LVMH

MOËT HENNESSY . LOUIS VUITTON

31 DÉCEMBRE 2015

DOCUMENTS FINANCIERS

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 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 15
COMMENTAIRES SUR LE BILAN CONSOLIDÉ 16
COMMENTAIRES SUR LA VARIATION DE TRÉSORERIE CONSOLIDÉE 18

COMPTES 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

DONNÉES COMPTABLES SIMPLIFIÉES DE LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY - LOUIS VUITTON SE 63

COMPTE DE RÉSULTAT 64
VARIATION DES CAPITAUX PROPRES 64

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 et Synergies

Jean-Jacques Guiony
Finances

Christopher de Lapuente
Sephora and beauty

Christophe Navarre
Vins et Spiritueux

Daniel Piette
Fonds d'investissement

Pierre-Yves Roussel
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
et Guillaume Troussicot

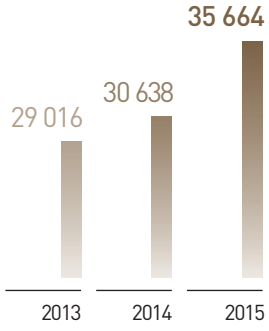
ERNST & YOUNG et Autres
représenté par Jeanne Boillet
et Gilles Cohen

(a) Personnalité indépendante.

CHIFFRES CLÉS

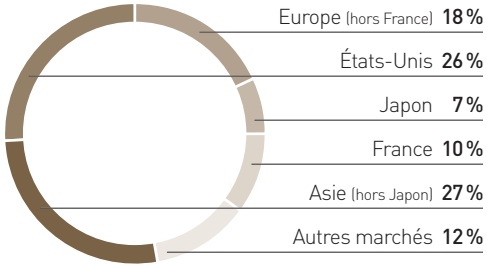
Ventes

(en millions d'euros)

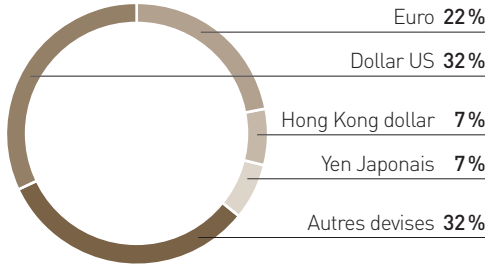


Ventes par groupe d'activités *(en millions d'euros)*	2015	2014	2013
Vins et Spiritueux	4 603	3 973	4 173
Mode et Maroquinerie	12 369	10 828	9 883
Parfums et Cosmétiques	4 517	3 916	3 717
Montres et Joaillerie	3 308	2 782	2 697
Distribution sélective	11 233	9 534	8 903
Autres activités et éliminations	(366)	(395)	(357)
Total	**35 664**	**30 638**	**29 016**

Ventes par zone géographique de destination

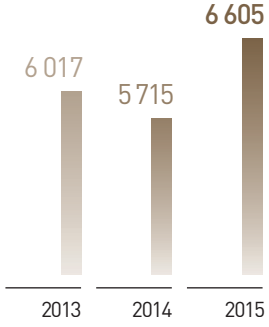


Ventes par devise de facturation



Résultat opérationnel courant

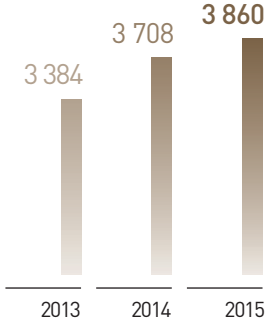
(en millions d'euros)



Résultat opérationnel courant par groupe d'activités *(en millions d'euros)*	2015	2014	2013
Vins et Spiritueux	1 363	1 147	1 367
Mode et Maroquinerie	3 505	3 189	3 135
Parfums et Cosmétiques	525	415	414
Montres et Joaillerie	432	283	367
Distribution sélective	934	882	908
Autres activités et éliminations	(154)	(201)	(174)
Total	**6 605**	**5 715**	**6 017**

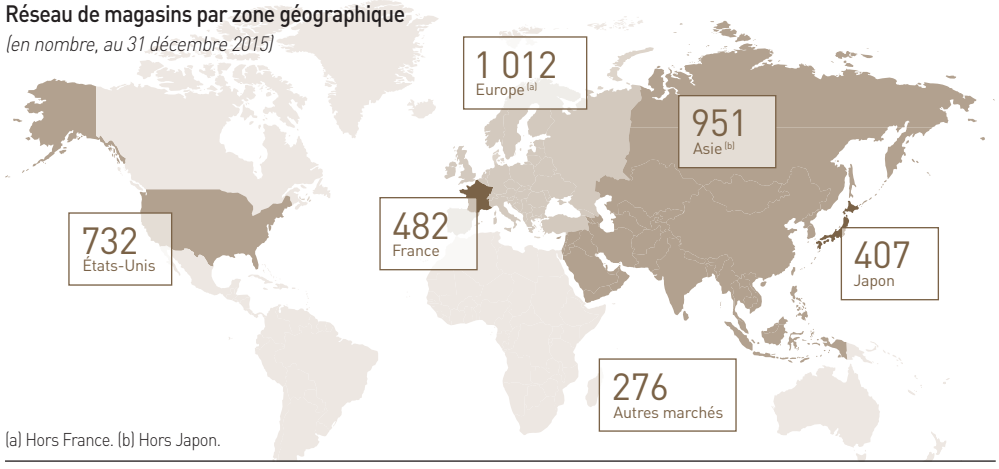
Magasins

(en nombre)



