA (« Hermès ») d'un montant brut et net de 6 437 millions d'euros (5 409 millions d'euros au 31 décembre 2012, 5 438 millions d'euros au 31 décembre 2011). Au cours de

l'exercice 2013, la participation dans Hermès a été portée de 22,6 % à 23,1 % par acquisition de titres sur le marché. Compte tenu du statut juridique de Société en Commandite par Actions de la société Hermès, la participation de LVMH n'est pas mise en équivalence.

La participation dans Hermès, de 24,4 millions de titres, représente, sur la base du cours du titre à la Bourse de Paris au 31 décembre 2013, un montant de 6,4 milliards d'euros, pour un prix de revient comptable global de 3,6 milliards d'euros, (2,6 milliards en trésorerie après déduction du gain comptabilisé

en 2010, lors du dénouement d'« *equity linked swaps* » portant sur 12,8 millions de titres).

Le cours de l'action Hermès, retenu pour la valorisation de la participation, s'élève à 263,50 euros au 31 décembre 2013 (226,30 au 31 décembre 2012, 230,35 au 31 décembre 2011).

## 9. AUTRES ACTIFS NON COURANTS

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012 <sup>(a)</sup>	2011 <sup>(a)</sup>
Dépôts de garantie	226	210	185
Instruments dérivés	68	176	143
Créances et prêts	123	115	125
Autres	15	18	25
<b>Total</b>	<b>432</b>	<b>519</b>	<b>478</b>

(a) Les bilans aux 31 décembre 2012 et 2011 ont été retraités des effets de l'application de l'amendement d'IAS 19 Avantages au personnel, rétrospectivement au 1<sup>er</sup> janvier 2011. Voir Note 1.2.

## 10. STOCKS ET EN-COURS

<i>(en millions d'euros)</i>	2013			2012	2011
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Vins et eaux-de-vie en cours de vieillissement	3 749	(18)	3 731	3 478	3 377
Autres matières premières et en-cours	1 485	(319)	1 166	1 062	951
	5 234	(337)	4 897	4 540	4 328
Marchandises	1 287	(117)	1 170	1 171	988
Produits finis	3 129	(610)	2 519	2 369	2 194
	4 416	(727)	3 689	3 540	3 182
<b>Total</b>	<b>9 650</b>	<b>(1 064)</b>	<b>8 586</b>	<b>8 080</b>	<b>7 510</b>

La variation du stock net au cours des exercices présentés provient des éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	2013			2012	2011
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
<b>Au 1<sup>er</sup> janvier</b>	<b>9 057</b>	<b>(977)</b>	<b>8 080</b>	<b>7 510</b>	<b>5 991</b>
Variation du stock brut <sup>(a)</sup>	761	-	761	827	770
Effets de la mise à valeur de marché des vendanges	2	-	2	(26)	14
Variation de la provision pour dépréciation	-	(245)	(245)	(192)	(68)
Effets des variations de périmètre	305	(20)	285	32	694
Effets des variations de change	(328)	29	(299)	(78)	135
Autres, y compris reclassements	(147)	149	2	7	(26)
<b>Au 31 décembre</b>	<b>9 650</b>	<b>(1 064)</b>	<b>8 586</b>	<b>8 080</b>	<b>7 510</b>

(a) Y compris effet des retours, voir Note 1.24.

Les incidences des variations de périmètre de 2013 sont essentiellement liées à l'intégration de Loro Piana.

Les effets des variations de périmètre en 2011 reflétaient essentiellement l'intégration de Bulgari et de Ile de Beauté.

Les effets de la mise à valeur de marché des vendanges sur le coût des ventes et la valeur des stocks des activités Vins et Spiritueux sont les suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
Mise à valeur de marché de la récolte de l'exercice	37	12	50
Effets des sorties de stocks	(35)	(38)	(36)
<b>Incidence nette sur le coût des ventes de la période</b>	<b>2</b>	<b>(26)</b>	<b>14</b>

Voir Notes 1.8 et 1.15 concernant la méthode d'évaluation des vendanges à leur valeur de marché.

## 11. CLIENTS

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
Créances à valeur nominale	2 431	2 227	2 107
Provision pour dépréciation	(67)	(63)	(64)
Provision pour retours et reprise de produits	(175)	(179)	(165)
<b>Montant net</b>	<b>2 189</b>	<b>1 985</b>	<b>1 878</b>

La variation des créances clients au cours des exercices présentés provient des éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	2013			2012	2011
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
<b>Au 1<sup>er</sup> janvier</b>	<b>2 227</b>	<b>(242)</b>	<b>1 985</b>	<b>1 878</b>	<b>1 565</b>
Variation des créances brutes	288	-	288	147	80
Variation de la provision pour dépréciation	-	(5)	(5)	1	4
Variation de la provision pour retours et reprises de produits	-	(1)	(1)	(5)	(14)
Effets des variations de périmètre	61	(1)	60	(2)	183
Effets des variations de change	(146)	7	(139)	(44)	55
Reclassements	1	-	1	10	5
<b>Au 31 décembre</b>	<b>2 431</b>	<b>(242)</b>	<b>2 189</b>	<b>1 985</b>	<b>1 878</b>

Le solde clients est constitué essentiellement d'en-cours sur des clients grossistes ou des agents, en nombre limité et avec lesquels le Groupe entretient des relations le plus souvent continues. Au 31 décembre 2013, la majeure partie des créances client ont

fait l'objet de demandes de couverture de crédit client auprès des assureurs, celles-ci ayant été satisfaites à environ 90 % de leur montant (93 % au 31 décembre 2012).

## 12. AUTRES ACTIFS COURANTS

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
Placements financiers	171	177	145
Instruments dérivés	494	425	147
Créances d'impôts et taxes, hors impôt sur les résultats	358	393	468
Fournisseurs : avances et acomptes	173	195	163
Charges constatées d'avance	285	284	249
Autres créances	370	337	283
<b>Total</b>	<b>1 851</b>	<b>1 811</b>	<b>1 455</b>

Voir également Note 13 Placements financiers et Note 22 Instruments financiers et gestion des risques de marché.

## 13. PLACEMENTS FINANCIERS

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
Valeurs mobilières de placement non cotées, parts de SICAV et de fonds non monétaires	12	13	14
Valeurs mobilières de placement cotées	159	164	131
<b>Total</b>	<b>171</b>	<b>177</b>	<b>145</b>
<i>dont : coût historique des placements financiers</i>	<i>136</i>	<i>161</i>	<i>140</i>

La valeur nette des placements financiers a évolué de la façon suivante au cours des exercices présentés :

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
<b>Au 1<sup>er</sup> janvier</b>	<b>177</b>	<b>145</b>	<b>219</b>
Acquisitions	-	-	256
Cessions à valeur de vente	(27)	(4)	(285)
Variations de valeur de marché	22	11	21
Variation du montant des dépréciations	-	-	(1)
Effets des variations de périmètre <sup>(a)</sup>	-	-	(72)
Effets des variations de change	(1)	-	-
Reclassements	-	25	7
<b>Au 31 décembre</b>	<b>171</b>	<b>177</b>	<b>145</b>

(a) Effets liés à l'acquisition de Bulgari.

Voir également Note 1.14 pour le mode de détermination des dépréciations des placements financiers.

## 14. TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
Dépôts à terme à moins de trois mois	810	480	421
Parts de SICAV et FCP monétaires	532	112	216
Comptes bancaires	1 879	1 604	1 666
<b>Trésorerie et équivalents de trésorerie au bilan</b>	<b>3 221</b>	<b>2 196</b>	<b>2 303</b>

Le rapprochement entre le montant de la trésorerie et équivalents de trésorerie apparaissant au bilan et le montant de la trésorerie nette figurant dans le tableau de variation de trésorerie s'établit de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
Trésorerie et équivalents de trésorerie	3 221	2 196	2 303
Découverts bancaires	(310)	(208)	(222)
<b>Trésorerie nette du tableau de variation de trésorerie</b>	<b>2 911</b>	<b>1 988</b>	<b>2 081</b>

## 14.1. Variation du besoin en fonds de roulement

La variation du besoin en fonds de roulement au cours des exercices présentés s'analyse de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	Notes	2013	2012	2011
Variation des stocks et en-cours	10	(765)	(829)	(768)
Variation des créances clients et comptes rattachés	11	(288)	(147)	(65)
Variation des dettes fournisseurs et comptes rattachés		205	173	331
Variation des autres créances et dettes		231	(10)	(32)
<b>Variation du besoin en fonds de roulement<sup>(a)</sup></b>		<b>(617)</b>	<b>(813)</b>	<b>(534)</b>

(a) Augmentation/(Diminution) de la trésorerie.

