

LVMH

MOËT HENNESSY ♦ LOUIS VUITTON

30 JUIN 2015

RAPPORT FINANCIER SEMESTRIEL

SOMMAIRE GÉNÉRAL

ORGANES DE DIRECTION ET DE CONTRÔLE	1
CHIFFRES CLÉS	2
FAITS MARQUANTS ET PERSPECTIVES	4
CAPITAL ET DROITS DE VOTE	4

COMMENTAIRES SUR L'ACTIVITÉ ET LES COMPTES SEMESTRIELS CONSOLIDÉS DU GROUPE LVMH	5
COMMENTAIRES SUR LE COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ	6
VINS ET SPIRITUEUX	10
MODE ET MAROQUINERIE	11
PARFUMS ET COSMÉTIQUES	12
MONTRES ET JOAILLERIE	13
DISTRIBUTION SÉLECTIVE	14
COMMENTAIRES SUR LE BILAN CONSOLIDÉ	15
COMMENTAIRES SUR LA VARIATION DE TRÉSORERIE CONSOLIDÉE	16

COMPTES SEMESTRIELS CONSOLIDÉS RÉSUMÉS	19
COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ	20
ÉTAT GLOBAL DES GAINS ET PERTES CONSOLIDÉS	21
BILAN CONSOLIDÉ	22
TABLEAU DE VARIATION DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDÉS	23
TABLEAU DE VARIATION DE LA TRÉSORERIE CONSOLIDÉE	24
ANNEXE AUX COMPTES CONSOLIDÉS (EXTRAITS)	25

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES	49
---	-----------

DONNÉES COMPTABLES SIMPLIFIÉES DE LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY - LOUIS VUITTON SE	51
COMPTE DE RÉSULTAT	52
VARIATION DES CAPITAUX PROPRES	52

DÉCLARATION DU RESPONSABLE DU RAPPORT FINANCIER SEMESTRIEL	53
---	-----------

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^(a)

Nicholas Clive Worms^(a)

Charles de Croisset^(a)

Diego Della Valle^(a)

Albert Frère^(a)

Marie-Josée Kravis^(a)

Lord Powell of Bayswater

Marie-Laure Sauty de Chalon^(a)

Yves-Thibault de Silguy^(a)

Francesco Trapani

Hubert Védrine^(a)

Censeurs

Paolo Bulgari

Patrick Houël

Felix G. Rohatyn

Comité exécutif

Bernard Arnault
Président-directeur général

Antonio Belloni
Directeur général délégué

Nicolas Bazire
Développement et acquisitions

Michael Burke
Louis Vuitton

Chantal Gaemperle
Ressources Humaines

Jean-Jacques Guiony
Finances

Christopher de Lapuente
Sephora

Christophe Navarre
Moët Hennessy

Daniel Piette
Fonds d'investissement

Pierre-Yves Roussel
LVMH Fashion Group

Philippe Schaus
DFS

Jean-Baptiste Voisin
Stratégie

Secrétariat général

Marc-Antoine Jamet

Comité d'audit de la performance

Yves-Thibault de Silguy^(a)
Président

Nicholas Clive Worms^(a)

Charles de Croisset^(a)

Comité de sélection des administrateurs et des rémunérations

Albert Frère^(a)
Président

Charles de Croisset^(a)

Yves-Thibault de Silguy^(a)

Commissaires aux comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS
représenté par Thierry Benoit

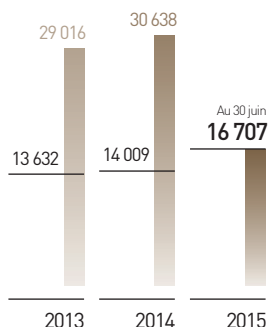
ERNST & YOUNG et Autres
*représenté par Jeanne Boillet
et Gilles Cohen*

(a) Personnalité indépendante.

CHIFFRES CLÉS

Ventes

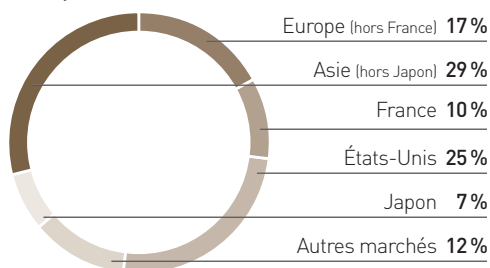
(au 30 juin et au 31 décembre, en millions d'euros)



Ventes par groupe d'activités (en millions d'euros)	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Vins et Spiritueux	1 930	3 973	1 677
Mode et Maroquinerie	5 933	10 828	5 030
Parfums et Cosmétiques	2 159	3 916	1 839
Montres et Joaillerie	1 552	2 782	1 266
Distribution sélective	5 291	9 534	4 382
Autres activités et éliminations	(158)	(395)	(185)
Total	16 707	30 638	14 009

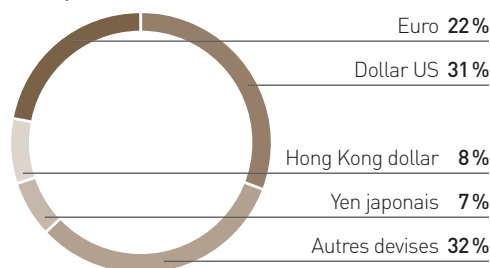
Ventes par zone géographique de destination

(au 30 juin 2015)



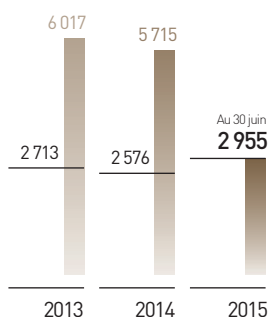
Ventes par devise de facturation

(au 30 juin 2015)



Résultat opérationnel courant

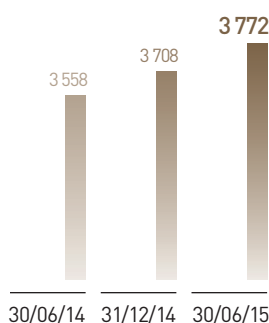
(au 30 juin et au 31 décembre, en millions d'euros)



Résultat opérationnel courant par groupe d'activités (en millions d'euros)	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Vins et Spiritueux	482	1 147	461
Mode et Maroquinerie	1 661	3 189	1 487
Parfums et Cosmétiques	248	415	204
Montres et Joaillerie	205	283	107
Distribution sélective	428	882	398
Autres activités et éliminations	(69)	(201)	(81)
Total	2 955	5 715	2 576

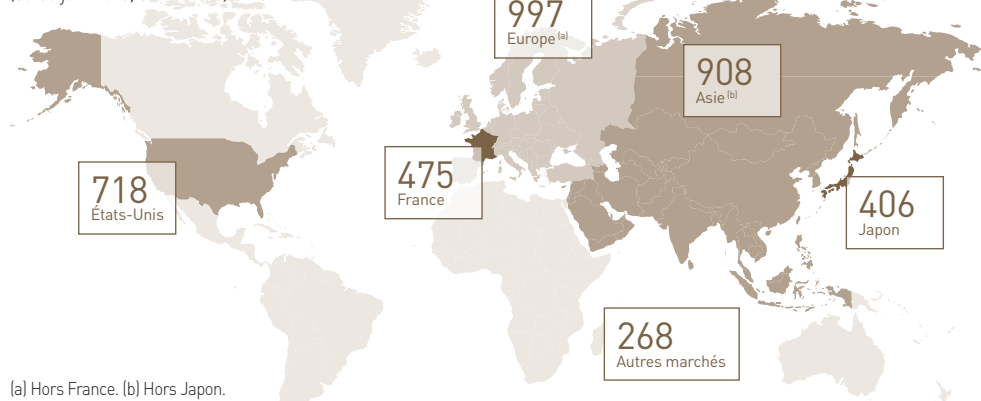
Magasins

(en nombre)



Réseau de magasins par zone géographique

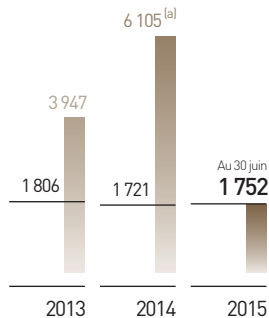
(au 30 juin 2015, en nombre)



(a) Hors France. (b) Hors Japon.

Résultat net

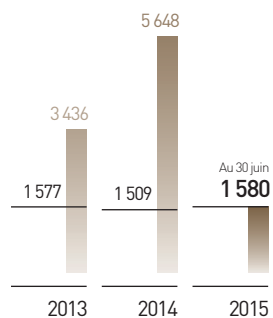
(au 30 juin et au 31 décembre, en millions d'euros)



(a) Dont 2 677 millions d'euros (soit 5,34 euros par action) résultant de la distribution des titres Hermès. Voir Note 8 de l'annexe aux comptes consolidés 2014.

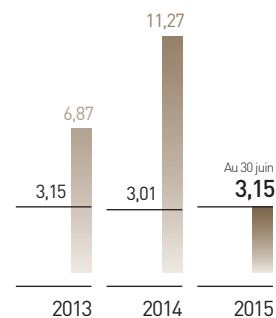
Résultat net, part du Groupe

(au 30 juin et au 31 décembre, en millions d'euros)



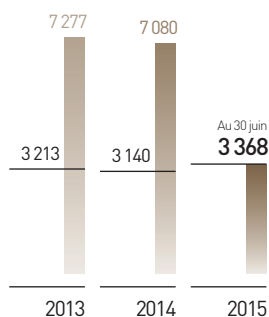
Résultat net, part du Groupe par action (avant dilution)

(au 30 juin et au 31 décembre, en euros)



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

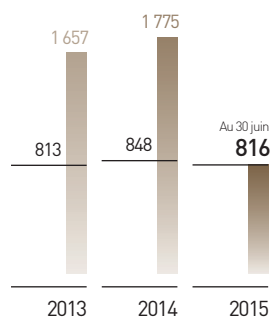
(au 30 juin et au 31 décembre, en millions d'euros)



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

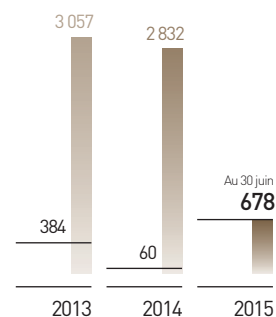
Investissements d'exploitation

(au 30 juin et au 31 décembre, en millions d'euros)



Cash flow disponible^(a)

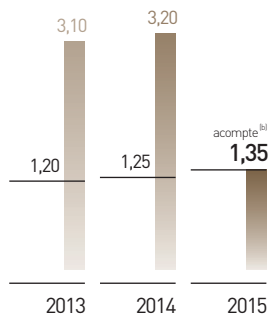
(au 30 juin et au 31 décembre, en millions d'euros)



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

Dividende par action^(a)

(en euros)

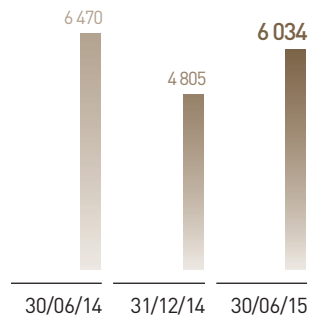


(a) Montant brut global versé au titre de l'exercice, avant effets de la réglementation fiscale applicable au bénéficiaire.

(b) Mis en versement en décembre 2015.

Dette financière nette^(a)

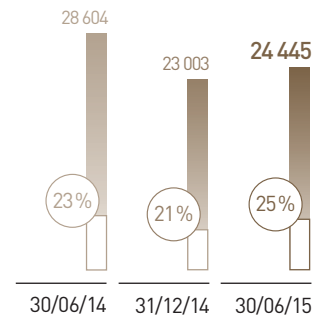
(en millions d'euros)



(a) Hors engagements d'achat de titres de minoritaires, classés en Autres passifs non courants. Voir analyse en Note 18 de l'annexe aux comptes consolidés résumés.

Capitaux propres et ratio Dette financière nette / Capitaux propres

(en millions d'euros et en pourcentage)



FAITS MARQUANTS ET PERSPECTIVES

Le premier semestre 2015 a été marqué par :

- la forte progression en Europe et aux États-Unis ;
- un impact de change positif élevé ;
- une bonne performance des Vins et Spiritueux dans toutes les régions du monde à l'exception de la Chine pénalisée par la poursuite du déstockage de la distribution ;
- le grand succès des nouveaux produits chez Louis Vuitton dont la rentabilité se maintient à un niveau exceptionnel ;
- la poursuite des investissements dans les marques de mode ;
- une excellente performance chez Parfums Christian Dior ;
- les résultats de Bvlgari en forte progression et la poursuite du repositionnement de TAG Heuer sur son cœur de gamme ;
- le remarquable dynamisme de Sephora qui renforce ses positions dans toutes ses zones d'implantation et dans l'univers digital ;
- le développement de DFS toujours pénalisé par les évolutions monétaires et géopolitiques en Asie ;
- une capacité d'autofinancement générée par l'activité de 3,4 milliards d'euros ;
- un ratio d'endettement net sur capitaux propres qui s'établit à 25 % à fin juin 2015.

CAPITAL ET DROITS DE VOTE

Répartition au 30 juin 2015	Nombre d'actions	Nombre de droits de vote ^[a]	% du capital	% des droits de vote
Groupe familial Arnault	236 512 763	455 779 021	46,56 %	62,21 %
Autres	271 428 528	276 900 568	53,44 %	37,79 %
Total	507 941 291	732 679 589	100,00 %	100,00 %

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

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

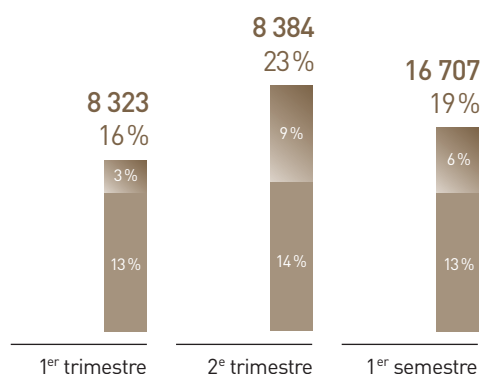
1.	COMMENTAIRES SUR LE COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ	6
2.	VINS ET SPIRITUEUX	10
3.	MODE ET MAROQUINERIE	11
4.	PARFUMS ET COSMÉTIQUES	12
5.	MONTRES ET JOAILLERIE	13
6.	DISTRIBUTION SÉLECTIVE	14
7.	COMMENTAIRES SUR LE BILAN CONSOLIDÉ	15
8.	COMMENTAIRES SUR LA VARIATION DE TRÉSORERIE CONSOLIDÉE	16

1. COMMENTAIRES SUR LE COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

1.1. Analyse des ventes

Évolution des ventes par trimestre

(en millions d'euros et en pourcentage)



- Croissance organique
- Évolution des parités monétaires ^(a)

(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.

Au 30 juin 2015, les ventes consolidées s'élevaient à 16 707 millions d'euros, en croissance de 19 % par rapport au premier semestre 2014. Elles ont bénéficié de la hausse des principales devises de facturation du Groupe par rapport à l'euro, notamment celle du dollar US, qui s'est apprécié de + 19 %.

Depuis le 1^{er} janvier 2015, le périmètre des activités consolidées n'a enregistré aucune modification.

À taux de change et périmètre comparables, la hausse des ventes est de 6 %.

Ventes par devise de facturation

(en pourcentage)

	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Euro	22	23	23
Dollar US	31	29	28
Yen Japonais	7	7	7
Hong Kong dollar	8	8	8
Autres devises	32	33	34
Total	100	100	100

Par rapport au 30 juin 2014, la répartition des ventes entre les différentes devises de facturation varie sensiblement : le poids du dollar US augmente de 3 points alors que celui de l'euro et des autres devises baissent de 1 et 2 points respectivement pour s'établir à 22 % et 40 %. Le poids du yen japonais se maintient à 7 %.