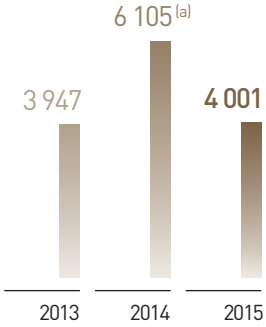
Réseau de magasins par zone géographique

(en nombre, au 31 décembre 2015)

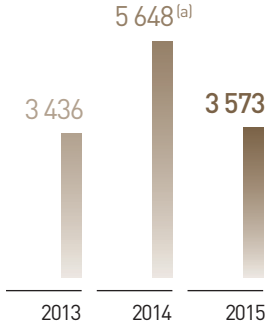


(a) Hors France. (b) Hors Japon.

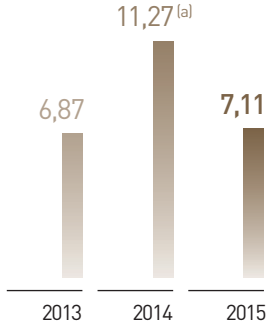
Résultat net
(en millions d'euros)



Résultat net, part du Groupe
(en millions d'euros)

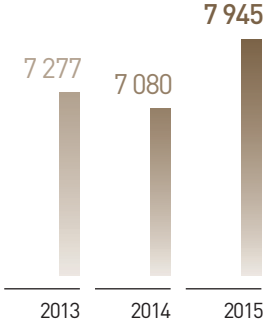


Résultat net, part du Groupe par action (avant dilution)
(en euros)



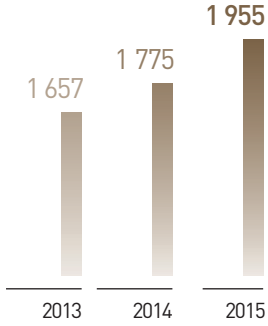
(a) Dont 2 677 millions d'euros (soit 5,34 euros par action) résultant de la distribution des titres Hermès.

Capacité d'autofinancement générée par l'activité [a]
(en millions d'euros)

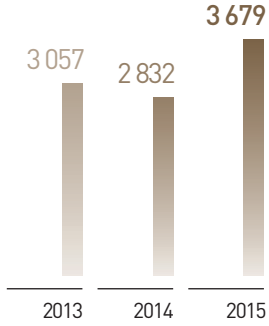


(a) Avant paiement de l'impôt et des frais financiers.

Investissements d'exploitation
(en millions d'euros)

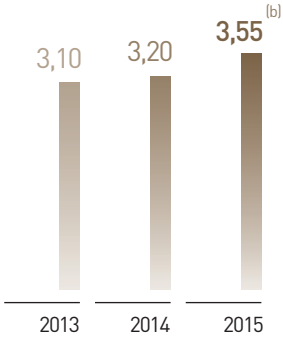


Cash flow disponible [a]
(en millions d'euros)



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

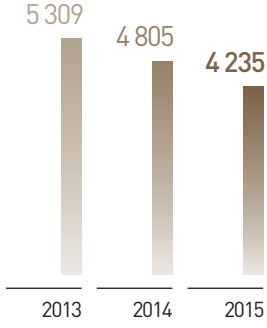
Dividende par action [a]
(en euros)



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

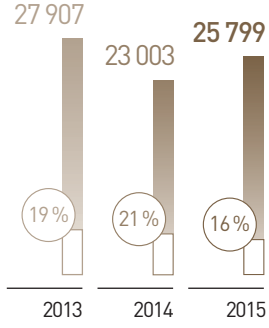
(b) Montant proposé à l'Assemblée générale du 14 avril 2016.

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 18.1 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

L'année 2015 a été marquée par :

- des ventes et un résultat opérationnel courant records ;
- la forte progression en Europe, aux États-Unis et au Japon ;
- un impact de change positif ;
- une bonne performance des Vins et Spiritueux dans toutes les régions du monde avec une normalisation progressive de la situation en Chine ;
- le succès des modèles iconiques et des nouveautés chez Louis Vuitton dont la rentabilité se maintient à un niveau exceptionnel ;
- la progression des marques de Mode, en particulier Fendi, Céline, Givenchy et Kenzo ;
- une dynamique remarquable de Christian Dior qui gagne des parts de marché partout dans le monde ;
- les excellents résultats de Bvlgari et le succès de la stratégie de recentrage de TAG Heuer ;
- la progression exceptionnelle de Sephora qui renforce ses positions dans tous ses marchés et dans le digital ;
- un cash flow disponible de 3,7 milliards d'euros, en hausse de 30 % ;
- un gearing qui s'établit à 16 % à fin décembre 2015.