## 14.2. Investissements d'exploitation

Les investissements d'exploitation au cours des exercices présentés sont constitués des éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	Notes	2013	2012	2011
Acquisitions d'immobilisations incorporelles	3	(253)	(238)	(244)
Acquisitions d'immobilisations corporelles	6	(1 587)	(1 613)	(1 624)
Variation des dettes envers les fournisseurs d'immobilisations		108	141	119
<b>Effet sur la trésorerie des acquisitions d'immobilisations<sup>(a)</sup></b>		<b>(1 732)</b>	<b>(1 710)</b>	<b>(1 749)</b>
<b>Effet sur la trésorerie des cessions d'immobilisations<sup>(a)</sup></b>		<b>98</b>	<b>44</b>	<b>31</b>
Dépôts de garantie versés et autres flux d'investissement d'exploitation		(29)	(36)	(12)
<b>Investissements d'exploitation</b>		<b>(1 663)</b>	<b>(1 702)</b>	<b>(1 730)</b>

(a) Augmentation/(Diminution) de la trésorerie.

# 15. CAPITAUX PROPRES

## 15.1. Capital social et primes

Au 31 décembre 2013, le capital social, entièrement libéré, est constitué de 507 793 661 actions (508 163 349 au 31 décembre 2012, 507 815 624 au 31 décembre 2011), au nominal de 0,30 euro ; 224 907 923 actions bénéficient d'un

droit de vote double, accordé aux actions détenues sous forme nominative depuis plus de trois ans (224 699 349 au 31 décembre 2012, 224 575 071 au 31 décembre 2011).

Les variations du capital social et des primes, en nombre d'actions et en valeur, s'analysent de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2013			2012	2011
	Nombre	Montant		Montant	Montant
		Capital	Primes		
<b>Au 1<sup>er</sup> janvier</b>	<b>508 163 349</b>	<b>152</b>	<b>3 848</b>	<b>4 000</b>	<b>3 953</b>
Augmentation de capital résultant des apports de titres Bulgari	-	-	-	-	2 037
Exercices d'options de souscription d'actions	1 025 418	-	67	67	94
Annulations d'actions	(1 395 106)	-	(66)	(66)	(107)
<b>Au 31 décembre</b>	<b>507 793 661</b>	<b>152</b>	<b>3 849</b>	<b>4 001</b>	<b>3 953</b>

## 15.2. Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH

Le portefeuille d'actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH, ainsi que leur affectation, s'analyse de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2013		2012	2011
	Nombre	Montant	Montant	Montant
Plans d'options de souscription	4 301 285	203	270	319
Plans d'options d'achat	-	-	7	22
Plans d'attribution d'actions gratuites	1 484 118	101	75	64
Autres plans	816 950	39	49	64
<b>Couverture des plans d'options et assimilés<sup>(a)</sup></b>	<b>6 602 353</b>	<b>343</b>	<b>401</b>	<b>469</b>
Contrat de liquidité	100 000	13	13	13
Actions destinées à être annulées	689 566	95	-	-
<b>Actions LVMH</b>	<b>7 391 919</b>	<b>451</b>	<b>414</b>	<b>482</b>
Calls sur actions LVMH	-	-	-	3
<b>Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH</b>	<b>7 391 919</b>	<b>451</b>	<b>414</b>	<b>485</b>

(a) Voir Note 16 concernant les plans d'options et assimilés.

Les « Autres plans » correspondent aux plans futurs.

Au 31 décembre 2013, la valeur boursière des actions LVMH détenues dans le cadre du contrat de liquidité est de 13 millions d'euros.

Au cours de l'exercice 2013, les mouvements sur le portefeuille d'actions LVMH ont été les suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	Nombre	Montant	Effet sur la trésorerie
<b>Au 31 décembre 2012</b>	<b>8 167 519</b>	<b>414</b>	
Achats d'actions	2 848 311	386	(386)
Exercice d'options d'achat	(19 620)	(2)	1
Attribution définitive d'actions gratuites	(193 440)	(10)	-
Annulation d'actions	(1 395 106)	(66)	-
Cessions à valeur de vente	(2 015 745)	(272)	272
Plus value/(moins value) de cession		1	-
<b>Au 31 décembre 2013</b>	<b>7 391 919</b>	<b>451</b>	<b>(113)</b>

## 15.3. Dividendes versés par la société mère LVMH SA

Selon la réglementation française, les dividendes sont prélevés sur le résultat de l'exercice et les réserves distribuables de la société mère, après déduction de l'impôt de distribution éventuellement dû et de la valeur des actions auto-détenues.

Au 31 décembre 2013, le montant distribuable s'élève ainsi à 10 272 millions d'euros ; il est de 9 308 millions d'euros après prise en compte de la proposition de distribution de dividendes pour l'exercice 2013.

<i>(en millions d'euros, sauf données par action, en euros)</i>	2013	2012	2011
Acompte au titre de l'exercice en cours (2013 : 1,20 euro ; 2012 : 1,10 euro ; 2011 : 0,80 euro)	609	559	406
Effet des actions auto-détenues	(9)	(9)	(8)
	<b>600</b>	<b>550</b>	<b>398</b>
Solde au titre de l'exercice précédent (2012 et 2011 : 1,80 euro)	914	914	685
Effet des actions auto-détenues	(14)	(16)	(14)
	<b>900</b>	<b>898</b>	<b>671</b>
<b>Montant brut total versé au cours de l'exercice<sup>(a)</sup></b>	<b>1 500</b>	<b>1 448</b>	<b>1 069</b>

(a) Avant effets de la réglementation fiscale applicable au bénéficiaire.

Le solde du dividende pour l'exercice 2013, proposé à l'Assemblée générale des actionnaires du 10 avril 2014, est de 1,90 euro par action, soit un montant total de 965 millions d'euros avant

déduction du montant correspondant aux actions auto-détenues à la date du décaissement.

## 15.4. Écarts de conversion

La variation du montant des écarts de conversion inscrits dans les capitaux propres part du Groupe, y compris les effets de couverture des actifs nets en devises, s'analysent par devise de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	Variation	2012	2011
Dollar US	(203)	(104)	(99)	(57)
Franc suisse	406	(40)	446	424
Yen japonais	52	(68)	120	212
Hong Kong dollar	(15)	(75)	60	88
Livre sterling	(52)	(12)	(40)	(56)
Autres devises	(67)	(132)	65	64
Couvertures d'actifs nets en devises	(129)	81	(210)	(244)
<b>Total, part du Groupe</b>	<b>(8)</b>	<b>(350)</b>	<b>342</b>	<b>431</b>

## 16. PLANS D'OPTIONS ET ASSIMILÉS

### Plans d'options d'achat et plans d'options de souscription

L'Assemblée générale du 5 avril 2012 a renouvelé l'autorisation accordée au Conseil d'administration, pour une période de trente-huit mois expirant en juin 2015, de consentir, en une ou plusieurs fois, au bénéfice des membres du personnel ou dirigeants des sociétés du Groupe, des options de souscription ou d'achat d'actions dans la limite de 3 % du capital de la Société.

Chaque plan a une durée de dix ans et les options sont exerçables après un délai de trois ans pour les plans émis antérieurement à 2004, ou quatre ans, pour les plans émis à partir de 2004.

Pour l'ensemble des plans, la parité est d'une action pour une option attribuée.

### Plans d'attribution d'actions gratuites

L'Assemblée générale du 18 avril 2013 a renouvelé l'autorisation accordée au Conseil d'administration, pour une période de vingt-six mois expirant en juin 2015, de procéder, en une ou plusieurs fois, au bénéfice des membres du personnel ou des dirigeants des sociétés du Groupe, à des attributions d'actions gratuites existantes ou à émettre dans la limite de 1 % du capital de la Société au jour de cette autorisation.

L'attribution des actions gratuites aux bénéficiaires ayant leur résidence fiscale en France devient définitive au terme d'une période d'acquisition de deux ans (trois ans pour les attributions au titre des plans ouverts à partir de 2011), au-delà de laquelle les bénéficiaires doivent conserver les actions attribuées pendant une durée complémentaire de deux ans.

Les actions gratuites attribuées aux bénéficiaires ayant leur résidence fiscale hors de France sont définitivement attribuées et librement cessibles à l'issue d'un délai de quatre ans.

### Plans de rémunérations liées au cours de l'action LVMH et dénoués en numéraire

En substitution des plans d'options ou d'attribution d'actions gratuites, le Groupe a mis en place des plans équivalents à des plans d'options d'achat ou à des plans d'attribution d'actions gratuites en termes de gains pour le bénéficiaire, mais dénouables en numéraire et non en titres. La durée d'acquisition des droits est de quatre ans.

### Conditions de performance

Depuis 2009, certains plans d'options de souscription d'actions ou d'attribution d'actions gratuites sont assortis, dans des proportions déterminées en fonction du niveau hiérarchique et du statut du bénéficiaire, de conditions de performance, dont la réalisation est nécessaire à l'obtention définitive du bénéfice de ces plans. Les actions de performance ne sont attribuées définitivement que si les comptes consolidés de LVMH pour l'exercice au cours duquel le plan est mis en place (exercice « N ») et l'exercice N+1 affichent une variation positive par rapport à l'exercice N-1 de l'un ou l'autre des indicateurs suivants : résultat opérationnel courant, trésorerie issue des opérations et investissements d'exploitation, taux de marge opérationnelle courante du Groupe.