Ventes par zone géographique de destination

(en pourcentage)

	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
France	10	10	10
Europe (hors France)	17	19	18
États-Unis	25	24	23
Japon	7	7	7
Asie (hors Japon)	29	29	31
Autres marchés	12	11	11
Total	100	100	100

Par zone géographique, on constate une baisse de 2 points du poids relatif dans les ventes du Groupe, de l'Asie (hors Japon) et de 1 point de l'Europe (hors France), pour atteindre respectivement 29 % et 17 %, alors que les États-Unis et les autres marchés voient leur poids progresser de 2 et 1 point, à respectivement 25 % et 12 %. La France et le Japon restent stables à respectivement 10 % et 7 %.

En devises locales, l'évolution des ventes par zone géographique présente des performances très satisfaisantes aux États-Unis, en Europe et au Japon.

Ventes par groupe d'activités

(en millions d'euros)

	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Vins et Spiritueux	1 930	3 973	1 677
Mode et Maroquinerie	5 933	10 828	5 030
Parfums et Cosmétiques	2 159	3 916	1 839
Montres et Joaillerie	1 552	2 782	1 266
Distribution sélective	5 291	9 534	4 382
Autres activités et éliminations	(158)	(395)	(185)
Total	16 707	30 638	14 009

Par groupe d'activités, la répartition des ventes du Groupe ne varie pas. Le poids de la Mode et Maroquinerie reste stable à 36 %, la Distribution sélective se maintient à 32 %, les poids des Parfums et Cosmétiques, des Vins et Spiritueux et des Montres et Joaillerie s'établissent respectivement à 13 %, 12 % et 9 %.

Les ventes du groupe d'activités Vins et Spiritueux sont en hausse de 15 % en données publiées. Bénéficiant d'un effet de change positif de 13 points, les ventes de ce groupe d'activités sont en hausse de 2 % à taux de change et périmètre comparables. Cette performance est essentiellement tirée par la progression des volumes. La demande est toujours très dynamique aux États-Unis et en Europe, la Chine reste le deuxième marché du groupe d'activités Vins et Spiritueux.

La croissance organique des activités Mode et Maroquinerie est de 5 %, pour 18 % en données publiées. La performance de ce groupe d'activités bénéficie toujours de la progression de Louis Vuitton, Fendi, Céline, Kenzo, Givenchy et Berluti confirment leur potentiel de forte croissance au 30 juin 2015.

Les ventes des Parfums et Cosmétiques sont en hausse de 6 % à taux de change et périmètre comparables et de 17 % en données publiées. Toutes les marques ont enregistré de bonnes performances. Ces performances confirment 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>	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Ventes	16 707	30 638	14 009
Coût des ventes	(5 881)	(10 801)	(4 828)
Marge brute	10 826	19 837	9 181
Charges commerciales	(6 601)	(11 744)	(5 483)
Charges administratives	(1 267)	(2 373)	(1 119)
Part dans les résultats des sociétés mises en équivalence	(3)	(5)	(3)
Résultat opérationnel courant	2 955	5 715	2 576
Taux de marge opérationnelle <i>(en %)</i>	17,7	18,7	18,4

La marge brute du Groupe s'élève à 10 826 millions d'euros, en hausse de 18 % par rapport au premier semestre de 2014. Le taux de marge brute sur les ventes est de 65 %, en baisse de 1 point par rapport au premier semestre 2014.

Les charges commerciales, qui s'élèvent à 6 601 millions d'euros, sont en hausse de 20 % en données publiées et de 8 % 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 notamment dans les Parfums et Cosmétiques et dans la Mode et Maroquinerie. Le niveau de ces charges progresse de 1 point en pourcentage des ventes et s'établit à 40 %. Parmi ces charges commerciales, les frais de publicité et de promotion représentent 11 % des ventes et sont en augmentation de 6 % à taux de change et périmètre comparables.

Les ventes du groupe d'activités Montres et Joaillerie sont en hausse de 10 % à taux de change et périmètre comparables, et de 23 % en données publiées. Ce groupe d'activités bénéficie du très fort dynamisme de Bvlgari partout dans le monde ainsi que des très belles performances de Chaumet et Hublot. L'Europe et le Japon constituent, pour l'ensemble des marques, les zones les plus dynamiques.

Les ventes des activités de Distribution sélective sont en hausse de 5 % à taux de change et périmètre comparables et de 21 % en données publiées. Cette performance est tirée par Sephora dont les ventes progressent très sensiblement dans toutes les régions du monde.

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

<i>(en nombre)</i>	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
France	475	467	457
Europe (hors France)	997	995	969
États-Unis	718	708	695
Japon	406	412	384
Asie (hors Japon)	908	870	813
Autres marchés	268	256	240
Total	3 772	3 708	3 558

Les charges administratives sont de 1 267 millions d'euros, en hausse de 13 % en données publiées et de 4 % à taux de change et périmètre comparables. Elles représentent 8 % des ventes, pourcentage stable par rapport au 30 juin 2014.

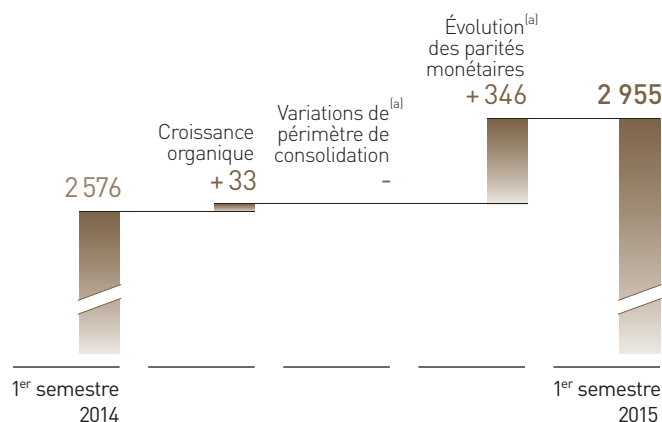
Résultat opérationnel courant par groupe d'activités

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Vins et Spiritueux	482	1 147	461
Mode et Maroquinerie	1 661	3 189	1 487
Parfums et Cosmétiques	248	415	204
Montres et Joaillerie	205	283	107
Distribution sélective	428	882	398
Autres activités et éliminations	(69)	(201)	(81)
Total	2 955	5 715	2 576

Le résultat opérationnel courant du Groupe s'établit à 2 955 millions d'euros, en hausse de 15 %. Le taux de marge opérationnelle sur ventes du Groupe s'élève à 17,7 %, en baisse de 0,7 point par rapport au 30 juin 2014.

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 fin juin 2014, est positif de 346 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 exportatrices et importatrices du Groupe, 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 est en hausse de 1 % par rapport au 30 juin 2014.

Vins et Spiritueux

	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Ventes (en millions d'euros)	1 930	3 973	1 677
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	482	1 147	461
Taux de marge opérationnelle (en %)	25,0	28,9	27,5

Le résultat opérationnel courant du groupe d'activités Vins et Spiritueux s'établit à 482 millions d'euros, en hausse de 5 %. La part des champagnes et vins représente 169 millions d'euros et celle des cognacs et spiritueux 313 millions d'euros. La hausse des volumes et la maîtrise des coûts ont permis de limiter les effets liés à la baisse d'activité en Chine.

Mode et Maroquinerie

	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Ventes (en millions d'euros)	5 933	10 828	5 030
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	1 661	3 189	1 487
Taux de marge opérationnelle (en %)	28,0	29,5	29,6

Les activités Mode et Maroquinerie présentent un résultat opérationnel courant de 1 661 millions d'euros, en hausse de 12 % par rapport au 30 juin 2014. Louis Vuitton enregistre une hausse sensible de son résultat opérationnel courant, tandis que Céline, Kenzo, Givenchy et Fendi confirment leur dynamique de croissance rentable. Donna Karan et Marc Jacobs poursuivent leur renforcement créatif en se concentrant sur le repositionnement de leurs collections. Le taux de marge opérationnelle sur ventes de ce groupe d'activités baisse de 1,6 point et s'établit à 28 %.

Parfums et Cosmétiques

	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Ventes (en millions d'euros)	2 159	3 916	1 839
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	248	415	204
Taux de marge opérationnelle (en %)	11,5	10,6	11,1

Le résultat opérationnel courant des activités Parfums et Cosmétiques est de 248 millions d'euros, en hausse de 22 % par rapport au premier semestre de 2014. Cette hausse est tirée par Parfums Christian Dior, Benefit, Guerlain et Make Up For Ever 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 progresse de 11,1 à 11,5 %.

Montres et Joaillerie

	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Ventes (en millions d'euros)	1 552	2 782	1 266
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	205	283	107
Taux de marge opérationnelle (en %)	13,2	10,2	8,5

Le résultat opérationnel courant du groupe d'activités Montres et Joaillerie s'établit à 205 millions d'euros, en hausse de 91 %.

Cette forte augmentation provient de l'excellente performance de Bvlgari dont le résultat a doublé sur la période, ce qui conduit l'activité à présenter un taux de marge opérationnelle sur ventes en hausse de 4,8 points, à 13,2 %.

Distribution sélective

	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Ventes (en millions d'euros)	5 291	9 534	4 382
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	428	882	398
Taux de marge opérationnelle (en %)	8,1	9,3	9,1

Le résultat opérationnel courant du groupe d'activités Distribution sélective est de 428 millions d'euros, en hausse de 7 % par rapport au premier semestre 2014. Le taux de marge opérationnelle sur ventes de ce groupe d'activités baisse de 1 point et s'établit à 8,1 %.

Autres activités

Le résultat opérationnel courant provenant des Autres activités et éliminations est négatif de -69 millions d'euros, en légère

amélioration par rapport au premier semestre 2014. 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

(en millions d'euros)	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Résultat opérationnel courant	2 955	5 715	2 576
Autres produits et charges	(64)	(284)	(49)
Résultat opérationnel	2 891	5 431	2 527
Résultat financier	(259)	2 947	(50)
Impôts sur les bénéfices	(880)	(2 273)	(756)
Résultat net avant part des minoritaires	1 752	6 105	1 721
Part des minoritaires	(172)	(457)	(212)
Résultat net, part du Groupe	1 580	5 648	1 509

Les Autres produits et charges opérationnels sont négatifs de -64 millions d'euros contre un montant négatif de -49 millions d'euros au premier semestre 2014. Au premier semestre de 2015, les Autres produits et charges incluent 30 millions d'euros de coûts de réorganisations, concernant principalement les activités de Mode et Maroquinerie. Le solde des Autres produits et charges est principalement constitué d'amortissements et dépréciations de marques et écarts d'acquisition.

Le résultat opérationnel du Groupe est de 2 891 millions d'euros, en hausse de 14 % par rapport au 30 juin 2014.

Le résultat financier à fin juin 2015 est négatif de 259 millions d'euros ; il était négatif de 50 millions d'euros au 30 juin 2014. Il est constitué :

- du coût global de la dette financière nette qui s'élève à -52 millions d'euros, en légère augmentation par rapport à fin juin 2014 ; en effet, l'évolution favorable de la charge d'intérêt liée à la baisse des taux a été plus que compensée par la progression de l'encours moyen de la dette ;

- des autres produits et charges financiers qui s'élèvent à -207 millions d'euros au 30 juin 2015, à comparer à un montant nul au 30 juin 2014. Cette évolution résulte de la progression de la charge liée à la part inefficace des dérivés de change, négative de -296 millions d'euros à fin juin 2015, contre -67 millions d'euros à fin juin 2014, la forte appréciation du dollar US par rapport à l'euro ayant conduit le Groupe à adapter son portefeuille de dérivés au cours du semestre ;

- des autres produits sur instruments financiers, positifs de 89 millions d'euros contre 67 millions d'euros un an plus tôt, progressent de 22 millions d'euros. En juin 2015, ceux-ci résultent principalement de plus-values de cession de valeurs mobilières de placement ; ils incluaient en juin 2014 des dividendes reçus pour 74 millions d'euros, liés principalement à la participation dans Hermès.

Le taux effectif d'impôt du Groupe à fin juin 2015 s'établit à 33 %, en hausse de 3 points par rapport au premier semestre de 2014 ; l'effet favorable sur le taux effectif d'impôt lié au différentiel entre le taux français et les taux étrangers s'est réduit de 7 points au 30 juin 2014 à 5 points au 30 juin 2015, en raison de l'évolution de la répartition géographique des activités du Groupe.

La part du résultat net revenant aux minoritaires est de 172 millions d'euros contre 212 millions d'euros au 30 juin 2014 ; il s'agit principalement des minoritaires de Moët Hennessy et DFS.

Le résultat net part du Groupe s'élève à 1 580 millions d'euros, en hausse de 5 % par rapport à fin juin 2014. Il représente 9 % des ventes du premier semestre 2015, soit 2 points de moins qu'à fin juin 2014.

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 la période des entités ayant une monnaie fonctionnelle autre que l'euro aux taux de change de la période précédente, à l'exclusion de tout autre retraitement.

Les effets des variations de périmètre sont déterminés :

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

Le retraitement du résultat opérationnel courant s'effectue selon les mêmes principes ; s'y ajoutent les retraitements du résultat de change décrits en 1.2 Résultat opérationnel courant.

2. VINS ET SPIRITUEUX

	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Ventes (en millions d'euros)	1 930	3 973	1 677
dont : Champagne et vins	830	1 985	723
Cognac et spiritueux	1 100	1 988	954
Ventes en volume (en millions de bouteilles)			
Champagne	22,5	59,6	21,8
Cognac	34,7	70,4	32,6
Autres spiritueux	8,2	17,3	8,1
Vins tranquilles et pétillants	17,7	45,1	17,8
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	5	6	5
Europe (hors France)	16	21	17
États-Unis	31	27	26
Japon	6	6	6
Asie (hors Japon)	27	24	31
Autres marchés	15	16	15
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	482	1 147	461
Marge opérationnelle (en %)	25,0	28,9	27,5
Investissements d'exploitation de la période (en millions d'euros)	87	152	50

Faits marquants

L'excellence des produits, la forte dynamique d'innovation des marques de vins et spiritueux de LVMH et la réactivité du réseau de distribution de Moët Hennessy soutiennent la hausse des ventes dans un environnement de marché contrasté. L'activité du premier semestre est marquée par de fortes performances aux États-Unis et au Japon conjuguées à un rebond des ventes en Europe, tandis que le déstockage des distributeurs en Chine a continué de peser sur les ventes de cognac de qualités supérieures.

Les volumes de champagne sont en hausse de 3 %. Réflétant la stratégie de valeur des Maisons, les cuvées de prestige enregistrent de bonnes progressions. **Moët & Chandon** innove et renforce sa présence dans le monde de la nuit en proposant les premiers flacons de champagne lumineux. La marque enregistre une accélération des ventes de ses qualités premium. **Dom Pérignon** réalise un bon semestre, marqué par le lancement de deux millésimes, le Dom Pérignon *Vintage Rosé 2004* et l'exceptionnel Dom Pérignon *Vintage 2005*. La marque a inauguré un partenariat de trois ans avec la Fondation elBulli visant à mettre en avant son unicité et à définir une expérience inédite de dégustation. Tout en poursuivant ses avancées aux États-Unis et au Japon, **Veuve Clicquot** bénéficie du rebond observé en Europe. Lancé en avril, *Veuve Clicquot Rich*, le premier

champagne conçu pour la mixologie, rencontre un vif succès sur les premiers marchés où il est déployé. **Krug** réalise de belles performances et accroît son rayonnement avec plusieurs événements marquants comme la célébration de la 170^e édition de *Krug Grande Cuvée*. **Ruinart** poursuit son développement dans l'ensemble des régions et continue d'illustrer son engagement pour l'art contemporain. **Mercier** élargit sa gamme avec une nouvelle cuvée premium, *Mercier Blanc de Noirs*.