Dans un climat d'incertitudes économiques, monétaires et géopolitiques, LVMH dispose des meilleurs atouts pour poursuivre en 2016 sa dynamique de croissance pour l'ensemble de ses métiers. Le Groupe maintiendra une stratégie centrée sur le développement de ses marques porté par une politique soutenue d'innovation et une exigence permanente de qualité sur les produits et leur distribution.

Fort de la grande réactivité de ses équipes, de leur esprit entrepreneurial et de la bonne répartition entre ses différents métiers et les zones géographiques où il opère, LVMH aborde l'année 2016 avec confiance et se fixe à nouveau comme objectif de renforcer son avance sur le marché mondial du luxe.

CAPITAL ET DROITS DE VOTE

	Nombre d'actions	Nombre de droits de vote [a]	% du capital	% des droits de vote
Groupe familial Arnault	236 512 788	460 819 281	46,64 %	62,90 %
Autres	270 626 322	271 760 361	53,36 %	37,10 %
Total	**507 139 110**	**732 579 642**	**100,00 %**	**100,00 %**

(a) Nombre total de droits de vote exerçables en Assemblée générale.

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

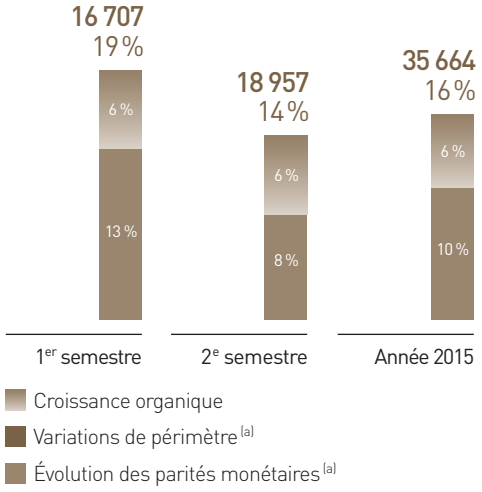
1. COMMENTAIRES SUR LE COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ 6
2. VINS ET SPIRITUEUX 10
3. MODE ET MAROQUINERIE 11
4. PARFUMS ET COSMÉTIQUES 12
5. MONTRES ET JOAILLERIE 13
6. DISTRIBUTION SÉLECTIVE 15
7. COMMENTAIRES SUR LE BILAN CONSOLIDÉ 16
8. COMMENTAIRES SUR LA VARIATION DE TRÉSORERIE CONSOLIDÉE 18

1. COMMENTAIRES SUR LE COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

1.1. Analyse des ventes

Évolution des ventes par semestre

(en millions d'euros et en pourcentage)



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

Les ventes de l'exercice 2015 s'élèvent à 35 664 millions d'euros, en hausse de 16 % par rapport à l'exercice précédent. Elles ont bénéficié de la hausse du cours moyen des principales devises de facturation du Groupe par rapport à l'euro, notamment de + 16 % pour le dollar US.

Depuis le 1er janvier 2014, le périmètre des activités consolidées a enregistré l'évolution suivante : dans les autres activités, acquisition en octobre 2015 du journal le Parisien/Aujourd'hui en France. Cette évolution du périmètre de consolidation n'a pas eu d'effet significatif sur la variation des ventes annuelles.

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

Ventes par devise de facturation

(en pourcentage)	2015	2014	2013
Euro	22	23	23
Dollar US	32	29	28
Yen Japonais	7	7	7
Hong Kong dollar	7	8	8
Autres devises	32	33	34
Total	**100**	**100**	**100**

La répartition des ventes entre les différentes devises de facturation varie sensiblement : le poids du dollar US augmente de 3 points et atteint 32 % alors que celui de l'euro et des autres devises baisse de 1 et 2 points pour s'établir respectivement à 22 % et 39 %. Le poids du yen japonais se maintient à 7 %.

Ventes par zone géographique de destination

(en pourcentage)	2015	2014	2013
France	10	10	11
Europe (hors France)	18	19	19
États-Unis	26	24	23
Japon	7	7	7
Asie (hors Japon)	27	29	30
Autres marchés	12	11	10
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 27 % et 18 %, alors que les États-Unis et les Autres marchés voient leur poids progresser de 2 et 1 point, à respectivement 26 % 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 satisfaisantes dans l'ensemble des régions et notamment aux États-Unis et au Japon.

Ventes par groupe d'activités

(en millions d'euros)	2015	2014	2013
Vins et Spiritueux	4 603	3 973	4 173
Mode et Maroquinerie	12 369	10 828	9 883
Parfums et Cosmétiques	4 517	3 916	3 717
Montres et Joaillerie	3 308	2 782	2 697
Distribution sélective	11 233	9 534	8 903
Autres activités et éliminations	(366)	(395)	(357)
Total	**35 664**	**30 638**	**29 016**

Par groupe d'activités, la répartition des ventes du Groupe ne varie pas. Le poids de la Mode et Maroquinerie reste stable à 35 %, la Distribution sélective se maintient à 31 %, les poids des Parfums et Cosmétiques et des Vins et Spiritueux s'établissent à 13 % chacun alors que le poids des Montres et Joaillerie est à 9 %.