## 16.1. Plans d'options d'achat

Le nombre d'options d'achat non exercées et les prix d'exercice moyens pondérés ont évolué de la façon suivante au cours des exercices présentés :

	2013		2012		2011	
	Nombre	Prix d'exercice moyen pondéré <i>(en euros)</i>	Nombre	Prix d'exercice moyen pondéré <i>(en euros)</i>	Nombre	Prix d'exercice moyen pondéré <i>(en euros)</i>
Options d'achat restant à exercer au 1 <sup>er</sup> janvier	105 320	37,39	385 070	39,90	915 482	47,15
Options devenues caduques	(85 700)	37,46	(143 650)	42,26	(311 550)	56,04
Options exercées	(19 620)	37,04	(136 100)	39,35	(218 862)	47,30
<b>Options d'achat restant à exercer au 31 décembre</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>105 320</b>	<b>37,39</b>	<b>385 070</b>	<b>39,90</b>

## 16.2. Plans d'options de souscription

Le nombre d'options de souscription non exercées et les prix d'exercice moyens pondérés ont évolué comme décrit ci-dessous au cours des exercices présentés :

	2013		2012		2011	
	Nombre	Prix d'exercice moyen pondéré <i>(en euros)</i>	Nombre	Prix d'exercice moyen pondéré <i>(en euros)</i>	Nombre	Prix d'exercice moyen pondéré <i>(en euros)</i>
Options de souscription restant à exercer au 1 <sup>er</sup> janvier	5 229 396	68,86	6 603 917	69,07	8 084 215	68,79
Options devenues caduques	(26 489)	63,56	(29 546)	65,36	(84 463)	71,23
Options exercées	(1 025 418)	64,52	(1 344 975)	69,96	(1 395 835)	67,31
<b>Options de souscription restant à exercer au 31 décembre</b>	<b>4 177 489</b>	<b>69,97</b>	<b>5 229 396</b>	<b>68,86</b>	<b>6 603 917</b>	<b>69,07</b>

## 16.3. Plans d'attribution d'actions gratuites

Le nombre d'attributions provisoires a évolué comme suit au cours de l'exercice :

<i>(en nombre d'actions)</i>	2013	2012	2011
Attributions provisoires au 1 <sup>er</sup> janvier	1 273 136	1 160 441	770 611
Attributions provisoires de la période <sup>[a]</sup>	436 434	462 439	557 052
Attributions devenues définitives	(193 440)	(313 809)	(143 979)
Attributions devenues caduques	(32 012)	(35 935)	(23 243)
<b>Attributions provisoires au 31 décembre</b>	<b>1 484 118</b>	<b>1 273 136</b>	<b>1 160 441</b>

[a] Dont 403 634 actions de performance.

Les attributions devenues définitives proviennent d'actions antérieurement détenues.

## 16.4. Plans de rémunérations liées au cours de l'action LVMH et dénoués en numéraire

Les plans restant ouverts au 31 décembre, par nature et en nombre équivalent d'actions, ainsi que la provision inscrite au bilan au titre de ces plans, s'analysent de la façon suivante :

	2013	2012	2011
<b>Nature du plan de référence</b> <i>(en nombre équivalent d'actions)</i> :			
Plans d'options d'achat	6 800	8 050	20 050
Plans d'actions gratuites	-	-	50 364
<b>Provision au 31 décembre</b> <i>(en millions d'euros)</i>	-	-	6

## 16.5. Charge de l'exercice

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
Plans d'options de souscription, d'achat et d'attribution d'actions gratuites	34	53	52
Plans de rémunérations liées au cours de l'action LVMH dénoués en numéraire	-	1	1
<b>Charge de l'exercice</b>	<b>34</b>	<b>54</b>	<b>53</b>

Voir Note 1.26 concernant la méthode d'évaluation de la charge comptable.

Le cours de bourse de l'action LVMH la veille de la date d'attribution des plans était de 138,9 euros pour le plan du 31 janvier 2013, 130,4 euros pour le plan du 25 juillet 2013, et 139,7 euros pour le plan du 24 octobre 2013.

La valeur unitaire des attributions provisoires d'actions gratuites en 2013 est de 119,3 euros pour les bénéficiaires ayant leur résidence fiscale en France et de 115,9 euros pour les bénéficiaires ayant leur résidence fiscale hors de France.

Les conditions de performance, satisfaites pour les plans octroyés avant 2013, ont été considérées comme satisfaites pour les plans octroyés en 2013 pour la détermination de la charge de l'exercice 2013.

## 17. INTÉRÊTS MINORITAIRES

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012 <sup>(a)</sup>	2011 <sup>(a)</sup>
<b>Au 1<sup>er</sup> janvier</b>	<b>1 084</b>	<b>1 055</b>	<b>1 004</b>
Part des minoritaires dans le résultat	511	485	400
Dividendes versés aux minoritaires	(228)	(317)	(187)
Effets des prises et pertes de contrôle dans les entités consolidées			
- consolidation de Loro Piana	51	-	-
- consolidation de Bulgari	-	-	772
- consolidation de Heng Long	-	-	18
- autres mouvements	(1)	(11)	2
Effets des acquisitions et cessions de titres de minoritaires			
- acquisition de titres de minoritaires de Château d'Yquem	(51)	-	-
- acquisition de titres de minoritaires de Bulgari	-	-	(771)
- autres mouvements	(25)	(26)	(14)
Total des effets des variations de pourcentage d'intérêt dans les entités consolidées	(26)	(37)	7
Augmentations de capital souscrites par les minoritaires	8	8	4
Part des minoritaires dans les gains et pertes enregistrés en capitaux propres	21	(15)	29
Part des minoritaires dans les charges liées aux plans d'options	3	3	3
Effets des variations des intérêts minoritaires bénéficiant d'engagements d'achat	(345)	(98)	(205)
<b>Au 31 décembre</b>	<b>1 028</b>	<b>1 084</b>	<b>1 055</b>

(a) Les bilans aux 31 décembre 2012 et 2011 ont été retraités des effets de l'application de l'amendement d'IAS 19 Avantages au personnel, rétrospectivement au 1<sup>er</sup> janvier 2011. Voir Note 1.2.

L'évolution de la part des intérêts minoritaires dans les gains et pertes enregistrés en capitaux propres se décompose ainsi :

(en millions d'euros)	Écarts de conversion	Couverture de flux de trésorerie futurs en devises	Terres à vignes	Écarts de réévaluation des avantages au personnel <sup>(a)</sup>	Total part des minoritaires
Au 31 décembre 2010	(43)	5	146	-	108
Variations de l'exercice	36	(6)	3	(4)	29
Au 31 décembre 2011	(7)	(1)	149	(4)	137
Variations de l'exercice	(28)	12	13	(12)	(15)
Au 31 décembre 2012	(35)	11	162	(16)	122
Variations de l'exercice	(44)	4	54	7	21
Au 31 décembre 2013	(79)	15	216	(9)	143

(a) Les bilans aux 31 décembre 2012 et 2011 ont été retraités des effets de l'application de l'amendement d'IAS 19 Avantages au personnel, rétrospectivement au 1<sup>er</sup> janvier 2011. Voir Note 1.2.

## 18. EMPRUNTS ET DETTES FINANCIÈRES

### 18.1. Dette financière nette

(en millions d'euros)	2013	2012	2011
Emprunts obligataires et Euro Medium Term Notes (EMTN)	3 866	3 337	3 390
Emprunts bancaires et crédit bail	293	499	742
<b>Dette financière à plus d'un an</b>	<b>4 159</b>	<b>3 836</b>	<b>4 132</b>
Emprunts obligataires et Euro Medium Term Notes (EMTN)	1 013	696	759
Billets de trésorerie	2 348	1 212	1 603
Découverts bancaires	310	208	222
Autres dettes financières à moins d'un an	1 017	860	550
<b>Dette financière à moins d'un an</b>	<b>4 688</b>	<b>2 976</b>	<b>3 134</b>
<b>Dette financière brute</b>	<b>8 847</b>	<b>6 812</b>	<b>7 266</b>
Instruments dérivés liés au risque de taux d'intérêt	(117)	(178)	(159)
Autres dérivés	-	-	1
<b>Dette financière brute après effet des instruments dérivés</b>	<b>8 730</b>	<b>6 634</b>	<b>7 108</b>
Placements financiers	(171)	(177)	(145)
Trésorerie et équivalents de trésorerie	(3 221)	(2 196)	(2 303)
<b>Dette financière nette</b>	<b>5 338</b>	<b>4 261</b>	<b>4 660</b>

La dette financière nette n'inclut pas les engagements d'achat de titres de minoritaires, classés en « Autres passifs non courants » (voir Note 20).