Les ventes d'**Estates & Wines** enregistrent une bonne progression. Les nouveaux vignobles **Chandon** de Ningxia en Chine et de Nashik en Inde sont totalement opérationnels. Leurs chais et cuveries ont accueilli leurs premiers raisins. **Cloudy Bay** a vendangé ses premiers Pinot noirs dans son vignoble de Northburn à Central Otago, île du Sud de la Nouvelle-Zélande.

Face au contexte de déstockage de la distribution en Chine, **Hennessy** s'appuie sur une croissance soutenue de ses autres marchés, enregistre un retour à la croissance organique des ventes au second trimestre et une hausse de 6 % de ses volumes sur le semestre. Sa dynamique est particulièrement significative dans les autres pays d'Asie, où Hennessy bénéficie d'une forte valeur de marque, et surtout aux États-Unis, où le succès de la campagne dédiée à *Very Special* se conjugue à la volonté de développer l'ensemble du portefeuille. Le 250^e anniversaire de la Maison constitue une caisse de résonance exceptionnelle auprès des consommateurs et des media grâce à de nombreuses célébrations internationales et à la commercialisation d'une cuvée en édition limitée. Afin d'accompagner sa croissance à long terme, Hennessy a engagé un plan d'investissements ambitieux comprenant notamment la construction d'un nouveau site d'embouteillage et d'expédition.

Portés par leur politique de qualité et d'innovation, les whiskies **Glenmorangie** et **Ardbeg** poursuivent leur croissance soutenue. Leur notoriété se développe grâce à de prestigieuses récompenses à l'échelon international. La vodka **Belvedere** est toujours très dynamique et anime avec succès le haut de gamme du marché de la nuit.

Perspectives

Le groupe Vins et Spiritueux continue de s'appuyer sur la puissance et l'exceptionnelle qualité de son portefeuille de marques ainsi que sur la réactivité de son réseau de distribution pour renforcer ses positions dans les grands pays consommateurs et conforter son avance sur les marchés émergents. Il maintient sa stratégie de valeur avec un accent particulier sur l'innovation, le renforcement de l'image et de la désirabilité de ses marques et la volonté de faire vivre aux consommateurs des expériences sans équivalent. La seconde partie de l'année sera riche en lancements de produits et en événements. Alors que le déstockage opéré par la distribution en Chine se poursuit sur les qualités supérieures, le cognac Hennessy devrait bénéficier d'un rebond des expéditions de VSOP dans la région et tirer parti de la grande vitalité des autres pays d'Asie et du marché américain.

3. MODE ET MAROQUINERIE

	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Ventes (en millions d'euros)	5 933	10 828	5 030
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	9	8	8
Europe (hors France)	21	21	20
États-Unis	21	21	18
Japon	11	11	12
Asie (hors Japon)	29	30	31
Autres marchés	9	9	11
Total	100	100	100
Nature des ventes en pourcentage du total des ventes (hors Louis Vuitton)			
Ventes au détail	59	58	56
Ventes de gros	38	40	41
Licences	3	2	3
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	1 661	3 189	1 487
Marge opérationnelle (en %)	28,0	29,5	29,6
Investissements d'exploitation de la période (en millions d'euros)	280	585	274
Nombre de magasins	1 550	1 534	1 477

Faits marquants

Louis Vuitton continue d'illustrer sa dynamique créative dans toutes ses collections. La maroquinerie poursuit sa croissance solide, en particulier pour les sacs de ville, avec des modèles récents et des lancements très performants. Cette croissance reflète le bon équilibre recherché entre le mythique *Monogram*, toujours aussi dynamique et source constante d'inspiration, et les lignes en cuir à l'image de l'intemporel *Capucines*. Le nouveau chapitre créatif inauguré avec Nicolas Ghesquière contribue à amplifier le rayonnement de la marque. Deux présentations au sein de lieux emblématiques ont marqué le premier semestre : la collection automne-hiver 2015 dans le cadre de la Fondation Louis Vuitton à Paris et le défilé *Croisière* dans celui de la villa de Bob et Dolores Hope à Palm Springs en Californie. La communication de Louis Vuitton repose sur des campagnes régulières et cohérentes, complétées par des actions fortes autour de lancements, d'ouvertures de magasins ou d'événements artistiques à travers le monde. La Fondation Louis Vuitton présente cet été sa première exposition hors les murs à Pékin. La Maison renforce par ailleurs son association avec la Coupe de l'America, la plus prestigieuse compétition de yachting international.

Fendi enregistre une forte croissance et gagne des parts de marché dans toutes les régions du monde. La Maison romaine continue de renforcer sa désirabilité en cultivant audace, raffinement et sophistication. Elle fait preuve d'une excellente dynamique dans toutes ses catégories de produits, en particulier la maroquinerie et les accessoires. Le nouveau concept de boutiques poursuit son déploiement avec succès. Fendi célèbre en 2015 50 années de collaboration créative avec Karl Lagerfeld et vient d'installer son nouveau siège au Palais de la Civilisation Italienne, un bâtiment romain emblématique.

Fort de son expertise et de ses sources exclusives d'approvisionnement en matières naturelles les plus nobles, porté par l'excellence de son savoir-faire textile et de ses créations en prêt-à-porter, souliers et accessoires, **Loro Piana** poursuit sa croissance. Son réseau de boutiques réalise de belles performances, tout particulièrement à Paris, New York, Chicago, Venise, Tokyo et Taïwan. De nouveaux magasins ont été ouverts à Francfort et Macao.

Porté par toutes ses catégories de produits, **Céline** réalise une solide performance et poursuit le développement sélectif de son réseau de distribution. Sa ligne iconique *Luggage* suscite toujours une forte demande. Le prêt-à-porter et les souliers continuent d'affirmer avec force l'identité de la marque à travers ses éléments de modernité et de qualité.

Givenchy et **Kenzo** accentuent leur dynamique avec une créativité et une visibilité renforcées et un taux de croissance des ventes élevé. **Berluti** réalise d'excellentes performances en Europe et au Japon et renforce son cœur de métier avec le démarrage de son nouvel atelier de souliers à Ferrare.

Loewe bénéficie du très bon accueil réservé aux collections de son nouveau Directeur artistique, Jonathan Anderson, et du succès du lancement du sac *Puzzle*, parfaite incarnation de la créativité de la Maison espagnole et de son savoir-faire exceptionnel dans le travail du cuir. **Pucci** accueille un nouveau Directeur de la création, Massimo Giorgetti. **Donna Karan** et **Marc Jacobs** poursuivent leur renforcement créatif en se concentrant sur le repositionnement de leurs collections dans le segment de la mode contemporaine. **Thomas Pink** enregistre une forte progression de ses ventes en ligne.

Perspectives

Louis Vuitton maintiendra sa dynamique de création, avec de belles perspectives de développement pour les sacs de ville, les objets du voyage et la petite maroquinerie. L'image de la Maison sera portée par de nouveaux événements au sein de lieux emblématiques. L'ouverture de la Galerie de Louis Vuitton à Asnières, sur les lieux mêmes où se situent le berceau de son savoir-faire, la maison de famille et l'atelier où sont réalisées les pièces les plus exceptionnelles, constitue l'un de ces temps forts. Louis Vuitton poursuivra également le développement qualitatif de son réseau de magasins avec la volonté constante d'offrir à sa clientèle un univers fascinant et un service d'exception.

En juillet, pour la première fois, **Fendi** présente sa collection de Haute Fourrure durant la semaine de la Haute Couture à Paris. De nombreux lancements interviendront d'ici la fin de l'année, de même que des ouvertures comme celle du magasin du Palazzo Fendi à Rome.

En se concentrant sur leurs objectifs spécifiques, l'ensemble des marques de mode continueront de renforcer leur positionnement, la créativité de leurs collections et l'excellence de leur distribution.

4. PARFUMS ET COSMÉTIQUES

	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Ventes (en millions d'euros)	2 159	3 916	1 839
Ventes par ligne de produits (en %)			
Parfums	38	43	41
Maquillage	42	39	40
Produits de soins	20	18	19
Total	100	100	100
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	12	13	13
Europe (hors France)	25	30	29
États-Unis	14	13	12
Japon	4	4	4
Asie (hors Japon)	30	26	26
Autres marchés	15	14	16
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	248	415	204
Marge opérationnelle (en %)	11,5	10,6	11,1
Investissements d'exploitation de la période (en millions d'euros)	101	221	92
Nombre de magasins	175	162	139

Faits marquants

Le groupe Parfums et Cosmétiques enregistre une belle croissance de ses ventes et de nouveaux gains de parts de marché. Les Maisons de LVMH continuent de s'appuyer sur la vitalité de leurs lignes emblématiques, sur leur forte politique d'innovation et de différenciation et sur des investissements soutenus en communication.

Parfums Christian Dior fait toujours preuve d'une remarquable dynamique. La marque accentue sa montée en puissance en cultivant son statut de grande Maison de parfum et renforçant ses liens avec la Couture. Dans le domaine du parfum, Dior bénéficie de la croissance de ses trois piliers mondiaux, *J'adore*, dont les parts de marché continuent de progresser, *Miss Dior*, dynamisé par sa nouvelle communication avec Natalie Portman, et *Dior Homme*, qui conquiert de solides positions dans les principales régions du monde. *La Collection Privée Christian Dior*, symbole de l'excellence du savoir-faire de son Parfumeur,

s'enrichit d'une nouvelle création. Le maquillage s'impose à l'international, porté par son lien avec la mode, l'audace de ses créations et le succès de ses innovations à l'image du *Sérum de teint Diorskin Nude Air* ou du *Rouge Brillant*. L'axe soin bénéficie des performances de *Prestige*, notamment en Asie, et du succès international de *Dreamskin* dont le lancement en Chine génère des résultats sans précédent.

À Chartres, en février dernier, **Guerlain** a inauguré La Ruche, son nouveau site de production dédié aux cosmétiques. La Maison se donne ainsi les moyens d'accompagner sa croissance des prochaines décennies tout en réaffirmant son ancrage français et son engagement environnemental et social. Le parfum *La Petite Robe Noire*, solidement installé à la deuxième place du marché français, réalise aussi de belles performances à l'international. Le développement de la marque en Asie est porté par le soin, avec en particulier la très forte croissance d'*Abeille Royale* dont l'Huile de Soins Visage et le Sérum connaissent un grand succès. La Maison du 68 Champs-Élysées, parfaite incarnation de la vision d'excellence et de prestige de Guerlain, propose une expérience unique, de la découverte de ses créations exclusives aux soins sur-mesure prodigués par son Institut.

L'activité de **Parfums Givenchy** est soutenue par la progression des parfums *Gentlemen Only* et *Dablia Divin* ainsi que par la croissance de la ligne de maquillage *Le Makeup* et de sa gamme de rouges à lèvres. **Kenzo Parfums** bénéficie du succès de *Jeu d'Amour* lancé en 2014, consolide les positions de son pilier *Flower by Kenzo* et augmente les ventes de sa ligne de soin *Kenzoki*.

Benefit confirme sa forte dynamique. Sa dernière innovation majeure, le mascara recourbant *Roller Lash* remporte un très grand succès et vient renforcer la position de leader déjà détenue par la marque américaine avec le mascara allongeant *They're Real!*. **Make Up For Ever** enregistre une belle accélération de sa croissance, portée par ses activités aux États-Unis et au Moyen-Orient. La marque inaugure son implantation au Royaume-Uni. **Fresh** réalise plusieurs lancements importants, notamment dans sa gamme à base de lotus, et ouvre des magasins à Singapour et en Thaïlande. **Acqua di Parma** déploie à l'international son parfum *Rosa Nobile* lancé en 2014.

Perspectives

Les marques de LVMH se donnent de nouveaux objectifs de gains de parts de marché en 2015. **Parfums Christian Dior** lancera en septembre, dix ans après *Dior Homme*, un nouveau parfum masculin qui bénéficiera d'un soutien mondial et d'une égérie planétaire, Johnny Depp. La marque innovera en

maquillage et soin, avec notamment la réinvention du rouge *Dior Addict Lipstick* porté par Jennifer Lawrence, icône de la nouvelle génération, et une initiative forte dédiée à la crème iconique *Prestige*. L'actualité de **Guerlain** sera marquée par le déploiement international de *L'Homme Idéal Cologne* et le lancement de nouveaux produits en maquillage et dans les gammes de

soin *Orchidée Impériale* et *Abeille Royale*. De nombreux autres lancements se concrétiseront dans les mois qui viennent pour l'ensemble des marques du groupe d'activités et de nouveaux magasins seront inaugurés dans des villes phares, contribuant à faire de 2015 une année riche en développements.

5. MONTRES ET JOAILLERIE

	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Ventes (en millions d'euros)	1 552	2 782	1 266
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	7	6	6
Europe (hors France)	25	27	26
États-Unis	10	12	12
Japon	14	13	13
Asie (hors Japon)	27	26	26
Autres marchés	17	16	17
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	205	283	107
Marge opérationnelle (en %)	13,2	10,2	8,5
Investissements d'exploitation de la période (en millions d'euros)	102	191	93
Nombre de magasins	390	380	366

Faits marquants

Le groupe Montres et Joaillerie enregistre une croissance soutenue, alimentée principalement par la forte performance de la joaillerie. Les boutiques en propre réalisent de solides progressions, portées par le succès de leurs lignes iconiques et la créativité des nouveaux produits. L'activité des ventes en gros est pour sa part ralentie par la prudence des détaillants horlogers multimarques dans un contexte d'incertitudes économiques et monétaires. Les marques de LVMH s'attachent à renforcer leur notoriété par des investissements soutenus en communication et mettent en œuvre un programme de rénovation et d'ouvertures sélectives de magasins.

Bulgari accélère nettement son développement, particulièrement en Chine, au Moyen-Orient et en Europe, grâce au succès de ses lignes phares de joaillerie *Bulgari Bulgari*, *Serpenti*, *B.zero1*, *Diva* et de nouvelles extensions comme *BB Cuore* ou *Divissima*. Également dynamique, l'activité des Montres bénéficie de l'essor confirmé de la ligne féminine *Lucea* et de la ligne masculine *Octo* ainsi que de l'excellent accueil reçu à la Foire de Bâle par la *Diagono Magnesium*. La remarquable performance des magasins en propre récompense les efforts continus d'ouvertures, d'embellissement et d'enrichissement de l'offre

des boutiques déployés par la Maison. Le magasin de Canton Road à Hong Kong, inauguré en janvier, s'affirme déjà comme l'un des tout premiers de Bulgari. Une exposition à Beijing puis Shanghai a célébré le savoir-faire joaillier de la Maison et son talent unique dans l'art d'assembler les pierres de couleur. Une nouvelle collection de Haute Joaillerie, *Giardini Italiani*, a été présentée en juin à Florence.

TAG Heuer a présenté à Bâle des nouveautés dans ses collections phares, *Carrera*, *Aquaracer* et *Formula 1*, créations qui accentuent son recentrage sur son cœur de gamme. Le modèle *Carrera Heuer 01* a été tout particulièrement remarqué. L'annonce d'une association avec Google et Intel en vue du lancement prochain d'une montre connectée, parfaite illustration du caractère pionnier de la Maison, a suscité un grand intérêt. De nouveaux partenariats, en particulier avec le champion de football Cristiano Ronaldo et le mannequin Cara Delevingne, nourrissent la communication de la marque auprès de ses publics cibles et sa présence dans les media sociaux.

Hublot poursuit sa solide croissance et continue d'illustrer sa créativité avec les modèles présentés à Bâle comme la *Classic Britto*, la *Big Bang Poker Tour* ou encore la *Big Bang Broderie*. La marque renforce sa visibilité par un programme de communication construit autour des milieux artistiques – notamment avec le pianiste Lang Lang – et sportifs en renforçant sa présence dans les événements majeurs du football mondial. L'ouverture de boutiques à Francfort, Taipei et Osaka vient renforcer son réseau de distribution.