Les ventes du groupe d'activités Vins et Spiritueux sont en hausse de 16 % en données publiées. Bénéficiant d'un effet de change positif de 10 points, les ventes de ce groupe d'activités sont en hausse de 6 % 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 restant néanmoins le deuxième marché du groupe d'activités Vins et Spiritueux.

La croissance organique des activités Mode et Maroquinerie est de 4 %, pour 14 % 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.

Les ventes des Parfums et Cosmétiques sont en hausse de 7 % à taux de change et périmètre comparables et de 15 % 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.

Les ventes du groupe d'activités Montres et Joaillerie sont en hausse de 8 % à taux de change et périmètre comparables, et de 19 % en données publiées. Cette branche d'activité 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 18 % en données publiées. Cette performance est tirée par Sephora dont les ventes progressent très sensiblement en Amérique du Nord et au Moyen-Orient.

1.2. Résultat opérationnel courant

(en millions d'euros)	2015	2014	2013
Ventes	35 664	30 638	29 016
Coût des ventes	(12 553)	(10 801)	(9 997)
Marge brute	23 111	19 837	19 019
Charges commerciales	(13 830)	(11 744)	(10 767)
Charges administratives	(2 663)	(2 373)	(2 212)
Part dans les résultats des sociétés mises en équivalence	(13)	(5)	(23)
Résultat opérationnel courant	**6 605**	**5 715**	**6 017**
Taux de marge opérationnelle *(en %)*	**18,5**	**18,7**	**20,7**

La marge brute du Groupe s'élève à 23 111 millions d'euros, en hausse de 17 % par rapport à l'exercice précédent. Le taux de marge brute sur les ventes s'élève à 65 %, stable par rapport à 2014.

Les charges commerciales, qui s'élèvent à 13 830 millions d'euros, sont en hausse de 18 % 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 39 %. Parmi ces charges commerciales, les frais de publicité et de promotion représentent 11 % des ventes et sont en augmentation de 8 % à taux de change et périmètre comparables.

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

(en nombre)	2015	2014	2013
France	482	467	443
Europe (hors France)	1 012	995	926
États-Unis	732	708	669
Japon	407	412	370
Asie (hors Japon)	951	870	749
Autres marchés	276	256	227
Total	**3 860**	**3 708**	**3 384**

Les charges administratives sont de 2 663 millions d'euros, en hausse de 12 % en données publiées et de 5 % à taux de change et périmètre comparables. Elles représentent 8 % des ventes, proportion identique à celle de 2014.

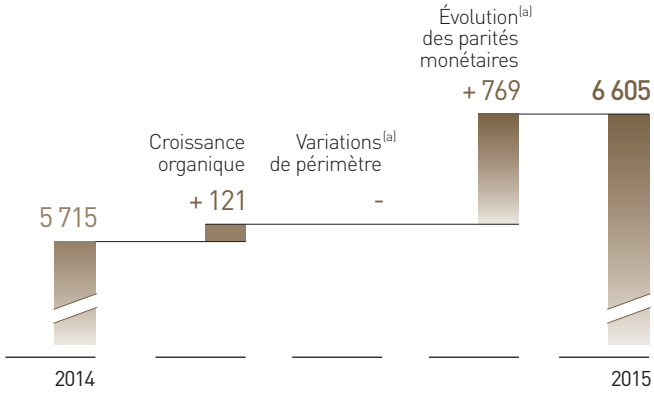
Résultat opérationnel courant par groupe d'activités

(en millions d'euros)	2015	2014	2013
Vins et Spiritueux	1 363	1 147	1 367
Mode et Maroquinerie	3 505	3 189	3 135
Parfums et Cosmétiques	525	415	414
Montres et Joaillerie	432	283	367
Distribution sélective	934	882	908
Autres activités et éliminations	(154)	(201)	(174)
Total	**6 605**	**5 715**	**6 017**

Le résultat opérationnel courant du Groupe s'établit à 6 605 millions d'euros, en hausse de 16 %. Le taux de marge opérationnelle sur ventes du Groupe s'élève à 18,5 %, stable par rapport au 31 décembre 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 l'exercice précédent est positif de 769 millions d'euros. Ce chiffre intègre les trois éléments suivants : l'effet des variations des parités monétaires sur les ventes et les achats des sociétés du Groupe exportatrices et importatrices ; la variation du résultat de la politique de couverture de l'exposition commerciale du Groupe aux différentes devises ; l'effet des variations des devises sur la consolidation des résultats opérationnels courants des filiales hors zone Euro.

À devises, effets de couverture de change et périmètre constants, le résultat opérationnel courant du Groupe est en hausse de 2 %.