LVMH a procédé en 2013, dans le cadre de son programme EMTN, à deux émissions obligataires de 500 millions d'euros chacune ainsi qu'à une émission de 600 millions d'euros. Ces émissions sont remboursables in fine au pair en novembre 2019, septembre 2016 et novembre 2020 respectivement. L'emprunt d'échéance 2019 a été émis à 99,473 % du nominal et porte intérêt au taux de 1,25 %; il a fait l'objet de *swaps* à l'émission,

le convertissant pour 50 % de son nominal en un financement à taux variable. L'emprunt remboursable en 2016 porte intérêt à taux variable. Enfin, le dernier emprunt, d'échéance 2020, a quant à lui été émis à 99,399 % du nominal. Il porte intérêt au taux de 1,75 % et n'a fait l'objet d'aucun *swap* de couverture.

En outre, au cours de l'année, l'emprunt obligataire de 300 millions de francs suisses émis en 2007 a été remboursé ainsi qu'une partie de la dette au titre des placements privés en devises (20 milliards de yens japonais et 350 millions de dollar US).

## 18.2. Analyse de la dette financière brute par échéance et par nature de taux

<i>(en millions d'euros)</i>	Dette financière brute			Effets des instruments dérivés			Dette financière brute après effets des instruments dérivés		
	Taux fixe	Taux variable	Total	Taux fixe	Taux variable	Total	Taux fixe	Taux variable	Total
Échéance : 2014	4 128	560	4 688	(1 000)	961	(39)	3 128	1 521	4 649
2015	1 000	63	1 063	(703)	655	(48)	297	718	1 015
2016	35	579	614	-	(6)	(6)	35	573	608
2017	787	-	787	(766)	743	(23)	21	743	764
2018	523	-	523	-	(5)	(5)	523	(5)	518
2019	494	-	494	(250)	254	4	244	254	498
Au-delà	677	1	678	-	-	-	677	1	678
<b>Total</b>	<b>7 644</b>	<b>1 203</b>	<b>8 847</b>	<b>(2 719)</b>	<b>2 602</b>	<b>(117)</b>	<b>4 925</b>	<b>3 805</b>	<b>8 730</b>

Voir Note 22.4 pour la valeur de marché des instruments de taux d'intérêt.

L'échéance 2014 de la dette financière brute se décompose ainsi, par trimestre :

<i>(en millions d'euros)</i>	Échéance 2014
Premier trimestre	3 204
Deuxième trimestre	1 260
Troisième trimestre	158
Quatrième trimestre	66
<b>Total</b>	<b>4 688</b>

## 18.3. Analyse de la dette financière brute par devise après effet des instruments dérivés

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
Euro	6 912	4 753	5 349
Dollar US	107	174	253
Franc suisse	981	992	991
Yen japonais	221	266	274
Autres devises	509	449	241
<b>Total</b>	<b>8 730</b>	<b>6 634</b>	<b>7 108</b>

La dette en devises a pour objet le plus souvent de couvrir les actifs nets en devises de sociétés consolidées situées hors zone Euro.

## 19. PROVISIONS

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012 <sup>[a]</sup>	2011 <sup>[a]</sup>
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés	455	519	413
Provisions pour risques et charges	1 279	1 219	1 096
Provisions pour réorganisation	21	18	21
<b>Part à plus d'un an</b>	<b>1 755</b>	<b>1 756</b>	<b>1 530</b>
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés	3	13	11
Provisions pour risques et charges	289	282	294
Provisions pour réorganisation	30	40	44
<b>Part à moins d'un an</b>	<b>322</b>	<b>335</b>	<b>349</b>
<b>Total</b>	<b>2 077</b>	<b>2 091</b>	<b>1 879</b>

[a] Les bilans aux 31 décembre 2012 et 2011 ont été retraités des effets de l'application de l'amendement d'IAS 19 Avantages au personnel, rétrospectivement au 1<sup>er</sup> janvier 2011. Voir Note 1.2.

Au cours de l'exercice 2013, les soldes des provisions ont évolué de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	31 déc. 2012 <sup>[a]</sup>	Dotations	Utilisations	Reprises	Variations de périmètre	Autres (dont effets des variations de change)	31 déc. 2013
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés	532	91	(83)	(4)	15	(93)	458
Provisions pour risques et charges	1 501	307	(88)	(126)	(6)	(20)	1 568
Provisions pour réorganisation	58	21	(24)	(6)	2	-	51
<b>Total</b>	<b>2 091</b>	<b>419</b>	<b>(195)</b>	<b>(136)</b>	<b>11</b>	<b>(113)</b>	<b>2 077</b>
<i>dont : résultat opérationnel courant</i>		221	(163)	(42)			
<i>résultat financier</i>		-	-	-			
<i>autres</i>		198	(33)	(94)			

[a] Le bilan au 31 décembre 2012 a été retraité des effets de l'application de l'amendement d'IAS 19 Avantages au personnel, rétrospectivement au 1<sup>er</sup> janvier 2011. Voir Note 1.2.

Les provisions pour risques et charges correspondent à l'estimation des effets patrimoniaux des risques, litiges, situations contentieuses réalisés ou probables, qui résultent des activités du Groupe : ces activités sont en effet menées dans le contexte d'un cadre réglementaire international souvent imprécis, évoluant selon les pays et dans le temps, et s'appliquant à des domaines aussi variés que la composition des produits ou le calcul de l'impôt.

En particulier, les entités du Groupe en France et à l'étranger peuvent faire l'objet de contrôles fiscaux et, le cas échéant, de demandes de rectification de la part des administrations locales. Ces demandes de rectifications, ainsi que les positions fiscales incertaines identifiées non encore redressées, font l'objet de provisions appropriées dont le montant est revu régulièrement conformément aux critères de la norme IAS 37 Provisions.

## 20. AUTRES PASSIFS NON COURANTS

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
Engagements d'achat de titres de minoritaires	6 035	5 022	4 195
Instruments dérivés (voir Note 22)	51	41	4
Participation du personnel aux résultats <sup>[a]</sup>	85	93	88
Autres dettes	232	300	219
<b>Total</b>	<b>6 403</b>	<b>5 456</b>	<b>4 506</b>

[a] Sociétés françaises uniquement, en application des dispositions légales.

Aux 31 décembre 2013, 2012 et 2011, les engagements d'achat de titres de minoritaires sont constitués, à titre principal, de l'engagement de LVMH vis-à-vis de Diageo plc pour la reprise de sa participation de 34 % dans Moët Hennessy, avec un préavis de six mois, pour un montant égal à 80 % de la juste valeur de Moët Hennessy à la date d'exercice de la promesse. Dans le calcul de l'engagement, la juste valeur a été déterminée par référence à des multiples boursiers de sociétés comparables, appliqués aux données opérationnelles consolidées de Moët Hennessy.

Moët Hennessy SNC et Moët Hennessy International SAS (« Moët Hennessy ») détiennent les participations Vins et Spiritueux du groupe LVMH à l'exception des participations dans Château d'Yquem et Château Cheval Blanc et à l'exception de certains vignobles champenois.

Les engagements d'achat de titres de minoritaires incluent en outre l'engagement relatif aux minoritaires de Loro Piana (20 %, voir Note 2), Ile de Beauté (35 %), de Heng Long (35 %) ainsi que de filiales de distribution dans différents pays, principalement au Moyen-Orient. Les minoritaires de Benefit ont exercé leur option de vente en 2012.

## 21. AUTRES PASSIFS COURANTS

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
Instruments dérivés (voir Note 22)	76	20	265
Personnel et organismes sociaux	1 010	924	855
Participation du personnel aux résultats <sup>(a)</sup>	84	95	86
État et collectivités locales : impôts et taxes, hors impôt sur les résultats	405	361	385
Clients : avances et acomptes versés	165	139	180
Différé de règlement d'immobilisations corporelles ou financières	406	367	282
Produits constatés d'avance	151	116	111
Autres dettes	703	573	552
<b>Total</b>	<b>3 000</b>	<b>2 595</b>	<b>2 716</b>

(a) Sociétés françaises uniquement, en application des dispositions légales.

## 22. INSTRUMENTS FINANCIERS ET GESTION DES RISQUES DE MARCHÉ

### 22.1. Organisation de la gestion des risques de change, de taux et des marchés actions

Les instruments financiers utilisés par le Groupe ont principalement pour objet la couverture des risques liés à son activité et à son patrimoine.

La gestion des risques de change, de taux et les transactions sur actions et instruments financiers sont effectuées de façon centralisée.

Le Groupe a mis en place une politique, des règles et des procédures strictes pour gérer, mesurer et contrôler ces risques de marché.

L'organisation de ces activités repose sur la séparation des fonctions de mesure des risques, de mise en œuvre des opérations (front-office), de gestion administrative (back-office) et de contrôle financier.

Cette organisation s'appuie sur un système d'information intégré qui permet un contrôle rapide des opérations.

Le dispositif de couverture est présenté au Comité d'audit. Les décisions de couverture sont prises selon un processus établi qui comprend des présentations régulières au Comité exécutif du Groupe et font l'objet d'une documentation détaillée.