Zenith célèbre son 150^e anniversaire et poursuit le développement de sa ligne emblématique *El Primero*. La Maison a présenté à Bâle son nouveau mouvement *Elite 6150*, modèle d'élégante sobriété et de classicisme horloger.

Les ventes de **Chaumet** augmentent tout particulièrement dans les catégories haut de gamme inspirées par l'héritage unique de cette marque prestigieuse. Le déploiement de la collection *Hortensia* se poursuit et la ligne *Joséphine* confirme sa progression. **De Beers** consolide son statut de référence dans le domaine du diamant avec des créations inédites. **Fred** poursuit le développement de sa ligne iconique *Force 10* et ouvre une nouvelle boutique phare à Paris rue de la Paix.

Perspectives

Les activités du groupe Montres et Joaillerie ont de bonnes perspectives de croissance globale au second semestre. La progression des ventes sera nourrie par la livraison des nouveautés

et soutenue par de nouvelles campagnes de marketing et communication. Le réseau de magasin poursuivra son développement avec en particulier l'ouverture de nouveaux points de vente à Moscou et la rénovation du magasin **Bvlgari** de Londres. Au cours de l'été, **Hublot** mettra en service sa seconde manu-

facture à Nyon, complétant ainsi son dispositif industriel afin de répondre au succès de ses produits. La majorité des nouveaux produits de TAG Heuer seront livrés au cours des prochains mois, soutenus par un plan de communication ciblant les marchés les plus importants pour la marque.

6. DISTRIBUTION SÉLECTIVE

	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Ventes (en millions d'euros)	5 291	9 534	4 382
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	13	15	15
Europe (hors France)	7	9	8
États-Unis	37	35	34
Japon	2	1	1
Asie (hors Japon)	32	31	33
Autres marchés	9	9	9
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	428	882	398
Marge opérationnelle (en %)	8,1	9,3	9,1
Investissements d'exploitation de la période (en millions d'euros)	140	389	177
Nombre de magasins			
Sephora	1 584	1 560	1 499
Autres	55	54	59

Faits marquants

Dans un contexte de faiblesse du yen et de l'euro, et de tensions affectant Macao et Hong Kong, **DFS** s'appuie sur son expertise unique pour renforcer sa position dans le « travel retail » via l'ouverture ou la transformation de magasins et la création de concepts novateurs. La boutique de vins et spiritueux ouverte dans l'aéroport de Changi à Singapour repousse les standards d'excellence de sa catégorie en termes d'architecture et d'expérience client. En réponse à l'évolution des comportements de la clientèle, un nouveau concept d'espace dédié à la beauté a été lancé dans le complexe Galaxy à Macao et celui de Causeway Bay à Hong Kong a fait l'objet d'une large réorganisation. **DFS** a par ailleurs tiré parti d'un afflux sans précédent de voyageurs chinois à Okinawa. Le programme de fidélité « Loyal T » poursuit son déploiement avec succès et se révèle un excellent vecteur à la fois de fidélisation et de conquête de nouveaux clients.

Starboard Cruise Services continue de bénéficier du développement des itinéraires en Asie et de différencier l'offre de ses boutiques en fonction des différentes lignes de croisière.

Le lancement d'un nouveau navire de grande capacité et le renouvellement du contrat avec la compagnie Royal Caribbean sont les faits marquants du semestre.

Sephora poursuit une croissance organique à deux chiffres de ses ventes, portée particulièrement par sa dynamique en Amérique du Nord, en France et au Moyen-Orient. L'enseigne continue de gagner des parts de marché dans tous ses pays clés et poursuit son expansion avec l'ouverture nette de 24 magasins au premier semestre. Les ventes en ligne connaissent aussi une croissance remarquable et l'offre mobile est encore renforcée. De nouveaux territoires ont été inaugurés avec l'ouverture d'une boutique sur la plate-forme d'e-commerce chinois JD.com. **Sephora** maintient le cap de l'innovation dans les produits, les services et le digital. Plusieurs propositions innovantes ont été lancées au cours du semestre : livraison en 48 heures aux États-Unis ou service « Click & Collect » en France, permettant de retirer une commande passée sur Internet dans un magasin trois heures plus tard. Ces initiatives ont vocation à être déployées plus largement, tout comme l'innovation « Beauty To Go », un ensemble de produits en petit format adaptés à la vie quotidienne et au voyage.

Étape clé de son plan de modernisation, **Le Bon Marché** a dévoilé au premier semestre un très bel espace consacré aux souliers et a débuté la mise en place d'un nouveau concept pour la Mode femme. Le grand magasin bénéficie de la croissance de sa clientèle parisienne et internationale, attachée à son atmosphère unique et à la qualité de ses services. Cette progression est soutenue par le succès du programme de fidélité lancé en 2014 et de nouvelles initiatives en matière de relation clients.

Perspectives

Au cours des mois qui viennent, **DFS** s'attachera à optimiser la valeur et la composition de l'offre de ses magasins en fonction de l'évolution des attentes des voyageurs et à enrichir l'expérience qui leur est proposée. Le nouveau visage du magasin de City of Dreams à Macao en 2016 sera la vitrine de son esprit d'innovation et de son expertise dans le domaine du luxe. Dans le cadre de sa stratégie de diversification géographique, **DFS** prépare activement son implantation à Siem Reap au Cambodge et à Venise en Italie, dont les ouvertures sont prévues en 2016.

Sephora continuera de renforcer ses piliers stratégiques : innovation dans l'offre, développement de services exclusifs, engagement des équipes. L'enseigne poursuivra ses ouvertures de magasins à un rythme soutenu. Deux nouvelles campagnes

de communication seront lancées en Europe et aux États-Unis. Les initiatives digitales en magasin seront déployées plus largement, contribuant à accentuer l'avance de Sephora dans le développement du multicanal. L'acquisition du site de e-commerce Luxola présent en Asie du Sud-Est s'inscrit dans cette stratégie.

Le Bon Marché poursuivra la transformation de son département Mode femme afin de renforcer son profil de magasin prescripteur de tendances et l'expérience unique recherchée par sa clientèle. Fidèle à la dimension événementielle qui fait aussi sa différence, le grand magasin organisera à l'automne une grande exposition commerciale et culturelle consacrée à l'esprit unique de la communauté émergente de Brooklyn.

7. COMMENTAIRES SUR LE BILAN CONSOLIDÉ

<i>(en milliards d'euros)</i>	30 juin 2015	31 déc. 2014	Variation
Immobilisations corp. et incorporelles	33,9	32,3	1,6
Autres	3,6	3,0	0,6
Actifs non courants	37,5	35,3	2,2
Stocks	10,4	9,5	0,9
Autres	7,2	8,6	(1,4)
Actifs courants	17,6	18,1	(0,5)
Actif	55,1	53,4	1,7

Au 30 juin 2015, le total du bilan consolidé de LVMH s'élève à 55,1 milliards d'euros, en hausse de 3 % par rapport à fin 2014. Les actifs non courants, qui progressent de 2,2 milliards d'euros, représentent 68 % du total du bilan, contre 66 % à fin 2014.

Les immobilisations corporelles et incorporelles progressent de 1,6 milliard d'euros, dont 0,9 milliard du fait de l'évolution des parités monétaires et 0,8 milliard lié à la progression de l'écart d'acquisition relatif aux engagements d'achat de titres de minoritaires. Celui-ci correspond, pour l'essentiel, à l'engagement portant sur les 34 % détenus par Diageo plc dans Moët Hennessy. Les investissements du semestre, dont le montant est équivalent aux dotations aux amortissements et aux cessions, sont commentés dans le cadre des analyses de variations de trésorerie.

La progression des autres actifs non courants, de 0,6 milliard d'euros, résulte principalement de la progression des impôts différés actifs, pour 0,4 milliard d'euros. Celle-ci résulte, à hauteur de 0,3 milliard d'euros, de la décompensation de soldes à long terme, qui a entraîné une progression équivalente des impôts différés actifs et passifs, à laquelle s'ajoute l'effet de la fluctuation des devises. La participation résiduelle dans Hermès, qui représentait un montant de 0,1 milliard d'euros

<i>(en milliards d'euros)</i>	30 juin 2015	31 déc. 2014	Variation
Capitaux propres	24,4	23,0	1,4
Dette financière à plus d'un an	5,2	5,0	0,2
Autres passifs non courants	14,4	13,2	1,2
Capitaux permanents	44,0	41,2	2,8
Dette financière à moins d'un an	3,7	4,2	(0,5)
Autres	7,4	8,0	(0,6)
Passifs courants	11,1	12,2	(1,1)
Passif	55,1	53,4	1,7

au 31 décembre 2014, a été cédée au cours du semestre, conformément aux termes du Protocole transactionnel conclu avec Hermès en 2014.

Les stocks progressent de 0,9 milliard d'euros. Leur évolution est commentée dans le cadre des analyses de variations de trésorerie.

Les autres actifs courants sont en baisse de 1,4 milliard d'euros, dus principalement à la réduction du niveau de trésorerie.

Les autres passifs non courants, à 14,4 milliards d'euros, sont en augmentation de 1,2 milliard d'euros, sous l'effet de la progression de 0,8 milliard d'euros de la dette relative aux engagements d'achat de titres d'intérêts minoritaires ainsi que de la progression des impôts différés passifs, pour 0,4 milliard d'euros, dont 0,3 milliard résultant de la décompensation de certains impôts différés actifs et passifs évoquée ci-dessus et 0,1 milliard lié à la fluctuation des devises.

Les autres passifs courants, à 7,4 milliards d'euros, sont en retrait de 0,6 milliard d'euros, évolution liée principalement au recul des dettes fiscales et sociales et des dettes envers les fournisseurs, du fait de la saisonnalité des activités du Groupe.

Dettes financières nettes et capitaux propres

(en milliards d'euros)	30 juin 2015	31 déc. 2014	Variation
Dettes financières à plus d'un an	5,2	5,0	0,2
Dettes financières à moins d'un an et instruments dérivés	3,6	4,2	(0,6)
Dettes financières brutes après effet des instruments dérivés	8,8	9,2	(0,4)
Trésorerie et équivalents de trésorerie, et placements financiers	(2,8)	(4,4)	1,6
Dettes financières nettes	6,0	4,8	1,2
Capitaux propres	24,4	23,0	1,4
Ratio dettes financières nettes/ Capitaux propres	25 %	21 %	4 %

Le ratio dettes financières nettes sur capitaux propres, 21 % au 31 décembre 2014, augmente de 4 points pour s'établir à 25 %, le rythme de progression des capitaux propres au cours du semestre ayant été inférieur à celui de la dette financière nette, évolution caractéristique de la saisonnalité des activités du Groupe.

Le total des capitaux propres s'élève à 24,4 milliards d'euros au 30 juin 2015, en hausse de 1,4 milliard d'euros par rapport à fin 2014. Le résultat du semestre contribue à cette progression pour 1,8 milliard d'euros. S'y rajoute, pour 0,7 milliard d'euros, l'effet positif de l'évolution des parités monétaires sur les réserves des entités en devises, principalement en dollar US, en Hong Kong dollar, et en francs suisses. L'effet négatif lié aux distributions de dividende du semestre s'est élevé à 1,2 milliard d'euros. Au 30 juin 2015, le total des capitaux propres représente 44 % du total du bilan, contre 43 % fin 2014.

La dette financière brute après effet des instruments dérivés s'élève à fin juin 2015 à 8,8 milliards d'euros, en retrait de 0,4 milliard par rapport à fin 2014. Durant le semestre, LVMH a remboursé les emprunts obligataires émis en 2009 (250 millions d'euros) et 2011 (500 millions d'euros) ainsi que celui de 200 millions de francs suisses émis en 2008. À l'inverse, l'encours de billets de trésorerie a progressé de 0,4 milliard d'euros. La trésorerie et équivalents de trésorerie, et les placements financiers s'élèvent en fin de semestre à 2,8 milliards d'euros, inférieurs de 1,6 milliard d'euros aux 4,4 milliards atteints fin 2014.

Au 30 juin 2015, le montant disponible de lignes de crédit confirmées non tirées est de 3,4 milliards d'euros, et couvre largement le programme de billets de trésorerie, dont l'encours atteint 2,4 milliards d'euros à la clôture.

8. COMMENTAIRES SUR LA VARIATION DE TRÉSORERIE CONSOLIDÉE

(en millions d'euros)	30 juin 2015	30 juin 2014 ^(a)	Variation
Capacité d'autofinancement générée par l'activité	3 368	3 140	228
Coût de la dette financière nette : intérêts payés	(51)	(57)	6
Impôt payé	(801)	(901)	100
Capacité d'autofinancement après intérêts financiers et impôt	2 516	2 182	334
Variation du besoin en fonds de roulement	(1 022)	(1 274)	252
Investissements d'exploitation	(816)	(848)	32
Cash flow disponible	678	60	618
Investissements financiers	(13)	(77)	64
Opérations en capital	(1 424)	(1 176)	(248)
Variation de la trésorerie avant opérations de financement	(759)	(1 193)	434

(a) Après modification de la présentation des dividendes reçus et de l'impôt payé. Voir Note 1.4 de l'annexe aux comptes consolidés 2014.

La capacité d'autofinancement générée par l'activité, à 3 368 millions d'euros, progresse de 7 % par rapport aux 3 140 millions enregistrés un an plus tôt. Après paiement des intérêts financiers et de l'impôt, la capacité d'autofinancement atteint 2 516 millions d'euros, en hausse de 334 millions d'euros par rapport au premier semestre 2014.

Les intérêts payés, à 51 millions d'euros, sont en légère baisse par rapport au montant des six premiers mois de 2014, en raison, principalement, de la baisse des taux d'intérêt sur les emprunts.

L'impôt payé atteint 801 millions d'euros, en recul par rapport aux 901 millions décaissés l'an dernier.

Le besoin en fonds de roulement progresse de 1 022 millions d'euros, en raison essentiellement de l'augmentation de 594 millions d'euros des stocks, de la baisse de 359 millions d'euros des dettes envers les fournisseurs, et de 284 millions d'euros des dettes fiscales et sociales. Cet effet est compensé à hauteur de 295 millions d'euros par l'augmentation des encours clients. Ces évolutions reflètent la saisonnalité des activités du Groupe. L'augmentation des stocks concerne principalement les Vins et Spiritueux et les Montres et Joaillerie ainsi que, dans une moindre mesure, la Distribution sélective.

Les investissements d'exploitation, nets des cessions, représentent un débours de 816 millions d'euros, stable par rapport au premier semestre 2014, dont les investissements s'élevaient à 848 millions d'euros. Ils sont constitués principalement des investissements de Louis Vuitton, Sephora, DFS et Bvlgari dans leurs réseaux de distribution, de ceux de Parfums Christian Dior dans ses comptoirs et magasins, ainsi que ceux des marques de champagne et de Hennessy dans leur outil de production, ainsi que des investissements immobiliers affectés à l'exploitation administrative, commerciale ou locative.

Lors du semestre, un montant net de 13 millions d'euros a été consacré aux investissements financiers et acquisitions de titres consolidés, contre 77 millions un an plus tôt. Ce montant se

décompose en 23 millions d'euros déboursés suite à des acquisitions de titres consolidés, et 10 millions générés grâce aux transactions relatives aux investissements financiers, le montant des cessions, net d'impôt, ayant été supérieur aux acquisitions de la période.

La variation de trésorerie issue des opérations en capital représente un débours de 1 424 millions d'euros. Ce montant correspond, à hauteur de 992 millions d'euros, aux dividendes versés au cours de l'exercice par LVMH SE, hors actions auto-détenues au titre du solde du dividende 2014. À cela s'ajoutent les dividendes versés aux minoritaires des filiales consolidées, pour 195 millions d'euros et l'impôt relatif aux dividendes versés, pour 258 millions d'euros. À l'inverse, les levées d'options de souscription réalisées durant le semestre ont permis de recueillir 15 millions d'euros.