Vins et Spiritueux

	2015	2014	2013
Ventes *(en millions d'euros)*	4 603	3 973	4 173
Résultat opérationnel courant *(en millions d'euros)*	1 363	1 147	1 367
Taux de marge opérationnelle *(en %)*	29,6	28,9	32,8

Le résultat opérationnel courant du groupe d'activités Vins et Spiritueux s'établit à 1 363 millions d'euros, en hausse de 19 % par rapport à 2014. La part des champagnes et vins représente 641 millions d'euros et celle des cognacs et spiritueux 722 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

	2015	2014	2013
Ventes *(en millions d'euros)*	12 369	10 828	9 883
Résultat opérationnel courant *(en millions d'euros)*	3 505	3 189	3 135
Taux de marge opérationnelle *(en %)*	28,3	29,5	31,7

Les activités Mode et Maroquinerie présentent un résultat opérationnel courant de 3 505 millions d'euros, en hausse de 10 % par rapport à 2014. Louis Vuitton maintient son niveau de profitabilité très élevé, tandis que Céline, Kenzo, Givenchy et Fendi confirment leur dynamique de croissance rentable. Le taux de marge opérationnelle sur ventes de ce groupe d'activités baisse de 1 point pour s'établir à 28 %.

Parfums et Cosmétiques

	2015	2014	2013
Ventes *(en millions d'euros)*	4 517	3 916	3 717
Résultat opérationnel courant *(en millions d'euros)*	525	415	414
Taux de marge opérationnelle *(en %)*	11,6	10,6	11,1

Le résultat opérationnel courant des activités Parfums et Cosmétiques est de 525 millions d'euros, en hausse de 26 % par rapport à 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 augmente de 1 point et atteint 12 %.

Montres et Joaillerie

	2015	2014	2013
Ventes *(en millions d'euros)*	3 308	2 782	2 697
Résultat opérationnel courant *(en millions d'euros)*	432	283	367
Taux de marge opérationnelle *(en %)*	13,1	10,2	13,6

Le résultat opérationnel du groupe d'activités Montres et Joaillerie est de 432 millions d'euros, en hausse de 53 % par rapport à 2014. Cette forte augmentation provient de l'excellente performance de Bvlgari, ce qui conduit l'activité à présenter un taux de marge opérationnelle sur ventes en hausse de 3 points, à 13 %.

Distribution sélective

	2015	2014	2013
Ventes *(en millions d'euros)*	11 233	9 534	8 903
Résultat opérationnel courant *(en millions d'euros)*	934	882	908
Taux de marge opérationnelle *(en %)*	8,3	9,3	10,2

Le résultat opérationnel courant du groupe d'activités Distribution sélective est de 934 millions d'euros, en hausse de 6 % par rapport à 2014. Le taux de marge opérationnelle sur ventes de ce groupe d'activités baisse de 1 point et s'établit à 8 %.

Autres activités

Le résultat opérationnel courant lié aux Autres activités et éliminations est négatif de 154 millions d'euros, en amélioration par rapport à 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)	2015	2014	2013
Résultat opérationnel courant	6 605	5 715	6 017
Autres produits et charges	(221)	(284)	(119)
Résultat opérationnel	6 384	5 431	5 898
Résultat financier	(414)	2 947	(198)
Impôts sur les bénéfices	(1 969)	(2 273)	(1 753)
Résultat net avant part des minoritaires	**4 001**	**6 105**	**3 947**
Part des minoritaires	(428)	(457)	(511)
Résultat net, part du Groupe	**3 573**	**5 648**	**3 436**

Les Autres produits et charges opérationnels sont négatifs de - 221 millions d'euros contre un montant négatif de - 284 millions d'euros en 2014. En 2015, les Autres produits et charges incluent 136 millions d'euros d'amortissements et dépréciations de marques et écarts d'acquisition. Le solde est constitué principalement des coûts de réorganisations industrielles ou commerciales, principalement dans les activités de Mode et Maroquinerie et Montres et Joaillerie.

Le résultat opérationnel du Groupe est de 6 384 millions d'euros, en hausse de 18 % par rapport à 2014.

Le résultat financier de l'exercice est négatif de - 414 millions d'euros ; il était positif de 2 947 millions d'euros en 2014. Il est constitué :

- du coût global de la dette financière nette qui s'élève à 78 millions d'euros, en baisse de 37 millions d'euros par rapport à 2014, grâce aux effets combinés de la baisse des taux d'intérêt et de celle de l'encours moyen de dette ;
- des autres produits et charges financiers qui s'élèvent à - 336 millions d'euros, à comparer à un montant positif de 3 062 millions d'euros en 2014. Pour mémoire, ce résultat positif était essentiellement constitué de la plus-value réalisée suite à la distribution en nature des titres Hermès en 2014. La charge liée à la part inefficace des dérivés de change est négative de - 437 millions d'euros, contre - 238 millions un an avant, la forte appréciation du dollar US par rapport à l'euro ayant conduit le Groupe à adapter son portefeuille de dérivés au cours du premier semestre. Enfin, les autres produits sur instruments financiers, résultant principalement de plus-values de cessions de valeurs mobilières de placement, sont positifs de 101 millions d'euros.

Le taux effectif d'impôt du Groupe s'établit à 33 %, soit une progression de 6 points par rapport à 2014, et de 2 points par rapport au taux d'impôt 2014 retraité de l'impact spécifique de l'opération de distribution des titres Hermès.

La part du résultat net revenant aux minoritaires est de 428 millions d'euros contre 457 millions d'euros en 2014 ; il s'agit principalement des minoritaires de Moët Hennessy et DFS.