Les contreparties sont retenues notamment en fonction de leur notation et selon une approche de diversification des risques.

## 22.2. Synthèse des instruments dérivés

Les instruments dérivés sont comptabilisés au bilan dans les rubriques et pour les montants suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>		Notes	2013	2012	2011
<b>Risque de taux d'intérêt</b>	Actifs : non courants		67	131	113
	courants		68	56	57
	Passifs : non courants		(9)	(1)	(1)
	courants		(9)	(8)	(10)
		22.3	<b>117</b>	<b>178</b>	<b>159</b>
<b>Risque de change</b>	Actifs : non courants		1	17	2
	courants		389	369	83
	Passifs : non courants		(42)	(40)	(3)
	courants		(60)	(9)	(255)
		22.4	<b>288</b>	<b>337</b>	<b>(173)</b>
<b>Autres risques</b>	Actifs : non courants		-	28	28
	courants		37	-	7
	Passifs : non courants		-	-	-
	courants		(7)	(3)	-
			<b>30</b>	<b>25</b>	<b>35</b>
<b>Total</b>	Actifs : non courants	9	68	176	143
	courants	12	494	425	147
	Passifs : non courants	20	(51)	(41)	(4)
	courants	21	(76)	(20)	(265)
			<b>435</b>	<b>540</b>	<b>21</b>

## 22.3. Instruments dérivés liés à la gestion du risque de taux d'intérêt

L'objectif de la politique de gestion menée est d'adapter le profil de la dette au profil des actifs, de contenir les frais financiers, et de prémunir le résultat contre une variation sensible des taux d'intérêt.

Dans ce cadre, le Groupe utilise des instruments dérivés de taux à nature ferme (*swaps*) ou conditionnelle (options).

Les instruments dérivés liés à la gestion du risque de taux en vie au 31 décembre 2013 sont les suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	Montants nominaux par échéance				Valeur de marché <sup>(a)</sup> / <sub>(b)</sub>		
	À 1 an	De 1 à 5 ans	Au-delà	Total	Couverture de juste valeur	Non affectés	Total
Swaps de taux en euros :							
- payeur de taux variable	1 000	1 516	250	2 766	111	-	111
- taux variable/taux variable	152	-	-	152	-	-	-
Swaps de devises	-	1 644	-	1 644	4	2	6
Autres dérivés de taux	-	500	-	500	-	-	-
<b>Total</b>					<b>115</b>	<b>2</b>	<b>117</b>

(a) Gain/(Perte).

(b) Voir Note 1.8 concernant les modalités d'évaluation à la valeur de marché.

## 22.4. Instruments dérivés liés à la gestion du risque de change

Une part importante des ventes faites par les sociétés du Groupe, à leurs clients ou à leurs propres filiales de distribution, ainsi que certains de leurs achats, sont effectués en devises différentes de leur monnaie fonctionnelle ; ces flux en devises sont constitués principalement de flux intra-Groupe. Les instruments de couverture utilisés ont pour objet de réduire les risques de change issus des variations de parité de ces devises par rapport à la monnaie fonctionnelle des sociétés exportatrices ou importatrices, et sont affectés soit aux créances ou dettes commerciales de l'exercice (couverture de juste valeur), soit aux transactions prévisionnelles des exercices suivants (couverture des flux de trésorerie futurs).

Les flux futurs de devises font l'objet de prévisions détaillées dans le cadre du processus budgétaire, et sont couverts progressivement, dans la limite d'un horizon qui n'excède un an que dans les cas où les probabilités de réalisation le justifient. Dans ce cadre, et selon les évolutions de marché, les risques de change identifiés sont couverts par des contrats à terme ou des instruments de nature optionnelle.

En outre, le Groupe peut couvrir les situations nettes de ses filiales situées hors zone Euro, par des instruments appropriés ayant pour objet de limiter l'effet sur ses capitaux propres consolidés des variations de parité des devises concernées contre l'euro.

Les instruments dérivés liés à la gestion du risque de change en vie au 31 décembre 2013 sont les suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	Montants nominaux par exercice d'affectation				Valeur de marché <sup>(a)(b)</sup>				
	2013	2014	Au-delà	Total	Couverture de juste valeur	Couverture de flux de trésorerie futurs	Couverture d'actifs nets en devises	Non affectés	Total
<b>Options achetées</b>									
Put USD	62	207	-	269	1	10	-	(1)	10
Put JPY	2	10	-	12	-	1	-	-	1
Put GBP	-	8	-	8	-	-	-	-	-
	<b>64</b>	<b>225</b>	<b>-</b>	<b>289</b>	<b>1</b>	<b>11</b>	<b>-</b>	<b>(1)</b>	<b>11</b>
<b>Tunnels</b>									
Vendeur USD	273	3 010	-	3 283	17	162	-	5	184
Vendeur JPY	5	402	-	407	-	47	-	-	47
Vendeur autres	7	106	-	113	-	1	-	-	1
	<b>285</b>	<b>3 518</b>	<b>-</b>	<b>3 803</b>	<b>17</b>	<b>210</b>	<b>-</b>	<b>5</b>	<b>232</b>
<b>Contrats à terme<sup>(c)</sup></b>									
USD	156	(64)	-	92	1	(1)	-	-	-
JPY	62	116	-	178	-	38	-	-	38
GBP	16	16	-	32	-	-	-	-	-
Autres	81	(218)	-	(137)	1	1	-	1	3
	<b>315</b>	<b>(150)</b>	<b>-</b>	<b>165</b>	<b>2</b>	<b>38</b>	<b>-</b>	<b>1</b>	<b>41</b>
<b>Swaps cambistes<sup>(c)</sup></b>									
USD	2 884	32	-	2 916	2	-	10	(37)	(25)
CHF	254	(18)	-	236	-	-	(1)	(2)	(3)
GBP	171	2	-	173	-	-	-	1	1
JPY	352	-	-	352	4	-	1	10	15
Autres	417	(43)	-	374	-	-	17	(1)	16
	<b>4 078</b>	<b>(27)</b>	<b>-</b>	<b>4 051</b>	<b>6</b>	<b>-</b>	<b>27</b>	<b>(29)</b>	<b>4</b>
<b>Total</b>					<b>26</b>	<b>259</b>	<b>27</b>	<b>(24)</b>	<b>288</b>

(a) Gain/(Perte).

(b) Voir Note 1.8 concernant les modalités d'évaluation à la valeur de marché.

(c) Vente/(Achat).

## 22.5. Instruments financiers liés à la gestion des autres risques

La politique d'investissement et de placement du Groupe s'inscrit dans la durée. Occasionnellement, le Groupe peut investir dans des instruments financiers à composante action ayant pour objectif de dynamiser la gestion de son portefeuille de placements.

Le Groupe est exposé aux risques de variation de cours des actions soit directement, en raison de la détention de participations ou de placements financiers, soit indirectement du fait de la détention de fonds eux-mêmes investis partiellement en actions.

Le Groupe peut utiliser des instruments dérivés sur actions ayant pour objet de construire synthétiquement une exposition économique à des actifs particuliers, ou de couvrir les plans de rémunérations liés au cours de l'action LVMH. La valeur comptable retenue pour ces instruments, qui ne font pas l'objet d'une cotation, correspond à l'estimation, fournie par la contrepartie, de la valorisation à la date de clôture. La valorisation des instruments tient ainsi compte de paramètres de marché tels les taux d'intérêt et le cours de bourse. Au 31 décembre 2013, les instruments dérivés liés à la gestion du risque actions ayant un impact sur le résultat net du Groupe ont une valeur de marché positive de 37 millions d'euros. D'un montant nominal de 20 millions d'euros, ces instruments financiers auraient, en cas

de variation uniforme de 1 % des cours de leurs sous-jacents au 31 décembre 2013, un effet net sur le résultat du Groupe inférieur à 0,4 million d'euros. Ces instruments sont à échéance 2014, principalement.

Le Groupe, essentiellement à travers son activité Montres et Joaillerie, peut être exposé à la variation du prix de certains métaux précieux, notamment l'or. Dans certains cas, afin de sécuriser le coût de production, des couvertures peuvent être mises en place. Soit en négociant le prix de livraisons prévisionnelles d'alliages avec des affineurs, ou le prix de produits semi-finis avec des producteurs. Soit en direct par l'achat de couvertures auprès de banques de première catégorie. Dans ce dernier cas, ces couvertures consistent à acheter de l'or auprès de banques ou à contracter des instruments fermes ou optionnels avec livraison physique de l'or. Les instruments dérivés liés à la couverture du prix des métaux précieux en vie au 31 décembre 2013 ont une valeur de marché négative de 7 millions d'euros. D'un montant nominal de 37 millions d'euros, ces instruments financiers auraient, en cas de variation uniforme de 1 % des cours de leurs sous-jacents au 31 décembre 2013, un effet net sur les réserves consolidées du Groupe inférieur à 0,5 million d'euros. Ces instruments sont à échéance 2014.