Le besoin de trésorerie après toutes opérations d'exploitation, d'investissement et en capital s'est ainsi élevé à 759 millions d'euros. Le besoin de trésorerie au titre des opérations de financement ayant été de 885 millions d'euros, et l'effet de la variation des écarts de conversion positif de 94 millions d'euros, le niveau de trésorerie en fin d'exercice est en recul de 1 550 millions d'euros par rapport à fin 2014.

COMPTES SEMESTRIELS CONSOLIDÉS RÉSUMÉS

COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ	20
ÉTAT GLOBAL DES GAINS ET PERTES CONSOLIDÉS	21
BILAN CONSOLIDÉ	22
TABLEAU DE VARIATION DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDÉS	23
TABLEAU DE VARIATION DE LA TRÉSORERIE CONSOLIDÉE	24
ANNEXE AUX COMPTES CONSOLIDÉS (EXTRAITS)	25

COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

<i>(en millions d'euros, sauf résultats par action)</i>	Notes	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Ventes	23	16 707	30 638	14 009
Coût des ventes		(5 881)	(10 801)	(4 828)
Marge brute		10 826	19 837	9 181
Charges commerciales		(6 601)	(11 744)	(5 483)
Charges administratives		(1 267)	(2 373)	(1 119)
Part dans les résultats des sociétés mises en équivalence	7	(3)	(5)	(3)
Résultat opérationnel courant	23-24	2 955	5 715	2 576
Autres produits et charges opérationnels	25	(64)	(284)	(49)
Résultat opérationnel		2 891	5 431	2 527
Coût de la dette financière nette		(52)	(115)	(50)
Autres produits et charges financiers		(207)	3 062	-
Résultat financier	26	(259)	2 947	(50)
Impôts sur les bénéfices	27	(880)	(2 273)	(756)
Résultat net avant part des minoritaires		1 752	6 105	1 721
Part des minoritaires	17	(172)	(457)	(212)
Résultat net, part du Groupe		1 580	5 648	1 509
Résultat net, part du Groupe par action <i>(en euros)</i>	28	3,15	11,27	3,01
Nombre d'actions retenu pour le calcul		502 206 295	501 309 369	501 046 054
Résultat net, part du Groupe par action après dilution <i>(en euros)</i>	28	3,13	11,21	3,00
Nombre d'actions retenu pour le calcul		504 727 629	503 861 733	503 171 031

ÉTAT GLOBAL DES GAINS ET PERTES CONSOLIDÉS

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Résultat net avant part des minoritaires	1 752	6 105	1 721
Variation du montant des écarts de conversion	706	534	99
Effets d'impôt	128	104	13
	834	638	112
Variation de valeur des investissements et placements financiers	23	494	122
Montants transférés en résultat	(89)	(3 326)	(9)
Effets d'impôt	18	184	(7)
	(48)	(2 648)	106
Variation de valeur des couvertures de flux de trésorerie futurs en devises	9	(30)	(19)
Montants transférés en résultat	(6)	(163)	(153)
Effets d'impôt	3	57	14
	6	(136)	(158)
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres, transférables en compte de résultat	792	(2 146)	60
Variation de valeur des terres à vignes	-	(17)	3
Montants transférés en réserves consolidées	-	(10)	(6)
Effets d'impôt	-	9	-
	-	(18)	(3)
Engagements envers le personnel : variation de valeur liée aux écarts actuariels	-	(161)	(15)
Effets d'impôt	-	52	5
	-	(109)	(10)
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres, non transférables en compte de résultat	-	(127)	(13)
Résultat global	2 544	3 832	1 768
Part des minoritaires	(257)	(565)	(211)
Résultat global, part du Groupe	2 287	3 267	1 557

BILAN CONSOLIDÉ

ACTIF	Notes	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
<i>(en millions d'euros)</i>				
Marques et autres immobilisations incorporelles	3	13 502	13 031	12 654
Écarts d'acquisition	4	9 723	8 810	8 988
Immobilisations corporelles	6	10 697	10 387	9 919
Participations mises en équivalence	7	526	519	496
Investissements financiers	8	622	580	7 193
Autres actifs non courants	9	521	489	481
Impôts différés		1 955	1 436	1 023
Actifs non courants		37 546	35 252	40 754
Stocks et en-cours	10	10 381	9 475	9 326
Créances clients et comptes rattachés	11	2 086	2 274	1 943
Impôts sur les résultats		422	354	327
Autres actifs courants	12	2 090	1 916	1 651
Trésorerie et équivalents de trésorerie	14	2 556	4 091	2 159
Actifs courants		17 535	18 110	15 406
Total de l'actif		55 081	53 362	56 160
PASSIF ET CAPITAUX PROPRES				
<i>(en millions d'euros)</i>				
Capital		152	152	152
Primes		2 669	2 655	3 886
Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH		(349)	(374)	(421)
Écarts de conversion		1 240	492	91
Écarts de réévaluation		978	1 019	3 844
Autres réserves		16 862	12 171	18 483
Résultat net, part du Groupe		1 580	5 648	1 509
Capitaux propres, part du Groupe	15	23 132	21 763	27 544
Intérêts minoritaires	17	1 313	1 240	1 060
Capitaux propres		24 445	23 003	28 604
Dette financière à plus d'un an	18	5 201	5 054	3 248
Provisions à plus d'un an	19	2 354	2 291	1 830
Impôts différés		4 822	4 392	4 308
Autres passifs non courants	20	7 260	6 447	6 277
Passifs non courants		19 637	18 184	15 663
Dette financière à moins d'un an	18	3 695	4 189	5 629
Fournisseurs et comptes rattachés		3 374	3 606	3 001
Impôts sur les résultats		383	549	336
Provisions à moins d'un an	19	320	332	312
Autres passifs courants	21	3 227	3 499	2 615
Passifs courants		10 999	12 175	11 893
Total du passif et des capitaux propres		55 081	53 362	56 160

TABLEAU DE VARIATION DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDÉS

Notes	Nombre d'actions	Capital	Primes	Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH	Écarts de conversion	Écarts 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
(en millions d'euros)													
Notes		15.1		15.2	15.4							17	
Au 31 décembre 2013	507 793 661	152	3 849	(451)	(8)	2 855	136	946	(37)	19 437	26 879	1 028	27 907
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					500	(2 648)	(122)	(15)	(96)	-	(2 381)	108	(2 273)
Résultat net										5 648	5 648	457	6 105
Résultat global		-	-	-	500	(2 648)	(122)	(15)	(96)	5 648	3 267	565	3 832
Charges liées aux plans d'options										37	37	2	39
(Acquisitions)/cessions d'actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH				27						(17)	10	-	10
Levées d'options de souscription d'actions LVMH	980 323		59								59	-	59
Annulation d'actions LVMH	(1 062 271)		(50)	50							-	-	-
Augmentations de capital des filiales											-	3	3
Dividendes et acomptes versés										(1 579)	(1 579)	(328)	(1 907)
Distribution en nature des titres Hermès			(1 203)							(5 652)	(6 855)	-	(6 855)
Prises et pertes de contrôle dans les entités consolidées										(5)	(5)	11	6
Acquisitions et cessions de parts d'intérêts minoritaires										(2)	(2)	32	30
Engagements d'achat de titres de minoritaires										(48)	(48)	(73)	(121)
Au 31 décembre 2014	507 711 713	152	2 655	(374)	492	207	14	931	(133)	17 819	21 763	1 240	23 003
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					748	(48)	7				707	85	792
Résultat net										1 580	1 580	172	1 752
Résultat global		-	-	-	748	(48)	7	-	-	1 580	2 287	257	2 544
Charges liées aux plans d'options										18	18	1	19
(Acquisitions)/cessions d'actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH				24						(13)	11	-	11
Levées d'options de souscription d'actions LVMH	271 426		15								15	-	15
Annulation d'actions LVMH	(41 848)		(1)	1							-	-	-
Augmentations de capital des filiales											-	3	3
Dividendes et acomptes versés										(980)	(980)	(198)	(1 178)
Prises et pertes de contrôle dans les entités consolidées										(9)	(9)	-	(9)
Acquisitions et cessions de parts d'intérêts minoritaires											-	(1)	(1)
Engagements d'achat de titres de minoritaires										27	27	11	38
Au 30 juin 2015	507 941 291	152	2 669	(349)	1 240	159	21	931	(133)	18 442	23 132	1 313	24 445
Au 31 décembre 2013	507 793 661	152	3 849	(451)	(8)	2 855	136	946	(37)	19 437	26 879	1 028	27 907
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					99	106	(147)	(7)	(8)	5	48	(1)	47
Résultat net										1 509	1 509	212	1 721
Résultat global		-	-	-	99	106	(147)	(7)	(8)	1 514	1 557	211	1 768
Charges liées aux plans d'options										18	18	1	19
(Acquisitions)/cessions d'actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH				24						(12)	12	-	12
Levées d'options de souscription d'actions LVMH	725 591		43								43	-	43
Annulation d'actions LVMH	(123 796)		(6)	6							-	-	-
Augmentations de capital des filiales											-	1	1
Dividendes et acomptes versés										(952)	(952)	(265)	(1 217)
Prises et pertes de contrôle dans les entités consolidées										(6)	(6)	2	(4)
Acquisitions et cessions de parts d'intérêts minoritaires										1	1	42	43
Engagements d'achat de titres de minoritaires										(8)	(8)	40	32
Au 30 juin 2014	508 395 456	152	3 886	(421)	91	2 961	(11)	939	(45)	19 992	27 544	1 060	28 604

TABLEAU DE VARIATION DE LA TRÉSORERIE CONSOLIDÉE

<i>(en millions d'euros)</i>	Notes	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
I. OPÉRATIONS ET INVESTISSEMENTS D'EXPLOITATION				
Résultat opérationnel		2 891	5 431	2 527
Part dans le résultat et dividendes reçus des sociétés mises en équivalence ^(a)	7	8	26	13
Dotations nettes aux amortissements et provisions		850	1 895	705
Autres charges calculées		(351)	(188)	(61)
Autres retraitements		(30)	(84)	(44)
Capacité d'autofinancement générée par l'activité		3 368	7 080	3 140
Coût de la dette financière nette : intérêts payés		(51)	(116)	(57)
Impôt payé ^(a)		(801)	(1 639)	(901)
Capacité d'autofinancement après intérêts financiers et impôt		2 516	5 325	2 182
Variation du besoin en fonds de roulement	14.1	(1 022)	(718)	(1 274)
Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation		1 494	4 607	908
Investissements d'exploitation	14.2	(816)	(1 775)	(848)
Variation de la trésorerie issue des opérations et investissements d'exploitation (cash flow disponible)		678	2 832	60
II. INVESTISSEMENTS FINANCIERS				
Acquisitions d'investissements financiers	8	(18)	(57)	(36)
Cessions d'investissements financiers	8	39	160	21
Dividendes reçus ^(a)	8	4	69	74
Impôt relatif aux investissements financiers ^(a)		(15)	(237)	-
Incidences des acquisitions et cessions de titres consolidés	2	(23)	(167)	(136)
Variation de la trésorerie issue des investissements financiers		(13)	(232)	(77)
III. OPÉRATIONS EN CAPITAL				
Augmentations de capital de la société LVMH	15.1	15	59	43
Augmentations de capital des filiales souscrites par les minoritaires	17	3	3	-
Acquisitions et cessions d'actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH	15.2	3	1	4
Dividendes et acomptes versés par la société LVMH	15.3	(992)	(1 619) ^(b)	(952)
Impôt payé relatif aux dividendes et acomptes versés par les sociétés du groupe LVMH ^(a)		(258)	(79)	(46)
Dividendes et acomptes versés aux minoritaires des filiales consolidées	17	(195)	(336)	(265)
Acquisitions et cessions d'intérêts minoritaires	2	-	10	40
Variation de la trésorerie issue des opérations en capital		(1 424)	(1 961)	(1 176)
Variation de la trésorerie avant opérations de financement		(759)	639	(1 193)
IV. OPÉRATIONS DE FINANCEMENT				
Émissions ou souscriptions d'emprunts et dettes financières		807	2 407	1 322
Remboursements d'emprunts et dettes financières		(1 451)	(2 100)	(1 378)
Acquisitions et cessions de placements financiers		(241)	(106)	21
Variation de la trésorerie issue des opérations de financement		(885)	201	(35)
V. INCIDENCE DES ÉCARTS DE CONVERSION				
		94	27	29
VARIATION NETTE DE LA TRÉSORERIE (I+II+III+IV+V)		(1 550)	867	(1 199)
TRÉSORERIE NETTE À L'OUVERTURE	14	3 783	2 916	2 916
TRÉSORERIE NETTE À LA CLÔTURE	14	2 233	3 783	1 717
TOTAL DE L'IMPÔT PAYÉ		(1 074)	(1 955)	(947)
Opérations comprises dans le tableau ci-dessus, sans incidence sur la variation de la trésorerie :				
- investissements par location financement		2	5	1

(a) Après modification de la présentation des dividendes reçus et de l'impôt payé, à partir de 2014. Voir Note 1.4 de l'annexe aux comptes consolidés 2014.

(b) La distribution en nature des actions Hermès n'a pas eu d'effet sur la trésorerie, hors effets d'impôt. Voir Note 8 de l'annexe aux comptes consolidés 2014.

ANNEXE AUX COMPTES CONSOLIDÉS (EXTRAITS)

1.	PRINCIPES COMPTABLES	26
2.	VARIATIONS DE POURCENTAGE D'INTÉRÊT DANS LES ENTITÉS CONSOLIDÉES	26
3.	MARQUES, ENSEIGNES ET AUTRES IMMOBILISATIONS INCORPORELLES	27
4.	ÉCARTS D'ACQUISITION	28
5.	ÉVALUATION DES ACTIFS INCORPORELS À DURÉE DE VIE INDÉFINIE	28
6.	IMMOBILISATIONS CORPORELLES	29
7.	PARTICIPATIONS MISES EN ÉQUIVALENCE	30
8.	INVESTISSEMENTS FINANCIERS	30
9.	AUTRES ACTIFS NON COURANTS	31
10.	STOCKS ET EN-COURS	31
11.	CLIENTS	32
12.	AUTRES ACTIFS COURANTS	32
13.	PLACEMENTS FINANCIERS	33
14.	TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE	33
15.	CAPITAUX PROPRES	34
16.	PLANS D'OPTIONS ET ASSIMILÉS	36
17.	INTÉRÊTS MINORITAIRES	37
18.	EMPRUNTS ET DETTES FINANCIÈRES	37
19.	PROVISIONS	38
20.	AUTRES PASSIFS NON COURANTS	39
21.	AUTRES PASSIFS COURANTS	39
22.	INSTRUMENTS FINANCIERS ET GESTION DES RISQUES DE MARCHÉ	40
23.	INFORMATION SECTORIELLE	43
24.	CHARGES PAR NATURE	46
25.	AUTRES PRODUITS ET CHARGES OPÉRATIONNELS	46
26.	RÉSULTAT FINANCIER	46
27.	IMPÔTS SUR LES RÉSULTATS	47
28.	RÉSULTAT PAR ACTION	48
29.	ENGAGEMENTS HORS BILAN	48
30.	FAITS EXCEPTIONNELS ET LITIGES	48
31.	ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE	48

1. PRINCIPES COMPTABLES

1.1. Cadre général et environnement

Les comptes consolidés résumés du premier semestre 2015 ont été arrêtés par le Conseil d'administration le 28 juillet 2015. Ces comptes sont établis en conformité avec la norme IAS 34 sur l'établissement des comptes semestriels ainsi qu'avec les normes et interprétations comptables internationales (IAS/IFRS) adoptées par l'Union européenne en vigueur au 30 juin 2015 ; ces normes et interprétations sont appliquées de façon constante sur les périodes présentées.