Le résultat net part du Groupe s'élève à 3 573 millions d'euros, à comparer à 5 648 millions d'euros en 2014. Il représente 10 % des ventes en 2015, en baisse de 8 points par rapport à 2014. Le résultat net part de Groupe en 2015 est en hausse de 20 % par rapport au résultat net part du Groupe 2014 retraité de l'impact lié à l'opération Hermès.

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

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

Les effets des variations de périmètre sont déterminés :

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

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

2. VINS ET SPIRITUEUX

	2015	2014	2013
Ventes *(en millions d'euros)*	**4 603**	**3 973**	**4 173**
dont : Champagne et vins	*2 221*	*1 985*	*1 937*
Cognac et spiritueux	*2 382*	*1 988*	*2 236*
Ventes en volume *(en millions de bouteilles)*			
Champagne	61,4	59,6	57,4
Cognac	76,0	70,4	69,1
Autres spiritueux	18,6	17,3	16,9
Vins tranquilles et pétillants	45,4	45,1	44,7
Ventes par zone géographique de destination *(en %)*			
France	6	6	7
Europe (hors France)	19	21	19
États-Unis	30	27	23
Japon	6	6	5
Asie (hors Japon)	23	24	31
Autres marchés	16	16	15
Total	**100**	**100**	**100**
Résultat opérationnel courant *(en millions d'euros)*	**1 363**	**1 147**	**1 367**
Marge opérationnelle *(en %)*	**29,6**	**28,9**	**32,8**
Investissements d'exploitation de la période *(en millions d'euros)*	**233**	**152**	**186**

Faits marquants

Le groupe Vins et Spiritueux réalise une très bonne année, marquée par une solide progression du champagne et une belle performance de Hennessy. Les développements rapides de Glenmorangie, Ardbeg et Belvedere, ainsi que celui du portefeuille de vins d'Estates & Wines, contribuent à la croissance du groupe d'activités. Les volumes sont en hausse de 3 % pour le champagne et de 8 % pour le cognac. Dans un environnement mondial contrasté, l'excellence des produits, la forte politique d'innovation des marques et la réactivité du réseau de distribution de Moët Hennessy, ont joué un rôle clé dans ces avancées.

Moët & Chandon place 2015 sous le signe de l'innovation : nouvelle cuvée de prestige, véritable vitrine de son excellence œnologique, offensive dans le monde de la nuit avec les premiers flacons lumineux, nouvelle plate-forme de communication internationale. Portée par une bonne dynamique aux États-Unis, en Europe et au Japon, la Maison réalise un nouveau record en volume et renforce sa position de leader.

Dom Pérignon poursuit son développement international et le déploiement de sa gamme premium. L'expression de la marque, « Force de Création », vise à élever l'expérience de dégustation de ses millésimes.

Mercier se développe et élargit sa gamme avec le lancement d'une cuvée *Blanc de Noirs*.

Ruinart maintient la priorité accordée aux cuvées premium et ses liens forts avec la création contemporaine. La marque se renforce en France et accélère son expansion à l'international avec une croissance solide dans toutes les régions.

Toujours innovante, la Maison **Veuve Clicquot** est portée par l'ensemble de sa gamme grâce à la forte position de sa cuvée phare Carte Jaune, à la progression du *Rosé Non Vintage* et au succès de *Clicquot Rich*, premier champagne créé pour la mixologie. La marque renforce son leadership aux États-Unis.

Krug continue de bâtir sa notoriété et poursuit ses avancées. Tout en s'attachant à dynamiser le marché américain, la marque se renforce en Europe et progresse fortement au Japon et en Asie-Pacifique.

Estates & Wines réalise une bonne année, caractérisée par une excellente dynamique de la marque **Chandon** et un développement prometteur des domaines nouvellement établis (Chine, Inde). Dans tous les vignobles de l'hémisphère nord, les vendanges 2015 ont été exceptionnelles, signe d'un millésime historique.

L'année de son 250e anniversaire, mise à profit pour se doter d'une visibilité exceptionnelle à travers le monde, **Hennessy** enregistre une hausse importante de ses ventes en volume et franchit la barre des 6 millions de caisses. La Maison enregistre des résultats remarquables aux États-Unis sur l'ensemble de ses qualités de cognac, grâce à la dynamique de son produit phare Hennessy *Very Special*, à sa stratégie de montée en gamme et au succès de sa communication. En Chine, le second semestre est marqué par un rebond des ventes au cours d'une année caractérisée par le déstockage continu des détaillants. Hennessy continue de déployer ses volumes au profit des régions les plus dynamiques et se développe à la fois sur ses marchés historiques, dans de nombreux pays prometteurs tels que l'Indonésie ou les Philippines, sur les marchés émergents d'Afrique et d'Amérique et dans les circuits du travel retail.

Glenmorangie et **Ardbeg** poursuivent leur forte croissance, portée par une demande dynamique en faveur du whisky single malt premium et leur notoriété grandissante. Leur politique de qualité et d'innovation leur vaut récompenses et réussites commerciales. Le succès de la vodka **Belvedere** est amplifié par la forte visibilité due à son partenariat avec SPECTRE, 24e opus de la saga James Bond, et de nombreuses distinctions internationales.