## 23. INFORMATION SECTORIELLE

Les marques et enseignes du Groupe sont organisées en six groupes d'activités. Quatre groupes d'activités : Vins et Spiritueux, Mode et Maroquinerie, Parfums et Cosmétiques, Montres et Joaillerie, regroupent les marques de produits de même nature, ayant des modes de production et de distribution similaires.

Le groupe d'activités Distribution sélective regroupe les activités de distribution sous enseigne. Le groupe Autres et Holdings réunit les marques et activités ne relevant pas des groupes précités, le plus souvent les activités nouvelles pour le Groupe, ainsi que l'activité des sociétés holdings ou immobilières.

## 23.1. Informations par groupe d'activités

## Exercice 2013

<i>(en millions d'euros)</i>	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres et Holdings	Éliminations et non affecté <sup>(a)</sup>	Total
Ventes hors Groupe	4 160	9 834	3 228	2 732	8 915	280	-	29 149
Ventes intra-Groupe	27	48	489	52	23	15	(654)	-
<b>Total des ventes</b>	<b>4 187</b>	<b>9 882</b>	<b>3 717</b>	<b>2 784</b>	<b>8 938</b>	<b>295</b>	<b>(654)</b>	<b>29 149</b>
Résultat opérationnel courant	1 370	3 140	414	375	901	(177)	(2)	6 021
Autres produits et charges opérationnels	(4)	(63)	(6)	(6)	(5)	(43)	-	(127)
Charges d'amortissement	110	447	128	143	264	39	-	1 131
Charges de dépréciation	(1)	48	-	-	8	12	-	67
Immo. incorporelles et écarts d'acquisition <sup>(b)</sup>	4 219	6 625	1 068	5 582	2 992	931	-	21 417
Immobilisations corporelles	2 238	2 018	404	399	1 321	3 222	-	9 602
Stocks	4 253	1 388	356	1 136	1 449	159	(155)	8 586
Autres actifs opérationnels	1 133	741	590	594	495	581	11 935 <sup>(c)</sup>	16 069
<b>Total actif</b>	<b>11 843</b>	<b>10 772</b>	<b>2 418</b>	<b>7 711</b>	<b>6 257</b>	<b>4 893</b>	<b>11 780</b>	<b>55 674</b>
Capitaux propres	-	-	-	-	-	-	27 723	27 723
Passifs	1 310	2 121	1 130	716	1 821	697	20 156 <sup>(d)</sup>	27 951
<b>Total passif et capitaux propres</b>	<b>1 310</b>	<b>2 121</b>	<b>1 130</b>	<b>716</b>	<b>1 821</b>	<b>697</b>	<b>47 879</b>	<b>55 674</b>
Investissements d'exploitation <sup>(e)</sup>	(187)	(629)	(229)	(192)	(390)	(36)	-	(1 663)

## Exercice 2012

<i>(en millions d'euros)</i>	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres et Holdings	Éliminations et non affecté <sup>(a)</sup>	Total
Ventes hors Groupe	4 116	9 872	3 165	2 778	7 856	316	-	28 103
Ventes intra-Groupe	21	54	448	58	23	16	(620)	-
<b>Total des ventes</b>	<b>4 137</b>	<b>9 926</b>	<b>3 613</b>	<b>2 836</b>	<b>7 879</b>	<b>332</b>	<b>(620)</b>	<b>28 103</b>
Résultat opérationnel courant	1 260	3 264	408	334	854	(164)	(35)	5 921
Autres produits et charges opérationnels	(13)	(108)	(7)	(8)	(19)	(27)	-	(182)
Charges d'amortissement	100	414	112	122	229	42	-	1 019
Charges de dépréciation	1	81	-	-	3	16	-	101
Immo. incorporelles et écarts d'acquisition <sup>(b)</sup>	3 989	4 857	1 032	5 577	3 046	815	-	19 316
Immobilisations corporelles	1 937	1 768	312	378	1 252	3 122	-	8 769
Stocks	4 008	1 158	339	1 213	1 421	101	(160)	8 080
Autres actifs opérationnels	1 057	658	583	635	459	590	9 851 <sup>(c)</sup>	13 833
<b>Total actif<sup>(f)</sup></b>	<b>10 991</b>	<b>8 441</b>	<b>2 266</b>	<b>7 803</b>	<b>6 178</b>	<b>4 628</b>	<b>9 691</b>	<b>49 998</b>
Capitaux propres	-	-	-	-	-	-	25 508	25 508
Passifs	1 271	1 870	1 098	732	1 785	675	17 059 <sup>(d)</sup>	24 490
<b>Total passif et capitaux propres<sup>(f)</sup></b>	<b>1 271</b>	<b>1 870</b>	<b>1 098</b>	<b>732</b>	<b>1 785</b>	<b>675</b>	<b>42 567</b>	<b>49 998</b>
Investissements d'exploitation <sup>(e)</sup>	(182)	(579)	(196)	(136)	(332)	(277)	-	(1 702)

**Exercice 2011**

<i>(en millions d'euros)</i>	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres et Holdings	Éliminations et non affecté <sup>(a)</sup>	Total
Ventes hors Groupe	3 511	8 672	2 851	1 911	6 414	300	-	23 659
Ventes intra-Groupe	13	40	344	38	22	14	(471)	-
<b>Total des ventes</b>	<b>3 524</b>	<b>8 712</b>	<b>3 195</b>	<b>1 949</b>	<b>6 436</b>	<b>314</b>	<b>(471)</b>	<b>23 659</b>
Résultat opérationnel courant	1 101	3 075	348	265	716	(204)	(38)	5 263
Autres produits et charges opérationnels	(16)	(56)	(2)	(6)	(26)	(3)	-	(109)
Charges d'amortissement	92	359	105	82	209	37	-	884
Charges de dépréciation	-	20	-	-	5	15	-	40
Immo. incorporelles et écarts d'acquisition <sup>(b)</sup>	3 121	4 873	985	5 570	3 015	875	-	18 439
Immobilisations corporelles	1 820	1 635	237	354	1 114	2 857	-	8 017
Stocks	3 905	1 030	337	1 118	1 181	67	(128)	7 510
Autres actifs opérationnels	947	512	513	546	386	617	9 626 <sup>(c)</sup>	13 147
<b>Total actif<sup>(f)</sup></b>	<b>9 793</b>	<b>8 050</b>	<b>2 072</b>	<b>7 588</b>	<b>5 696</b>	<b>4 416</b>	<b>9 498</b>	<b>47 113</b>
Capitaux propres	-	-	-	-	-	-	23 426	23 426
Passifs	1 303	1 738	1 047	697	1 482	679	16 741 <sup>(d)</sup>	23 687
<b>Total passif et capitaux propres<sup>(f)</sup></b>	<b>1 303</b>	<b>1 738</b>	<b>1 047</b>	<b>697</b>	<b>1 482</b>	<b>679</b>	<b>40 167</b>	<b>47 113</b>
Investissements d'exploitation <sup>(e)</sup>	(159)	(437)	(150)	(117)	(215)	(652)	-	(1 730)

(a) Les éliminations portent sur les ventes entre groupes d'activités ; il s'agit le plus souvent de ventes des groupes d'activités hors Distribution sélective à ce dernier. Les prix de cession entre les groupes d'activités correspondent aux prix habituellement utilisés pour des ventes à des grossistes ou à des détaillants hors Groupe.

(b) Les immobilisations incorporelles et écarts d'acquisition sont constitués des montants nets figurant en Notes 3 et 4.

(c) Les actifs non affectés incluent les titres mis en équivalence, les investissements et placements financiers, les autres actifs à caractère financier et les créances d'impôt sur les sociétés. Au 31 décembre 2013, ils incluent la participation de 23,1% dans Hermès International soit 6 437 millions d'euros, voir Note 8 (5 409 millions d'euros au 31 décembre 2012 et 5 438 millions d'euros au 31 décembre 2011).

(d) Les passifs non affectés incluent les dettes financières et la dette d'impôt courant et différé.

(e) Augmentation/(Diminution) de la trésorerie.

(f) Les bilans aux 31 décembre 2012 et 2011 ont été retraités des effets de l'application de l'amendement d'IAS 19 Avantages au personnel, rétrospectivement au 1<sup>er</sup> janvier 2011. Voir Note 1.2.

Les données de l'exercice 2011 intégraient celles de Bulgari, consolidée par intégration globale depuis le 30 juin 2011. En raison de l'unicité de management et de marque de Bulgari, dont l'activité est majoritairement constituée de la fabrication et distribution de montres et joaillerie, l'ensemble des activités de Bulgari, y compris les Parfums et Cosmétiques, ont été classées dans le groupe d'activités Montres et Joaillerie.

L'activité Parfums et Cosmétiques de Bulgari représentait au 31 décembre 2011, pour la période de consolidation dans le groupe LVMH, des ventes consolidées de 142 millions d'euros.