Les comptes semestriels sont préparés selon les mêmes règles et méthodes que celles retenues pour la préparation des comptes annuels, à l'exception de la détermination du taux d'impôt sur les résultats, calculé sur la base d'une projection sur l'exercice. En outre, la comparabilité des comptes semestriels et annuels peut être affectée par la nature saisonnière des activités du Groupe qui réalise sur la seconde partie de l'année un volume d'affaires supérieur à celui du premier semestre (Voir Note 23 Information sectorielle).

1.2. Évolutions du référentiel comptable applicable à LVMH

Normes, amendements et interprétations dont l'application est obligatoire en 2015

L'interprétation IFRIC 21 relative à la comptabilisation des droits et des taxes est la seule norme applicable à LVMH à compter du 1^{er} janvier 2015. Son application n'a pas eu d'impact significatif sur les comptes du Groupe.

Normes, amendements et interprétations dont l'application sera obligatoire après 2015

Les normes applicables à LVMH à partir de 2016 sont les suivantes :

- l'amendement d'IAS 19 relatif à la comptabilisation des contributions des employés aux régimes post-emploi ;
- l'amendement d'IAS 41 relatif à la comptabilisation des actifs biologiques.

L'application de ces amendements n'aura pas d'effet significatif sur les comptes du Groupe.

Les effets de l'application de la norme IFRS 15 sur la comptabilisation du chiffre d'affaires, applicable à partir du 1^{er} janvier 2018 sont en cours d'analyse. Ceux-ci devraient être peu significatifs, étant donnée la nature des activités du Groupe.

Autres évolutions normatives

Le Groupe est informé de l'évolution des discussions en cours de l'IFRS Interpretations Committee et de l'IASB relatives à la comptabilisation des engagements d'achat de titres de minoritaires et des variations de leurs montants. Voir Note 1.12 de l'annexe aux comptes consolidés 2014 concernant le mode de comptabilisation de ces engagements par LVMH.

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

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

Aucune variation significative de pourcentage d'intérêt dans les entités consolidées n'est survenue au cours du premier semestre 2015.

3. MARQUES, ENSEIGNES ET AUTRES IMMOBILISATIONS INCORPORELLES

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2015			31 déc. 2014	30 juin 2014
	Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net	Net
Marques	10 826	(587)	10 239	9 957	9 883
Enseignes	3 935	(1 620)	2 315	2 155	1 948
Licences de distribution	92	(74)	18	19	20
Droits au bail	652	(302)	350	344	327
Logiciels, sites Internet	1 127	(847)	280	278	234
Autres	664	(364)	300	278	242
Total	17 296	(3 794)	13 502	13 031	12 654
<i>dont : immobilisations en location financement</i>	14	(14)	-	-	-

La variation du solde net des marques, enseignes et autres immobilisations incorporelles au cours du semestre est constituée des éléments suivants :

Valeur brute <i>(en millions d'euros)</i>	Marques	Enseignes	Logiciels, sites Internet	Droits au bail	Autres immobilisations incorporelles	Total
Au 31 décembre 2014	10 519	3 651	1 049	624	694	16 537
Acquisitions	-	-	29	19	57	105
Cessions, mises hors service	-	-	(6)	(4)	(9)	(19)
Effets des variations de périmètre	-	-	-	-	-	-
Effets des variations de change	307	284	27	12	35	665
Reclassements	-	-	28	1	(21)	8
Au 30 juin 2015	10 826	3 935	1 127	652	756	17 296

Amortissements et dépréciations <i>(en millions d'euros)</i>	Marques	Enseignes	Logiciels, sites Internet	Droits au bail	Autres immobilisations incorporelles	Total
Au 31 décembre 2014	(562)	(1 496)	(771)	(280)	(397)	(3 506)
Amortissements	(10)	-	(64)	(19)	(42)	(135)
Dépréciations	-	-	-	-	-	-
Cessions, mises hors service	-	-	5	2	9	16
Effets des variations de périmètre	-	-	-	-	-	-
Effets des variations de change	(15)	(124)	(16)	(5)	(16)	(176)
Reclassements	-	-	(1)	-	8	7
Au 30 juin 2015	(587)	(1 620)	(847)	(302)	(438)	(3 794)
Valeur nette au 30 juin 2015	10 239	2 315	280	350	318	13 502

Les effets des variations de change proviennent principalement des immobilisations incorporelles comptabilisées en francs suisses et dollars US, notamment les marques TAG Heuer et Hublot, pour le franc suisse et l'enseigne DFS, pour le dollar US.

4. ÉCARTS D'ACQUISITION

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2015			31 déc. 2014	30 juin 2014
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Écarts d'acquisition sur titres consolidés	7 848	(1 616)	6 232	6 119	6 249
Écarts d'acquisition sur engagements d'achat de titres de minoritaires	3 491	-	3 491	2 691	2 739
Total	11 339	(1 616)	9 723	8 810	8 988

La variation du solde net des écarts d'acquisition sur les périodes présentées s'analyse de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2015			31 déc. 2014	30 juin 2014
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Au 1^{er} janvier	10 320	(1 510)	8 810	9 058	9 058
Effets des variations de périmètre (Voir Note 2)	2	-	2	81	59
Variation des engagements d'achat de titres de minoritaires	820	-	820	(162)	(116)
Variation des dépréciations	-	(36)	(36)	(209)	(31)
Effets des variations de change	197	(70)	127	42	18
À la clôture	11 339	(1 616)	9 723	8 810	8 988

Les effets des variations de change proviennent principalement des écarts d'acquisition comptabilisés en francs suisses et dollars US, notamment TAG Heuer et Hublot pour le franc suisse et Benefit et Donna Karan pour le dollar US.

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 au 31 décembre 2014. Il n'a pas été enregistré de dépréciation significative au cours du premier semestre 2015, aucun indice de perte de valeur n'ayant été identifié.

6. IMMOBILISATIONS CORPORELLES

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2015			31 déc. 2014	30 juin 2014
	Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net	Net
Terrains	1 303	(72)	1 231	1 104	1 081
Terres à vignes et vignobles	2 465	(95)	2 370	2 364	2 369
Constructions	3 061	(1 471)	1 590	1 430	1 317
Immeubles locatifs	608	(44)	564	632	617
Agencements, matériels et installations	9 073	(5 952)	3 121	3 014	2 764
Immobilisations en-cours	648	(4)	644	684	880
Autres immobilisations corporelles	1 641	(464)	1 177	1 159	891
Total	18 799	(8 102)	10 697	10 387	9 919
<i>dont : immobilisations en location financement</i>	<i>303</i>	<i>(202)</i>	<i>101</i>	<i>99</i>	<i>100</i>
<i>coût historique des terres</i>					
<i>à vignes et vignobles</i>	<i>729</i>	<i>(95)</i>	<i>634</i>	<i>631</i>	<i>624</i>

La variation des immobilisations corporelles au cours du semestre 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			Immobili- sations en-cours	Autres immobili- sations corporelles	Total
				Magasins	Production, logistique	Autres			
Au 31 décembre 2014	2 455	3 952	679	5 167	1 995	1 238	688	1 592	17 766
Acquisitions	2	74	4	174	37	47	244	47	629
Variation de la valeur de marché des terres à vignes	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cessions, mises hors service	(1)	(21)	-	(125)	(8)	(45)	(2)	(12)	(214)
Effets des variations de périmètre	-	-	-	2	-	-	-	-	2
Effets des variations de change	4	151	26	292	42	53	28	29	625
Autres mouvements, y compris transferts	5	208	(101)	153	1	50	(310)	(15)	(9)
Au 30 juin 2015	2 465	4 364	608	5 663	2 067	1 343	648	1 641	18 799

<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			Immobili- sations en-cours	Autres immobili- sations corporelles	Total
				Magasins	Production, logistique	Autres			
Au 31 décembre 2014	(91)	(1 418)	(47)	(3 194)	(1 354)	(838)	(4)	(433)	(7 379)
Amortissements	(3)	(76)	(1)	(353)	(62)	(67)	-	(36)	(598)
Dépréciations	-	(1)	-	(1)	(1)	-	-	-	(3)
Cessions, mises hors service	-	20	-	125	7	44	-	12	208
Effets des variations de périmètre	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Effets des variations de change	(1)	(52)	(1)	(186)	(28)	(37)	-	(21)	(326)
Autres mouvements, y compris transferts	-	(16)	5	1	10	(18)	-	14	(4)
Au 30 juin 2015	(95)	(1 543)	(44)	(3 608)	(1 428)	(916)	(4)	(464)	(8 102)
Valeur nette au 30 juin 2015	2 370	2 821	564	2 055	639	427	644	1 177	10 697

Les acquisitions d'immobilisations corporelles incluent les investissements de Louis Vuitton, Sephora, DFS et Bvlgari dans leurs réseaux de distribution, ceux de Parfums Christian Dior dans ses comptoirs et magasins, ainsi que ceux des marques de champagne et de Hennessy dans leur outil de production et les investissements immobiliers affectés à l'exploitation administrative, commerciale ou locative.

Les effets des variations de change proviennent principalement des immobilisations corporelles en dollars US et en Livres Sterling, en raison de l'évolution des parités de ces devises vis-à-vis de l'euro au cours du semestre.

7. PARTICIPATIONS MISES EN ÉQUIVALENCE

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2015				31 déc. 2014		30 juin 2014	
	Brut	Dépréciations	Net	Dont Activités en partenariat ^(a)	Net	Dont Activités en partenariat ^(a)	Net	Dont Activités en partenariat ^(a)
Part dans l'actif net des participations mises en équivalence au 1^{er} janvier	519	-	519	351	480	328	480	328
Part dans le résultat de la période	(3)	-	(3)	3	(5)	(15)	(3)	(10)
Dividendes versés	(11)	-	(11)	(6)	(21)	(5)	(10)	-
Effets des variations de périmètre	-	-	-	-	7	-	-	-
Effet des souscriptions aux augmentations de capital	3	-	3	3	16	11	4	4
Effets des variations de change	5	-	5	4	8	4	2	-
Autres, y compris transferts	13	-	13	7	34	28	23	21
Part dans l'actif net des participations mises en équivalence à la clôture	526	-	526	362	519	351	496	343

(a) Activités consolidées selon la méthode de l'intégration proportionnelle précédemment à la mise en œuvre d'IFRS 11.

8. INVESTISSEMENTS FINANCIERS

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2015			31 déc. 2014	30 juin 2014
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Total	801	(179)	622	580	7 193

Les investissements financiers ont évolué de la façon suivante au cours des périodes présentées :

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Au 1^{er} janvier	580	7 080	7 080
Acquisitions	16	50	36
Cessions à valeur de vente	(39)	(160)	(21)
Variations de valeur de marché	41	455	109
Distribution en nature des actions Hermès	-	(6 797)	-
Variation du montant des dépréciations	-	(12)	(2)
Effets des variations de change	24	33	2
Reclassements	-	(69)	(11)
À la clôture	622	580	7 193

9. AUTRES ACTIFS NON COURANTS

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Dépôts de garantie	266	236	245
Instruments dérivés (Voir Note 22)	66	75	50
Créances et prêts	162	156	165
Autres	27	22	21
Total	521	489	481

10. STOCKS ET EN-COURS

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2015			31 déc. 2014	30 juin 2014
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Vins et eaux-de-vie en cours de vieillissement	4 103	(14)	4 089	4 002	3 835
Autres matières premières et en-cours	1 613	(355)	1 258	1 273	1 339
	5 716	(369)	5 347	5 275	5 174
Marchandises	1 735	(175)	1 560	1 323	1 278
Produits finis	4 235	(761)	3 474	2 877	2 874
	5 970	(936)	5 034	4 200	4 152
Total	11 686	(1 305)	10 381	9 475	9 326

La variation du stock net au cours des périodes présentées provient des éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2015			31 déc. 2014	30 juin 2014
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Au 1^{er} janvier	10 700	(1 225)	9 475	8 492	8 492
Variation du stock brut	594	-	594	941	885
Effets de la mise à valeur de marché des vendanges	(1)	-	(1)	(7)	2
Variation de la provision pour dépréciation	-	(111)	(111)	(313)	(125)
Effets des variations de périmètre	4	-	4	10	14
Effets des variations de change	509	(88)	421	347	54
Autres, y compris reclassements	(120)	119	(1)	5	4
À la clôture	11 686	(1 305)	10 381	9 475	9 326

Les effets des variations de change proviennent principalement des stocks en dollars US et en francs suisses, en raison de l'évolution des parités de ces devises vis-à-vis de l'euro au cours du semestre.

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

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Mise à valeur de marché de la récolte de l'exercice	11	24	13
Effets des sorties de stocks	(12)	(31)	(11)
Incidence nette sur le coût des ventes de la période	(1)	(7)	2

11. CLIENTS

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Créances à valeur nominale	2 361	2 546	2 168
Provision pour dépréciation	(67)	(66)	(65)
Provision pour retours et reprise de produits	(208)	(206)	(160)
Montant net	2 086	2 274	1 943

La variation des créances clients au cours des périodes présentées provient des éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2015			31 déc. 2014	30 juin 2014
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Au 1^{er} janvier	2 545	(271)	2 274	2 174	2 174
Variation des créances brutes	(311)	-	(311)	30	(283)
Variation de la provision pour dépréciation	-	-	-	(5)	3
Variation de la provision pour retours et reprises de produits	-	8	8	(25)	14
Effets des variations de périmètre	-	-	-	5	-
Effets des variations de change	131	(12)	119	62	13
Reclassements	(4)	-	(4)	33	22
À la clôture	2 361	(275)	2 086	2 274	1 943

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 30 juin 2015, 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 91 % de leur montant, contre 90 % au 31 décembre 2014 et au 30 juin 2014.

12. AUTRES ACTIFS COURANTS

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Placements financiers	257	253	184
Instruments dérivés	394	304	250
Créances d'impôts et taxes, hors impôt sur les résultats	477	449	379
Fournisseurs : avances et acomptes	136	162	143
Charges constatées d'avance	377	313	337
Autres créances	449	435	358
Total	2 090	1 916	1 651

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>	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Valeurs mobilières de placement non cotées, parts de SICAV et de fonds non monétaires	-	-	12
Valeurs mobilières de placement cotées	257	253	172
Total	257	253	184
<i>dont : coût historique des placements financiers</i>	272	180	136

La valeur nette des placements financiers a évolué de la façon suivante au cours des périodes présentées :

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Au 1^{er} janvier	253	171	171
Acquisitions	256	-	-
Cessions à valeur de vente	(241)	(15)	-
Variations de valeur de marché	(18)	39	13
Variation du montant des dépréciations	7	-	-
Reclassements	-	58	-
À la clôture	257	253	184

14. TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Dépôts à terme à moins de trois mois	516	1 270	495
Parts de SICAV et FCP monétaires	325	784	109
Comptes bancaires	1 715	2 037	1 555
Trésorerie et équivalents de trésorerie au bilan	2 556	4 091	2 159

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>	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Trésorerie et équivalents de trésorerie	2 556	4 091	2 159
Découverts bancaires	(323)	(308)	(442)
Trésorerie nette du tableau de variation de trésorerie	2 233	3 783	1 717

14.1. Variation du besoin en fonds de roulement

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

<i>(en millions d'euros)</i>	Notes	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Variation des stocks et en-cours	10	(594)	(928)	(883)
Variation des créances clients et comptes rattachés	11	295	(22)	273
Variation des dettes fournisseurs et comptes rattachés		(359)	176	(329)
Variation des autres créances et dettes		(364)	56	(335)
Variation du besoin en fonds de roulement^(a)		(1 022)	(718)	(1 274)

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

14.2. Investissements d'exploitation

Les investissements d'exploitation au cours des périodes présentées sont constitués des éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	Notes	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Acquisitions d'immobilisations incorporelles	3	(105)	(316)	(119)
Acquisitions d'immobilisations corporelles	6	(629)	(1 532)	(676)
Variation des dettes envers les fournisseurs d'immobilisations		(68)	78	(63)
Effet sur la trésorerie des acquisitions d'immobilisations^(a)		(802)	(1 770)	(858)
Effet sur la trésorerie des cessions d'immobilisations^(a)		5	45	41
Dépôts de garantie versés et autres flux d'investissement d'exploitation		(19)	(50)	(31)
Investissements d'exploitation		(816)	(1 775)	(848)

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

15. CAPITAUX PROPRES

15.1. Capital social et primes

Au 30 juin 2015, le capital social de la société mère LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton, entièrement libéré, est constitué de 507 941 291 actions (507 711 713 au 31 décembre 2014, 508 395 456 au 30 juin 2014), au nominal de 0,30 euro ; 230 147 034 actions bénéficient d'un droit de vote double, accordé aux actions détenues sous forme nominative depuis plus de trois ans (226 167 633 au 31 décembre 2014, 225 019 625 au 30 juin 2014).