Perspectives

Portées par leur stratégie de création de valeur et d'innovation, les Maisons du groupe Vins et Spiritueux sont dans une dynamique favorable pour les mois qui viennent. L'année 2016 verra de nouveaux lancements de produits et de belles initiatives marketing, événementielles et digitales au service de l'image des marques et de leur désirabilité. Des investissements significatifs en communication seront consacrés aux marchés et segments les plus porteurs afin de renforcer la position des marques de LVMH dans les grands pays consommateurs et d'accentuer leur conquête des marchés à fort potentiel. Le développement des outils de

production, indispensables au maintien du plus haut niveau de qualité, reste un axe stratégique majeur. Pour accompagner son développement, **Hennessy** a ainsi engagé la construction d'un nouveau site de conditionnement et d'expédition répondant aux normes professionnelles et environnementales les plus exigeantes, dont l'inauguration est prévue en 2017. Dans le même temps, **Moët & Chandon** entame la construction d'une seconde cuverie à Mont-Aigu. Dans un environnement mondial contrasté, le groupe d'activités continuera de bénéficier de la réputation d'excellence de ses produits et de sa couverture géographique équilibrée. Le dynamisme et la réactivité des équipes du réseau de distribution de Moët Hennessy constituent un atout essentiel pour réaliser son ambition de renforcer son leadership mondial des vins et spiritueux de prestige.

3. MODE ET MAROQUINERIE

	2015	2014	2013
Ventes *(en millions d'euros)*	**12 369**	**10 828**	**9 883**
Ventes par zone géographique de destination *(en %)*			
France	9	8	8
Europe (hors France)	22	21	20
États-Unis	22	21	20
Japon	11	11	12
Asie (hors Japon)	28	30	31
Autres marchés	8	9	9
Total	**100**	**100**	**100**
Nature des ventes en pourcentage du total des ventes (hors Louis Vuitton)			
Ventes au détail	61	58	52
Ventes de gros	37	40	43
Licences	2	2	5
Total	**100**	**100**	**100**
Résultat opérationnel courant *(en millions d'euros)*	**3 505**	**3 189**	**3 135**
Marge opérationnelle *(en %)*	**28,3**	**29,5**	**31,7**
Investissements d'exploitation de la période *(en millions d'euros)*	**553**	**585**	**629**
Nombre de magasins	**1 566**	**1 534**	**1 339**

Faits marquants

Louis Vuitton inscrit 2015 dans la continuité de sa dynamique créative et du rayonnement de son univers fascinant, entre savoir-faire traditionnel et esprit d'avant-garde. En maroquinerie, cœur de métier, la croissance est d'autant plus solide qu'elle reflète l'équilibre recherché entre les icônes de toujours comme le *Monogram* et les lancements récents. Le modèle *Capucines* et la nouvelle *Petite Malle* sont particulièrement performants. La communication repose sur des campagnes régulières et des événements forts au sein de lieux emblématiques, en résonance avec un produit ou une ouverture de magasins : défilés à la Fondation Louis Vuitton à Paris et dans la villa de Bob et Dolores Hope à Palm Springs en Californie, expositions « Series » en lien avec les collections de Nicolas Ghesquière, présence à différents événements artistiques et sportifs à travers le monde. La Fondation Louis Vuitton a présenté à Pékin au cours de l'été sa première exposition hors les murs. En parallèle à l'ouverture de la Galerie de Louis Vuitton à Asnières, le Grand Palais à Paris abrite, jusqu'en février 2016, l'exposition « Volez, Voguez, Voyagez » retraçant l'histoire de la Maison. Louis Vuitton poursuit le développement qualitatif de son réseau de magasins illustré notamment par des rénovations majeures à Los Angeles, New York, Paris.

Fendi accomplit un beau parcours : accélération de la croissance des ventes, succès confirmé du nouveau concept de boutiques, gains de parts de marché dans toutes les régions. La marque renforce sa désirabilité en cultivant audace et raffinement. Sa dynamique est excellente dans tous ses métiers, avec notamment une forte demande pour ses lignes de maroquinerie iconiques *Selleria* et *Peekaboo*. Plusieurs événements ont marqué 2015 : l'installation du nouveau siège au Palais de la Civilisation Italienne, la célébration de 50 années de collaboration avec Karl Lagerfeld, la réouverture du Palazzo Fendi au cœur de Rome.

Porté par l'excellence de ses matières et de ses créations conçues pour une clientèle discrète et exigeante, **Loro Piana** poursuit son développement international avec des ouvertures sélectives de boutiques. La Maison continue d'investir dans son outil de fabrication, renforce ses approvisionnements avec notamment la première édition du Loro Piana Cashmere of the Year Award, et lance une nouvelle matière d'exception, the Blend ©, associant dans une palette de couleurs unique, les duvets de vigogne et de Baby Cachemire, immédiatement adoptée par ses clients.

La dynamique de **Céline** est portée par l'ensemble de ses catégories de produits. Tandis que le prêt-à-porter et les souliers continuent d'affirmer la modernité et la qualité de la marque, les lignes iconiques de maroquinerie suscitent une forte demande.