## 23.2. Informations par zone géographique

La répartition des ventes par zone géographique de destination est la suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
France	3 144	3 107	2 866
Europe (hors France)	5 510	5 455	4 797
États-Unis	6 652	6 390	5 237
Japon	2 066	2 363	1 970
Asie (hors Japon)	8 669	7 895	6 430
Autres pays	3 108	2 893	2 359
<b>Ventes</b>	<b>29 149</b>	<b>28 103</b>	<b>23 659</b>

La répartition des investissements d'exploitation par zone géographique se présente ainsi :

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
France	586	648	692
Europe (hors France)	315	290	601
États-Unis	237	283	127
Japon	71	69	46
Asie (hors Japon)	342	326	194
Autres pays	112	86	70
<b>Investissements d'exploitation</b>	<b>1 663</b>	<b>1 702</b>	<b>1 730</b>

Il n'est pas présenté de répartition des actifs sectoriels par zone géographique dans la mesure où une part significative de ces actifs est constituée de marques et écarts d'acquisition, qui doivent être analysés sur la base du chiffre d'affaires que ceux-ci réalisent par région, et non en fonction de la région de leur détention juridique.

## 23.3. Informations trimestrielles

La répartition des ventes par groupe d'activités et par trimestre est la suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres et Holdings	Éliminations	Total
Premier trimestre	979	2 383	932	624	2 122	72	(165)	6 947
Deuxième trimestre	829	2 328	872	686	2 093	97	(157)	6 748
Troisième trimestre	1 032	2 428	879	678	2 101	55	(153)	7 020
Quatrième trimestre	1 347	2 743	1 034	796	2 622	71	(179)	8 434
<b>Total 2013</b>	<b>4 187</b>	<b>9 882</b>	<b>3 717</b>	<b>2 784</b>	<b>8 938</b>	<b>295</b>	<b>(654)</b>	<b>29 149</b>
Premier trimestre	926	2 374	899	630	1 823	84	(154)	6 582
Deuxième trimestre	833	2 282	828	713	1 767	99	(138)	6 384
Troisième trimestre	1 006	2 523	898	690	1 862	66	(145)	6 900
Quatrième trimestre	1 372	2 747	988	803	2 427	83	(183)	8 237
<b>Total 2012</b>	<b>4 137</b>	<b>9 926</b>	<b>3 613</b>	<b>2 836</b>	<b>7 879</b>	<b>332</b>	<b>(620)</b>	<b>28 103</b>
Premier trimestre	762	2 029	803	261	1 421	74	(103)	5 247
Deuxième trimestre	673	1 942	715	315	1 410	83	(93)	5 045
Troisième trimestre	871	2 218	793	636	1 547	74	(128)	6 011
Quatrième trimestre	1 218	2 523	884	737	2 058	83	(147)	7 356
<b>Total 2011</b>	<b>3 524</b>	<b>8 712</b>	<b>3 195</b>	<b>1 949</b>	<b>6 436</b>	<b>314</b>	<b>(471)</b>	<b>23 659</b>

## 24. CHARGES PAR NATURE

Le résultat opérationnel courant inclut notamment les charges suivantes :

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
Frais de publicité et de promotion	3 332	3 277	2 711
Loyers commerciaux	2 489	1 944	1 563
Charges de personnel	5 006	4 803	4 074
Dépenses de recherche et développement	72	69	63

Les frais de publicité et de promotion sont principalement constitués du coût des campagnes média et des frais de publicité sur les lieux de vente ; ils intègrent également les frais du personnel dédié à cette fonction.

Au 31 décembre 2013, le nombre de magasins exploités par le Groupe dans le monde (hors Loro Piana, dont le réseau sera intégré en 2014), en particulier par les groupes Mode et

Maroquinerie et Distribution sélective, est de 3 384 (3 204 en 2012, 3 040 en 2011).

Dans certains pays, les locations de magasins comprennent un montant minima et une part variable, en particulier lorsque le bail contient une clause d'indexation du loyer sur les ventes. La charge de location des magasins s'analyse de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
Loyers fixes ou minima	1 056	873	675
Part variable des loyers indexés	365	408	348
Concessions aéroportuaires – part fixe ou minima	575	214	223
Concessions aéroportuaires – part variable	493	449	317
<b>Loyers commerciaux</b>	<b>2 489</b>	<b>1 944</b>	<b>1 563</b>

Les charges de personnel sont constituées des éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
Salaires et charges sociales	4 884	4 666	3 954
Retraites, participation aux frais médicaux et avantages assimilés au titre des régimes à prestations définies	88	83	67
Charges liées aux plans d'options et assimilés	34	54	53
<b>Charges de personnel</b>	<b>5 006</b>	<b>4 803</b>	<b>4 074</b>

## 25. AUTRES PRODUITS ET CHARGES OPÉRATIONNELS

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
Résultat de cessions	7	(4)	(4)
Réorganisations	(22)	(28)	(40)
Réévaluation de titres acquis antérieurement à leur première consolidation	-	-	22
Frais liés aux acquisitions de sociétés consolidées	(21)	(3)	(17)
Dépréciation ou amortissement des marques, enseignes, écarts d'acquisition et autres actifs immobilisés	(88)	(139)	(73)
Autres, nets	(3)	(8)	3
<b>Autres produits et charges opérationnels</b>	<b>(127)</b>	<b>(182)</b>	<b>(109)</b>

Les dépréciations ou amortissements enregistrés en 2013 portent essentiellement sur des marques et écarts d'acquisition. En 2012, ils incluaient en outre des dépréciations d'actifs corporels à hauteur de 74 millions d'euros.

En 2011, les titres de Bulgari et de Ile de Beauté acquis antérieurement à la date de prise de contrôle ont été réévalués à leur valeur à cette date. Les frais d'acquisition étaient essentiellement liés à ces deux opérations.

## 26. RÉSULTAT FINANCIER

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
Coût de la dette financière brute	(138)	(164)	(189)
Produits de la trésorerie et des placements financiers	29	26	41
Effets des réévaluations de la dette financière et instruments de taux	6	(2)	(3)
<b>Coût de la dette financière nette</b>	<b>(103)</b>	<b>(140)</b>	<b>(151)</b>
Dividendes reçus au titre des investissements financiers	71	174	54
Part inefficace des dérivés de change	(159)	(49)	(105)
Résultat relatif aux investissements, placements et autres instruments financiers	23	31	(11)
Autres, nets	(31)	(30)	(29)
<b>Autres produits et charges financiers</b>	<b>(96)</b>	<b>126</b>	<b>(91)</b>
<b>Résultat financier</b>	<b>(199)</b>	<b>(14)</b>	<b>(242)</b>

Les produits de la trésorerie et des placements financiers comprennent les éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
Revenus de la trésorerie et équivalents	20	17	33
Revenus des placements financiers	9	9	8
<b>Produits de la trésorerie et des placements financiers</b>	<b>29</b>	<b>26</b>	<b>41</b>

En 2013, ainsi qu'en 2012 et 2011, le résultat relatif aux investissements, placements et autres instruments financiers provient de l'évolution des marchés ainsi que des charges de dépréciation d'investissements et placements financiers.

En 2012, le montant des dividendes reçus au titre des investissements financiers incluait un dividende exceptionnel perçu de Hermès International SCA de 120 millions d'euros (5 euros par action).

## 27. IMPÔTS SUR LES RÉSULTATS

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
Impôt courant de l'exercice	(1 961)	(2 039)	(1 671)
Impôt courant relatif aux exercices antérieurs	13	20	2
<b>Impôt courant</b>	<b>(1 948)</b>	<b>(2 019)</b>	<b>(1 669)</b>
Variation des impôts différés	186	199	158
Effet des changements de taux d'impôt sur les impôts différés	7	-	58
<b>Impôts différés</b>	<b>193</b>	<b>199</b>	<b>216</b>
<b>Charge totale d'impôt au compte de résultat</b>	<b>(1 755)</b>	<b>(1 820)</b>	<b>(1 453)</b>
<b>Impôts sur éléments comptabilisés en capitaux propres<sup>(a)</sup></b>	<b>(249)</b>	<b>(73)</b>	<b>(46)</b>

(a) Les bilans aux 31 décembre 2012 et 2011 ont été retraités des effets de l'application de l'amendement d'IAS 19 Avantages au personnel, rétrospectivement au 1<sup>er</sup> janvier 2011. Voir Note 1.2.