Au cours du semestre, 271 426 actions ont été émises à la suite de levées d'options de souscription d'actions, représentant une augmentation de capital et primes d'émission de 15 millions d'euros, et 41 848 actions ont été annulées, représentant une réduction de capital et primes d'émission de 1 million d'euros.

15.2. Actions LVMH

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

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2015		31 déc. 2014	30 juin 2014
	Nombre	Montant	Montant	Montant
Plans d'options de souscription	3 375 094	155	156	188
Plans d'options d'achat	-	-	-	-
Plans d'attribution d'actions gratuites	1 154 747	81	102	78
Autres plans	109 329	5	8	50
Couverture des plans d'options et assimilés^(a)	4 639 170	241	266	316
Contrat de liquidité	80 000	13	13	10
Actions destinées à être annulées	689 566	95	95	95
Actions LVMH	5 408 736	349	374	421

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

Les « Autres plans » correspondent aux plans futurs.

Au 30 juin 2015, la valeur boursière des actions LVMH détenues dans le cadre du contrat de liquidité est de 13 millions d'euros.

Au cours du semestre, les mouvements sur le portefeuille d'actions LVMH ont été les suivants :

Actions LVMH

<i>(en millions d'euros)</i>	Nombre	Montant	Effet sur la trésorerie
Au 31 décembre 2014	5 851 370	374	
Achats d'actions ^(a)	766 296	119	(119)
Attribution définitive d'actions gratuites	(385 786)	(24)	
Annulation d'actions	(41 848)	(1)	
Cessions à valeur de vente ^(a)	(781 296)	(122)	122
Plus value/(moins value) de cession ^(a)	-	3	
Au 30 juin 2015	5 408 736	349	3

(a) Les achats et cessions de titres LVMH sont liés principalement à la gestion du contrat de liquidité.

15.3. Dividendes distribués par la société mère LVMH SE

<i>(en millions d'euros, sauf données par action, en euros)</i>	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Acompte au titre de l'exercice en cours (2014 : 1,25 euro)	-	634	-
Distribution en nature des actions Hermès	-	6 855	-
Effet des actions auto-détenues	-	(7)	-
Montant brut versé au titre de l'exercice	-	7 482	-
Solde au titre de l'exercice précédent (2014 : 1,95 euro ; 2013 : 1,90 euro)	990	965	965
Effet des actions auto-détenues	(10)	(13)	(13)
Montant brut versé au titre de l'exercice précédent	980	952	952
Montant brut total versé au cours de la période^(a)	980	8 434	952

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

Le solde du dividende pour l'exercice 2014 a été mis en distribution le 23 avril 2015, conformément aux résolutions de l'Assemblée générale du 16 avril 2015.

Le Conseil d'administration du 28 juillet 2015 a approuvé la mise en paiement, en décembre 2015, d'un acompte sur dividendes au titre de l'exercice 2015 de 1,35 euro.

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>	30 juin 2015	Variation	31 déc. 2014	30 juin 2014
Dollar US	400	253	147	(179)
Franc suisse	842	392	450	429
Yen japonais	67	15	52	63
Hong Kong dollar	404	178	226	(1)
Livre sterling	70	76	(6)	(23)
Autres devises	(37)	42	(79)	14
Couvertures d'actifs nets en devises	(506)	(208)	(298)	(212)
Total, part du Groupe	1 240	748	492	91

16. PLANS D'OPTIONS ET ASSIMILÉS

16.1. Plans d'options de souscription

	30 juin 2015	
	Nombre	Prix d'exercice moyen pondéré <i>(en euros)</i>
Options de souscription restant à exercer au 1 ^{er} janvier	3 384 313	66,15
Options devenues caduques	(9 219)	55,45
Options exercées	(271 426)	56,75
Options de souscription restant à exercer au 30 juin	3 103 668	61,45

16.2. Plans d'attribution d'actions gratuites

	30 juin 2015
<i>(en nombre d'actions)</i>	
Attributions provisoires au 1 ^{er} janvier	1 492 627
Attributions provisoires de la période	73 262
Attributions devenues définitives	(385 786)
Attributions devenues caduques	(25 356)
Attributions provisoires au 30 juin	1 154 747

Un plan d'attribution d'actions gratuites a été mis en place le 16 avril 2015 portant sur 73 262 actions.

Des actions détenues en portefeuille ont été remises en règlement des attributions devenues définitives.

16.3. Charge de la période

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Charge de la période au titre des plans d'options de souscription et d'attribution d'actions gratuites	19	39	19

La valeur unitaire des attributions provisoires d'actions gratuites réalisées en avril 2015 était, lors de ces attributions, de 157,41 euros pour les bénéficiaires ayant leur résidence fiscale

en France, et de 156,62 euros pour les bénéficiaires ayant leur résidence fiscale hors de France.

17. INTÉRÊTS MINORITAIRES

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Au 1^{er} janvier	1 240	1 028	1 028
Part des minoritaires dans le résultat	172	457	212
Dividendes versés aux minoritaires	(198)	(328)	(265)
Effets des prises et pertes de contrôle dans les entités consolidées	-	11	2
Effets des acquisitions et cessions de titres de minoritaires	(1)	32	42
Total des effets des variations de pourcentage d'intérêt dans les entités consolidées	(1)	43	44
Augmentations de capital souscrites par les minoritaires	3	3	1
Part des minoritaires dans les gains et pertes enregistrés en capitaux propres	85	108	(1)
Part des minoritaires dans les charges liées aux plans d'options	1	2	1
Effets des variations des intérêts minoritaires bénéficiant d'engagements d'achat	11	(73)	40
À la clôture	1 313	1 240	1 060

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

<i>(en millions d'euros)</i>	Écarts de conversion	Couverture de flux de trésorerie futurs en devises	Terres à vignes	Écarts de réévaluation des avantages au personnel	Total part des minoritaires
Au 31 décembre 2014	59	1	213	(22)	251
Variations de la période	86	(1)	-	-	85
Au 30 juin 2015	145	-	213	(22)	336

18. EMPRUNTS ET DETTES FINANCIÈRES

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Emprunts obligataires et Euro Medium Term Notes (EMTN)	4 894	4 794	2 944
Emprunts bancaires et crédit bail	307	260	304
Dettes financières à plus d'un an	5 201	5 054	3 248
Emprunts obligataires et Euro Medium Term Notes (EMTN)	-	925	932
Billets de trésorerie	2 432	2 004	2 766
Découverts bancaires	323	308	442
Autres dettes financières à moins d'un an	940	952	1 489
Dettes financières à moins d'un an	3 695	4 189	5 629
Dettes financières brutes	8 896	9 243	8 877
Instrument dérivé lié au risque de taux d'intérêt	(49)	(94)	(64)
Dettes financières brutes après effet des instruments dérivés	8 847	9 149	8 813
Placements financiers	(257)	(253)	(184)
Trésorerie et équivalents de trésorerie	(2 556)	(4 091)	(2 159)
Dettes financières nettes	6 034	4 805	6 470

Au cours du semestre, les emprunts obligataires de 250 et 500 millions d'euros émis respectivement en 2009 et 2011, et celui de 200 millions de francs suisses émis en 2008 ont été remboursés.

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

18.1. 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 : au 30 juin 2016	3 695	-	3 695	-	-	-	3 695	-	3 695
au 30 juin 2017	1 009	708	1 717	(982)	972	(10)	27	1 680	1 707
au 30 juin 2018	1 093	-	1 093	(495)	475	(20)	598	475	1 073
au 30 juin 2019	5	300	305	-	-	-	5	300	305
au 30 juin 2020	714	-	714	(710)	698	(12)	4	698	702
au 30 juin 2021	602	-	602	(598)	596	(2)	4	596	600
Au-delà	770	-	770	(649)	644	(5)	121	644	765
Total	7 888	1 008	8 896	(3 434)	3 385	(49)	4 454	4 393	8 847

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

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

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Euro	6 743	7 033	6 858
Dollar US	157	226	74
Franc suisse	944	995	979
Yen japonais	220	229	185
Autres devises	783	666	717
Total	8 847	9 149	8 813

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>	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés	672	640	479
Provisions pour risques et charges	1 634	1 618	1 340
Provisions pour réorganisation	48	33	11
Part à plus d'un an	2 354	2 291	1 830
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés	3	3	3
Provisions pour risques et charges	302	314	286
Provisions pour réorganisation	15	15	23
Part à moins d'un an	320	332	312
Total	2 674	2 623	2 142

Au cours du semestre, les soldes des provisions ont évolué de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	31 déc. 2014	Dotations	Utilisations	Reprises	Variations de périmètre	Autres (dont effets des variations de change)	30 juin 2015
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés	643	40	(29)	(2)	-	23	675
Provisions pour risques et charges	1 932	79	(72)	(34)	-	31	1 936
Provisions pour réorganisation	48	32	(16)	(1)	-	-	63
Total	2 623	151	(117)	(37)	-	54	2 674
<i>dont : résultat opérationnel courant</i>		116	(99)	(30)			
<i> résultat financier</i>		4	(1)	-			
<i> autres</i>		31	(17)	(7)			

20. AUTRES PASSIFS NON COURANTS

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Engagements d'achat de titres de minoritaires	6 823	6 008	5 889
Instruments dérivés (voir Note 22)	12	16	32
Participation du personnel aux résultats	79	88	82
Autres dettes	346	335	274
Total	7 260	6 447	6 277

Au 30 juin 2015, 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, Château Cheval Blanc et Clos des Lambrays 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 %), Ile de Beauté (35 %), Heng Long (35 %) ainsi que de filiales de distribution dans différents pays, principalement au Moyen-Orient.

21. AUTRES PASSIFS COURANTS

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Instruments dérivés (voir Note 22)	274	274	116
Personnel et organismes sociaux	1 022	1 110	908
Participation du personnel aux résultats	56	74	49
État et collectivités locales : impôts et taxes, hors impôt sur les résultats	373	458	303
Clients : avances et acomptes versés	148	184	169
Différé de règlement d'immobilisations corporelles ou financières	371	433	321
Produits constatés d'avance	221	190	166
Autres dettes	762	776	583
Total	3 227	3 499	2 615

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	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Risque de taux d'intérêt	Actifs : non courants		45	61	41
	courants		16	42	32
	Passifs : non courants		(1)	(3)	(1)
	courants		(11)	(6)	(8)
		22.3	49	94	64
Risque de change	Actifs : non courants		21	14	10
	courants		378	217	179
	Passifs : non courants		(11)	(13)	(31)
	courants		(262)	(268)	(108)
		22.4	126	(50)	50
Autres risques	Actifs : non courants		-	-	-
	courants		-	45	39
	Passifs : non courants		-	-	-
	courants		(1)	-	-
			(1)	45	39
Total	Actifs : non courants	9	66	75	51
	courants	12	394	304	250
	Passifs : non courants	20	(12)	(16)	(32)
	courants	21	(274)	(274)	(116)
			174	89	153

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 30 juin 2015 sont les suivants :

(en millions d'euros)	Montants nominaux par échéance				Valeur de marché ^(a)		
	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	-	1 445	650	2 095	39	-	39
Swaps de devises	-	2 627	-	2 627	10	-	10
Autres dérivés de taux	500	-	-	500	-	-	-
Total					49	-	49

(a) Gain/(Perte).

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 30 juin 2015 sont les suivants :

	Montants nominaux par exercice d'affectation				Valeur de marché ^(a)				
	2015	2016	Au-delà	Total	Couverture de juste valeur	Couverture de flux de trésorerie futurs	Couverture d'actifs nets en devises	Non affectés	Total
<i>(en millions d'euros)</i>									
Options achetées									
Put USD	2 091	132	-	2 223	-	6	-	-	6
Put JPY	7	-	-	7	-	-	-	-	-
Put GBP	1	-	-	1	-	-	-	-	-
	2 099	132	-	2 231	-	6	-	-	6
Tunnels									
Vendeur USD	643	2 582	-	3 225	(15)	23	-	(4)	4
Vendeur JPY	423	338	-	761	2	23	-	-	25
Vendeur autres	225	106	-	331	(2)	(5)	-	-	(7)
	1 291	3 026	-	4 317	(15)	41	-	(4)	22
Contrats à terme^(b)									
USD	(1)	(31)	-	(32)	-	1	-	-	1
CHF	(162)	(18)	-	(180)	4	28	-	-	32
GBP	38	5	-	43	-	-	-	-	-
Autres	128	-	-	128	2	-	-	-	2
	3	(44)	-	(41)	6	29	-	-	35
Swaps cambistes^(b)									
USD	3 830	(40)	-	3 790	10	-	34	1	45
CHF	613	-	-	613	(41)	-	2	-	(39)
GBP	237	(22)	-	215	(9)	2	-	-	(7)
JPY	392	-	-	392	49	-	(1)	1	49
HKD	127	-	-	127	(43)	-	54	-	11
Autres	368	16	-	385	2	-	-	2	4
	5 567	(46)	-	5 522	(32)	2	89	4	63
Total					(41)	78	89	-	126

(a) Gain/(Perte).

(b) 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 liées 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.

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 30 juin 2015 ont une valeur de marché négative de 1 million d'euros. D'un montant nominal de 126 millions d'euros, ces instruments financiers auraient, en cas de variation uniforme de 1 % des cours de leurs sous-jacents au 30 juin 2015, un effet net sur les réserves consolidées du Groupe inférieur à 0,5 million d'euros. Ces instruments sont à échéance 2015 et 2016.