Le taux d'imposition effectif s'établit comme suit :

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
Résultat avant impôt	5 695	5 725	4 912
Charge totale d'impôt	(1 755)	(1 820)	(1 453)
<b>Taux d'imposition effectif</b>	<b>30,8 %</b>	<b>31,8 %</b>	<b>29,6 %</b>

## 28. RÉSULTAT PAR ACTION

	2013	2012	2011
<b>Résultat net, part du Groupe</b> <i>(en millions d'euros)</i>	<b>3 436</b>	<b>3 424</b>	<b>3 065</b>
Nombre moyen d'actions en circulation sur l'exercice	507 997 567	508 041 429	498 874 042
Nombre moyen d'actions auto-détenues sur l'exercice	(7 714 153)	(8 907 786)	(10 104 756)
<b>Nombre moyen d'actions pris en compte pour le calcul avant dilution</b>	<b>500 283 414</b>	<b>499 133 643</b>	<b>488 769 286</b>
<b>Résultat par action</b> <i>(en euros)</i>	<b>6,87</b>	<b>6,86</b>	<b>6,27</b>
Nombre moyen d'actions en circulation pris en compte ci-dessus	500 283 414	499 133 643	488 769 286
Effet de dilution des plans d'options	2 934 083	3 096 309	3 438 206
Autres effets de dilution	-	-	-
<b>Nombre moyen d'actions pris en compte pour le calcul après effets dilutifs</b>	<b>503 217 497</b>	<b>502 229 952</b>	<b>492 207 492</b>
<b>Résultat par action après dilution</b> <i>(en euros)</i>	<b>6,83</b>	<b>6,82</b>	<b>6,23</b>

Au 31 décembre 2013, la totalité des instruments susceptibles de diluer le résultat par action a été prise en considération dans la détermination de l'effet de dilution, l'ensemble des options de souscription en vie à cette date étant considérées comme exerçables, en raison d'un cours de bourse de l'action LVMH supérieur au prix d'exercice de ces options.

Aucun événement de nature à modifier significativement le nombre d'actions en circulation ou le nombre d'actions potentielles, n'est intervenu entre le 31 décembre 2013 et la date d'arrêté des comptes.

## 29. ENGAGEMENTS DE RETRAITES, PARTICIPATION AUX FRAIS MÉDICAUX ET AVANTAGES ASSIMILÉS

La charge enregistrée au cours des exercices présentés au titre des engagements de retraite, de participation aux frais médicaux et avantages assimilés s'établit ainsi :

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012 <sup>(a)</sup>	2011 <sup>(a)</sup>
Coût des services rendus	79	64	56
Coût financier, net	15	11	9
Écarts actuariels	2	9	5
Coût des services passés	-	1	2
Modifications des régimes	(8)	(2)	(5)
<b>Charge de l'exercice au titre des régimes à prestations définies</b>	<b>88</b>	<b>83</b>	<b>67</b>

(a) Les résultats nets des exercices 2011 et 2012 n'ont pas été retraités des effets de l'application de l'amendement d'IAS 19 Avantages au personnel, l'effet du changement de norme sur chacun de ces exercices étant inférieur à 5 millions d'euros.

## 30. ENGAGEMENTS HORS BILAN

### 30.1. Engagements d'achat

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
Raisins, vins et eaux-de-vie	994	1 012	1 019
Autres engagements d'achat de matières premières	110	80	84
Immobilisations industrielles ou commerciales	379	205	154
Titres de participation et investissements financiers	98	41	90

Dans l'activité Vins et Spiritueux, une partie des approvisionnements futurs en raisins, vins clairs et eaux-de-vie résulte d'engagements d'achat auprès de producteurs locaux diversifiés. Ces engagements sont évalués, selon la nature des

approvisionnements, sur la base des termes contractuels, ou sur la base des prix connus à la date de la clôture et de rendements de production estimés.

Au 31 décembre 2013, l'échéancier des engagements d'achat est le suivant :

<i>(en millions d'euros)</i>	À moins d'un an	De un à cinq ans	Au-delà de cinq ans	Total
Raisins, vins et eaux de vie	565	386	43	994
Autres engagements d'achat de matières premières	105	5	-	110
Immobilisations industrielles ou commerciales	181	198	-	379
Titres de participation et investissements financiers	25	62	11	98

### 30.2. Contrats de location

Dans le cadre de son activité, le Groupe souscrit des contrats de location d'espace ou des contrats de concession aéroportuaire ; le Groupe finance également une partie de son équipement par des locations simples de longue durée.

Au 31 décembre 2013, les engagements futurs minima fixes non résiliables résultant de ces contrats de location simple ou de concession s'analysent de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
À moins d'un an	1 407	1 235	1 094
De un à cinq ans	3 613	3 208	2 843
Au-delà de cinq ans	1 874	1 551	1 279
<b>Engagements donnés au titre de locations simples et concessions</b>	<b>6 894</b>	<b>5 994</b>	<b>5 216</b>
À moins d'un an	10	15	19
De un à cinq ans	14	25	30
Au-delà de cinq ans	-	1	1
<b>Engagements reçus au titre de sous-locations</b>	<b>24</b>	<b>41</b>	<b>50</b>

En outre, le Groupe peut souscrire des contrats de location simple ou de concession comportant un montant garanti variable. Ainsi, en juin 2012, DFS a obtenu de l'aéroport de Hong Kong trois concessions supplémentaires d'une durée de cinq ans ; l'accord de concession prévoit le versement d'une

redevance variable dont le montant est établi notamment par référence au nombre de passagers qui transitent par l'aéroport. Sur la base d'un estimé de ce nombre de passagers à la date de l'accord de concession, le montant de la redevance serait, sur une année civile, d'environ 300 millions d'euros.

### 30.3. Cautions, avals et autres garanties

Au 31 décembre 2013, ces engagements s'analysent de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2013	2012	2011
Avals et cautions	412	295	145
Autres garanties	90	101	142
<b>Garanties données</b>	<b>502</b>	<b>396</b>	<b>287</b>
<b>Garanties reçues</b>	<b>14</b>	<b>19</b>	<b>28</b>

Les échéances de ces engagements se répartissent ainsi :

<i>(en millions d'euros)</i>	À moins d'un an	De un à cinq ans	Au-delà de cinq ans	Total
Avals et cautions	114	285	13	412
Autres garanties	52	29	9	90
<b>Garanties données</b>	<b>166</b>	<b>314</b>	<b>22</b>	<b>502</b>
<b>Garanties reçues</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>14</b>

### 30.4. Passifs éventuels et litiges en cours

Dans le cadre de la gestion de ses activités courantes, le Groupe est impliqué dans ou a engagé diverses procédures concernant le droit des marques, la protection des droits de la propriété intellectuelle, la mise en place de systèmes de distribution sélective, les contrats de licence, les relations avec ses salariés, le contrôle des déclarations fiscales, et toutes autres matières

inhérentes à ses activités. Le Groupe estime que les provisions constituées au titre de ces risques, litiges ou situations contentieuses connus ou en cours à la date de la clôture, sont d'un montant suffisant pour que la situation financière consolidée ne soit pas affectée de façon significative en cas d'issue défavorable.

### 30.5. Autres engagements

À la connaissance du Groupe, il n'existe pas d'engagements hors bilan significatifs autres que ceux décrits ci-dessus.

## 31. ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE

Aucun événement significatif n'est intervenu entre le 31 décembre 2013 et la date d'arrêté des comptes par le Conseil d'administration, le 30 janvier 2014.

# DONNÉES COMPTABLES SIMPLIFIÉES DE LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY-LOUIS VUITTON SA

COMPTE DE RÉSULTAT	66
VARIATION DES CAPITAUX PROPRES	66

## COMPTE DE RÉSULTAT

Produits/(charges) <i>(en millions d'euros - normes comptables françaises)</i>	31 déc. 2013	31 déc. 2012
Produits financiers de filiales et participations	2 173	1 951
Résultat courant avant impôt	1 986	1 731
Résultat exceptionnel	(8)	-
Impôt sur les sociétés	(123)	(64)
Résultat net	1 855	1 667

## VARIATION DES CAPITAUX PROPRES

<i>(en millions d'euros - normes comptables françaises)</i>	Capital et primes	Autres réserves et provisions réglementées	Report à nouveau	Acompte sur dividendes	Résultat net	Total capitaux propres
<b>Au 31 décembre 2012</b>						
avant affectation du résultat	4 001	583	4 937	(550)	1 667	10 638
Affectation du résultat 2012	-	-	1 667	-	(1 667)	-
Dividende 2012 : solde	-	-	(1 473)	550	-	(923)
Effet des actions auto-détenues	-	-	23	-	-	23
Levées d'options de souscription d'actions	66	-	-	-	-	66
Annulation d'actions	(66)	-	-	-	-	(66)
Acompte sur dividendes 2013	-	-	-	(609)	-	(609)
Effet des actions auto-détenues	-	-	-	9	-	9
Résultat de l'exercice 2013	-	-	-	-	1 855	1 855
<b>Au 31 décembre 2013</b>	<b>4 001</b>	<b>583</b>	<b>5 154</b>	<b>(600)</b>	<b>1 855</b>	<b>10 993</b>







L V M H

---

MOËT HENNESSY ♦ LOUIS VUITTON

Pour toute demande d'information :  
LVMH, 22 avenue Montaigne - 75008 Paris  
Téléphone 01 44 13 22 22 - Télécopie 01 44 13 21 19  
[www.lvmh.fr](http://www.lvmh.fr) et [www.lvmh.com](http://www.lvmh.com)