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

Premier semestre 2015

<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 ^(a)	Total
Ventes hors Groupe	1 917	5 914	1 839	1 524	5 277	236	-	16 707
Ventes intra-Groupe	13	19	320	28	14	7	(401)	-
Total des ventes	1 930	5 933	2 159	1 552	5 291	243	(401)	16 707
Résultat opérationnel courant	482	1 661	248	205	428	(69)	-	2 955
Autres produits et charges opérationnels	(6)	(46)	1	1	(3)	(11)	-	(64)
Charges d'amortissement	(63)	(302)	(85)	(90)	(174)	(19)	-	(733)
Charges de dépréciation	-	(25)	(1)	-	(2)	(11)	-	(39)
Immobilisations incorporelles et écarts d'acquisition ^(b)	4 615	7 270	1 204	5 914	3 362	860	-	23 225
Immobilisations corporelles	2 387	2 186	497	461	1 441	3 725	-	10 697
Stocks	4 814	1 695	458	1 500	1 895	234	(215)	10 381
Autres actifs opérationnels	1 133	895	716	693	681	505	6 155 ^(c)	10 778
Total actif	12 949	12 046	2 875	8 568	7 379	5 324	5 940	55 081
Capitaux propres	-	-	-	-	-	-	24 445	24 445
Passifs	1 189	2 338	1 248	792	1 970	860	22 239 ^(d)	30 636
Total passif et capitaux propres	1 189	2 338	1 248	792	1 970	860	46 684	55 081
Investissements d'exploitation ^(e)	(87)	(280)	(101)	(102)	(140)	(106)	-	(816)

Exercice 2014

<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 ^(a)	Total
Ventes hors Groupe	3 945	10 796	3 368	2 720	9 511	298	-	30 638
Ventes intra-Groupe	28	32	548	62	23	14	(707)	-
Total des ventes	3 973	10 828	3 916	2 782	9 534	312	(707)	30 638
Résultat opérationnel courant	1 147	3 189	415	283	882	(162)	(39)	5 715
Autres produits et charges opérationnels	(34)	(110)	(14)	1	(74)	(53)	-	(284)
Charges d'amortissement	(119)	(555)	(149)	(171)	(296)	(41)	-	(1 331)
Charges de dépréciation	(22)	(71)	(9)	(1)	(85)	(34)	-	(222)
Immobilisations incorporelles et écarts d'acquisition ^(b)	3 758	7 242	1 183	5 635	3 161	862	-	21 841
Immobilisations corporelles	2 339	2 165	477	425	1 415	3 566	-	10 387
Stocks	4 567	1 561	398	1 244	1 668	239	(202)	9 475
Autres actifs opérationnels	1 340	781	664	635	668	608	6 963 ^(c)	11 659
Total actif	12 004	11 749	2 722	7 939	6 912	5 275	6 761	53 362
Capitaux propres	-	-	-	-	-	-	23 003	23 003
Passifs	1 461	2 265	1 325	743	2 053	932	21 580 ^(d)	30 359
Total passif et capitaux propres	1 461	2 265	1 325	743	2 053	932	44 583	53 362
Investissements d'exploitation ^(e)	(152)	(585)	(221)	(191)	(389)	(237)	-	(1 775)

Premier semestre 2014

<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 ^(a)	Total
Ventes hors Groupe	1 665	5 012	1 580	1 236	4 371	145	-	14 009
Ventes intra-Groupe	12	18	259	30	11	7	(337)	-
Total des ventes	1 677	5 030	1 839	1 266	4 382	152	(337)	14 009
Résultat opérationnel courant	461	1 487	204	107	398	(59)	(22)	2 576
Autres produits et charges opérationnels	(6)	(20)	1	-	(3)	(21)	-	(49)
Charges d'amortissement	(55)	(244)	(66)	(81)	(140)	(21)	-	(607)
Charges de dépréciation	-	(24)	-	-	(3)	(6)	-	(33)
Immobilisations incorporelles et écarts d'acquisition ^(b)	3 875	7 205	1 067	5 627	3 010	858	-	21 642
Immobilisations corporelles	2 286	2 047	421	403	1 294	3 468	-	9 919
Stocks	4 508	1 539	407	1 271	1 572	206	(177)	9 326
Autres actifs opérationnels	1 103	654	564	639	575	753	10 985 ^(c)	15 273
Total actif	11 772	11 445	2 459	7 940	6 451	5 285	10 808	56 160
Capitaux propres	-	-	-	-	-	-	28 604	28 604
Passifs	1 059	2 072	1 082	780	1 603	667	20 293 ^(d)	27 556
Total passif et capitaux propres	1 059	2 072	1 082	780	1 603	667	48 897	56 160
Investissements d'exploitation ^(e)	(50)	(274)	(92)	(93)	(177)	(162)	-	(848)

(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 investissements et placements financiers, les autres actifs à caractère financier et les créances d'impôt sur les sociétés. Au 30 juin 2014, ils incluaient la participation de 23,2 % dans Hermès International, soit 6 595 millions d'euros.

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

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

23.2. Informations par zone géographique

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

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
France	1 640	3 212	1 441
Europe (hors France)	2 827	5 830	2 535
États-Unis	4 051	7 262	3 168
Japon	1 164	2 107	1 027
Asie (hors Japon)	4 869	8 740	4 282
Autres pays	2 156	3 487	1 556
Ventes	16 707	30 638	14 009

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

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
France	274	651	357
Europe (hors France)	164	326	152
États-Unis	133	255	95
Japon	39	50	19
Asie (hors Japon)	154	387	185
Autres pays	52	106	40
Investissements d'exploitation	816	1 775	848

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 et non affecté	Total
Premier trimestre	992	2 975	1 094	723	2 656	90	(207)	8 323
Deuxième trimestre	938	2 958	1 065	829	2 635	153	(194)	8 384
Total premier semestre 2015	1 930	5 933	2 159	1 552	5 291	243	(401)	16 707

<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	Total
Premier trimestre	888	2 639	941	607	2 222	78	(169)	7 206
Deuxième trimestre	789	2 391	898	659	2 160	74	(168)	6 803
Total premier semestre 2014	1 677	5 030	1 839	1 266	4 382	152	(337)	14 009
Troisième trimestre	948	2 647	961	706	2 234	65	(173)	7 388
Quatrième trimestre	1 348	3 151	1 116	810	2 918	95	(197)	9 241
Total deuxième semestre 2014	2 296	5 798	2 077	1 516	5 152	160	(370)	16 629
Total 2014	3 973	10 828	3 916	2 782	9 534	312	(707)	30 638

24. CHARGES PAR NATURE

Le résultat opérationnel courant inclut notamment les charges suivantes :

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Frais de publicité et de promotion	1 871	3 484	1 619
Loyers commerciaux	1 649	2 742	1 310
Charges de personnel	3 079	5 455	2 662
Dépenses de recherche et développement	42	79	37

Une part significative de la progression des charges entre le premier semestre 2014 et le premier semestre 2015 est liée à la fluctuation des parités de change, en particulier le dollar US.

25. AUTRES PRODUITS ET CHARGES OPÉRATIONNELS

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Résultat de cessions	(1)	1	-
Réorganisations	(30)	(36)	2
Frais liés aux acquisitions de sociétés consolidées	-	(8)	(8)
Dépréciation ou amortissement des marques, enseignes, écarts d'acquisition et autres actifs immobilisés	(46)	(246)	(41)
Autres, nets	13	5	(2)
Autres produits et charges opérationnels	(64)	(284)	(49)

Les frais de réorganisation concernent principalement les activités de Mode et Maroquinerie.

Les dépréciations ou amortissements enregistrés au cours du premier semestre 2015 portent essentiellement sur des marques et écarts d'acquisition.

26. RÉSULTAT FINANCIER

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Coût de la dette financière brute	(63)	(144)	(70)
Produits de la trésorerie et des placements financiers	16	30	16
Effets des réévaluations de la dette financière et instruments de taux	(5)	(1)	4
Coût de la dette financière nette	(52)	(115)	(50)
Dividendes reçus au titre des investissements financiers	4	74	74
Part inefficace des dérivés de change	(296)	(238)	(67)
Résultat relatif aux investissements, placements et autres instruments financiers	99	3 263	8
Autres, nets	(14)	(37)	(15)
Autres produits et charges financiers	(207)	3 062	-
Résultat financier	(259)	2 947	(50)

La part inefficace des dérivés de change se décompose ainsi, au cours des périodes présentées :

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Part inefficace des dérivés de change commerciaux	(281)	(222)	(64)
Part inefficace des dérivés de change relatifs aux actifs nets en devises	3	6	4
Part inefficace des autres dérivés de change	(18)	(22)	(7)
Part inefficace des dérivés de change	(296)	(238)	(67)

27. IMPÔTS SUR LES RÉSULTATS

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Impôt courant de l'exercice	(996)	(2 458)	(856)
Impôt courant relatif aux exercices antérieurs	19	30	-
Impôt courant	(977)	(2 428)	(856)
Variation des impôts différés	94	153	79
Effet des changements de taux d'impôt sur les impôts différés	3	2	21
Impôts différés	97	155	100
Charge totale d'impôt au compte de résultat	(880)	(2 273)	(756)
Impôts sur éléments comptabilisés en capitaux propres	150	406	25

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

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Résultat avant impôt	2 632	8 378	2 477
Charge totale d'impôt	(880)	(2 273)	(756)
Taux d'imposition effectif	33,4%	27,1%	30,5%

Le taux d'imposition retenu au 30 juin résulte d'une projection du taux effectif estimé pour l'exercice.

Celui-ci tient compte des différences entre les taux d'imposition français et étrangers, qui diminuent le taux d'imposition effectif de 5 points par rapport au taux d'impôt applicable en France au 30 juin 2015.

La charge totale d'impôt du semestre inclut, pour la France, à hauteur de 30 millions d'euros les effets de la taxe de 3 % sur les dividendes.

28. RÉSULTAT PAR ACTION

	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
Résultat net, part du Groupe (en millions d'euros)	1 580	5 648	1 509
Nombre moyen d'actions en circulation sur la période	507 824 670	507 978 312	508 140 320
Nombre moyen d'actions auto-détenues sur la période	(5 618 375)	(6 668 943)	(7 094 266)
Nombre moyen d'actions pris en compte pour le calcul avant dilution	502 206 295	501 309 369	501 046 054
Résultat par action (en euros)	3,15	11,27	3,01
Nombre moyen d'actions en circulation pris en compte ci-dessus	502 206 295	501 309 369	501 046 054
Effet de dilution des plans d'options	2 521 334	2 552 364	2 124 977
Autres effets de dilution	-	-	-
Nombre moyen d'actions pris en compte pour le calcul après effets dilutifs	504 727 629	503 861 733	503 171 031
Résultat par action après dilution (en euros)	3,13	11,21	3,00

29. ENGAGEMENTS HORS BILAN

Les engagements hors-bilan du Groupe, qui s'élevaient à 10,1 milliards d'euros au 31 décembre 2014, ont progressé de 1,6 milliards d'euros au cours de premier semestre 2015. Cette variation résulte de la hausse des engagements donnés au titre des locations simples et concessions pour 1,3 milliard d'euros, dont 0,5 milliard d'euros du fait de l'évolution des parités monétaires, et de l'augmentation des engagements d'achat d'immobilisations pour 0,2 milliard d'euros.

Le 26 mai 2015, faisant suite à une offre ferme adressée au Groupe Amaury, LVMH a annoncé être entré en négociations exclusives avec lui en vue de l'acquisition du journal Le Parisien/Aujourd'hui en France. Ce projet, qui porte sur l'activité d'édition, d'impression et de commercialisation de ce journal et de l'hebdomadaire Le Parisien Magazine, fait actuellement l'objet d'une consultation des instances du groupe Amaury et la réalisation de l'opération sera subordonnée à l'autorisation de l'Autorité de la concurrence en France. Sous ces réserves, l'acquisition devrait intervenir au cours du second semestre 2015.

30. FAITS EXCEPTIONNELS ET LITIGES

Le projet architectural portant sur la restructuration et la reconstruction des anciens magasins 2 (îlot Seine) et 4 (îlot Rivoli) de La Samaritaine a été autorisé par deux permis de construire distincts délivrés par le Maire de Paris le 17 décembre 2012, qui ont tous deux fait l'objet de recours en annulation devant le Tribunal administratif de Paris. Le 11 avril 2014, le Tribunal administratif de Paris a rejeté le recours en annulation dirigé contre le permis de construire autorisant la restructuration de l'ancien magasin 2, bâtiment inscrit au titre des Monuments Historiques (îlot Seine). Ce premier permis est ainsi devenu définitif. Le 13 mai 2014, le Tribunal administratif de Paris

a annulé le second arrêté de permis de construire autorisant la démolition partielle de l'ancien magasin 4 et la reconstruction d'un bâtiment contemporain conçu par l'agence d'architecture SANAA (îlot Rivoli). La société Grands Magasins de La Samaritaine et la Ville de Paris ont fait appel de ce jugement. Le 5 janvier 2015, la Cour administrative d'appel de Paris a rejeté leurs requêtes. La Samaritaine et la Ville de Paris ont formé un pourvoi en cassation devant le Conseil d'État qui, par un arrêt du 19 juin 2015, a annulé la décision de la Cour administrative d'appel, validant ainsi définitivement le second permis de construire.

31. ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE

Aucun événement significatif n'est intervenu entre le 30 juin 2015 et la date d'arrêté des comptes par le Conseil d'administration, le 28 juillet 2015.

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTE

50

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES

Aux Actionnaires,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre Assemblée générale et en application de l'article L. 451-1-2 III du Code monétaire et financier, nous avons procédé à :

- l'examen limité des comptes semestriels consolidés résumés de la société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton, relatifs à la période du 1^{er} janvier au 30 juin 2015, tels qu'ils sont joints au présent rapport ;
- la vérification des informations données dans le rapport semestriel d'activité.

Ces comptes semestriels consolidés résumés ont été établis sous la responsabilité de votre Conseil d'administration. Il nous appartient, sur la base de notre examen limité, d'exprimer notre conclusion sur ces comptes.

1. Conclusion sur les comptes

Nous avons effectué notre examen limité selon les normes d'exercice professionnel applicables en France. Un examen limité consiste essentiellement à s'entretenir avec les membres de la direction en charge des aspects comptables et financiers et à mettre en œuvre des procédures analytiques. Ces travaux sont moins étendus que ceux requis pour un audit effectué selon les normes d'exercice professionnel applicables en France. En conséquence, l'assurance que les comptes, pris dans leur ensemble, ne comportent pas d'anomalies significatives obtenue dans le cadre d'un examen limité est une assurance modérée, moins élevée que celle obtenue dans le cadre d'un audit.

Sur la base de notre examen limité, nous n'avons pas relevé d'anomalies significatives de nature à remettre en cause la conformité des comptes semestriels consolidés résumés avec la norme IAS 34 – norme du référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne relative à l'information financière intermédiaire.

2. Vérification spécifique

Nous avons également procédé à la vérification des informations données dans le rapport semestriel d'activité commentant les comptes semestriels consolidés résumés sur lesquels a porté notre examen limité.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur leur sincérité et leur concordance avec les comptes semestriels consolidés résumés.

Neuilly-sur-Seine et Paris-La Défense, le 28 juillet 2015

Les Commissaires aux comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS

Thierry Benoit

ERNST & YOUNG et Autres

Jeanne Boillet

Gilles Cohen

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

COMPTE DE RÉSULTAT	52
VARIATION DES CAPITAUX PROPRES	52

COMPTE DE RÉSULTAT

Produits/(charges)	30 juin 2015	31 déc. 2014	30 juin 2014
<i>(en millions d'euros - normes comptables françaises)</i>			
Produits financiers de filiales et participations	2 666	7 359	2 048
Résultat courant avant impôt	2 192	7 560	1 904
Résultat exceptionnel	-	-	-
Impôt sur les sociétés	90	(399)	(7)
Résultat net	2 282	7 161	1 897

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
Au 31 décembre 2014						
avant affectation du résultat	2 807	388	-	(627)	7 161	9 729
Affectation du résultat 2014	-	-	7 161	-	(7 161)	-
Dividende 2014 : solde	-	-	(1 624)	627	-	(997)
Effet des actions auto-détenues	-	-	17	-	-	17
Levées d'options de souscription d'actions	15	-	-	-	-	15
Annulation d'actions	(1)	-	-	-	-	(1)
Résultat du premier semestre	-	-	-	-	2 282	2 282
Au 30 juin 2015	2 821	388	5 554	-	2 282	11 045

DÉCLARATION DU RESPONSABLE DU RAPPORT FINANCIER SEMESTRIEL

Nous attestons, à notre connaissance, que les comptes consolidés résumés pour le semestre écoulé sont établis conformément aux normes comptables applicables et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière et du résultat de la Société et de l'ensemble des entreprises comprises dans la consolidation, et que le rapport semestriel d'activité figurant en page 6 présente un tableau fidèle des événements importants survenus pendant les six premiers mois de l'exercice, de leur incidence sur les comptes, des principales transactions entre parties liées ainsi qu'une description des principaux risques et des principales incertitudes pour les six mois restants de l'exercice.

Paris, le 28 juillet 2015

Par délégation du Président-directeur général

Jean-Jacques GUIONY

Directeur financier, Membre du Comité exécutif

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 et www.lvmh.com