Givenchy et **Kenzo** réalisent une très belle année. La collection Femme Été 2016 de Givenchy présentée à New York génère une couverture médiatique exceptionnelle. Kenzo renforce son positionnement au fil des collections, développe son réseau de magasins et cultive une forte dimension digitale.

Donna Karan et **Marc Jacobs** poursuivent le repositionnement stratégique de leurs collections et consolident leur organisation. Donna Karan confie la direction créative du prêt-à-porter féminin *DKNY* aux designers new-yorkais Dao-Yi Chow et Maxwell Osborne. Marc Jacobs concentre ses créations sous une seule marque soutenue par une communication et un défilé uniques, et met en place un nouveau concept de magasins.

Sous la Direction Artistique de Jonathan Anderson, **Loewe** continue son évolution stylistique et actualise ses lignes iconiques. Le lancement du sac *Puzzle*, parfaite illustration du savoir-faire de la Maison, est déjà un grand succès.

Berluti connaît une année riche en développements, avec de nombreux lancements et l'ouverture du nouvel atelier de fabrication de Ferrare, nécessaire pour accompagner son essor.

Thomas Pink, dont les ventes en ligne poursuivent leur forte croissance, renforce sa stratégie digitale avec la préparation d'une nouvelle plate-forme omnicanal.

Pucci confie sa Direction Artistique à Massimo Giorgetti.

Perspectives

2016 sera pour **Louis Vuitton** une année riche en développements. La Maison illustrera sa créativité permanente et son esprit d'innovation dans l'ensemble de ses collections. L'un des temps forts de l'année sera le lancement d'un parfum Louis Vuitton et l'inauguration du laboratoire de création installé à Grasse pour servir les ambitions de la Maison dans la conquête de ce nouveau territoire. Une communication toujours très liée à l'actualité de la marque accompagnera ces développements. La Maison poursuivra l'évolution qualitative de son réseau de distribution ainsi que les initiatives visant à offrir à ses clients, dans une optique globale, à la fois en magasin et dans l'univers digital, une expérience et une qualité de service hors du commun. **Fendi** accentue sa dynamique, portée par une offre audacieuse et sophistiquée et la mise en avant de son savoir-faire unique. L'innovation sera toujours à l'honneur en 2016, avec de nombreux lancements, et la Maison romaine poursuivra son expansion en ouvrant des magasins au cœur de villes clés et sur de nouveaux marchés. Pour **Loro Piana**, l'ouverture en 2016 d'une boutique phare avenue Montaigne à Paris constituera un temps fort de l'année. La Maison continuera à dédier ses investissements à la recherche et développement textile et à l'approvisionnement en fibres naturelles les plus fines et les plus précieuses. En se concentrant sur leurs objectifs spécifiques, l'ensemble des marques de mode continueront de renforcer leur modèle de développement dans la perspective d'une croissance rentable et maîtrisée dans le temps.

4. PARFUMS ET COSMÉTIQUES

	2015	2014	2013
Ventes *(en millions d'euros)*	**4 517**	**3 916**	**3 717**
Ventes par ligne de produits *(en %)*			
Parfums	41	43	45
Maquillage	40	39	37
Produits de soins	19	18	18
Total	**100**	**100**	**100**
Ventes par zone géographique de destination *(en %)*			
France	12	13	13
Europe (hors France)	26	30	32
États-Unis	14	13	12
Japon	4	4	5
Asie (hors Japon)	29	26	24
Autres marchés	15	14	14
Total	**100**	**100**	**100**
Résultat opérationnel courant *(en millions d'euros)*	**525**	**415**	**414**
Marge opérationnelle *(en %)*	**11,6**	**10,6**	**11,1**
Investissements d'exploitation de la période *(en millions d'euros)*	**229**	**221**	**229**
Nombre de magasins	**203**	**162**	**123**

Faits marquants

À l'issue d'une année riche en développements, l'activité Parfums et Cosmétiques enregistre une croissance soutenue et de nouveaux gains de parts de marché. Les Maisons de LVMH continuent de s'appuyer sur la vitalité de leurs lignes emblématiques et sur une forte politique d'innovation.

Parfums Christian Dior accentue sa croissance et augmente ses parts de marché partout dans le monde. Une performance soutenue par le succès mondial sans précédent du nouveau parfum masculin *Sauvage*, incarné par Johnny Depp, et la vitalité des trois parfums emblématiques : *J'adore* innove avec *Touche de Parfum* ; *Miss Dior* est portée par sa nouvelle communication et son succès mondial ; *Dior Homme* accroît ses positions dans les principaux pays du monde. Dior développe ses collections via la réédition de son flacon iconique, l'amphore, et une nouvelle fragrance d'exception, *Fève Délicieuse*, créée par son Parfumeur François Demachy pour la *Collection Privée Christian Dior*. Porté depuis 2014 par la créativité de Peter Philips, le maquillage renforce son leadership avec des collections toujours plus audacieuses et de nombreuses nouveautés comme *Dior Addict Lipstick* ou le Sérum de teint *Nude Air*. Le soin, nourri par les avancées scientifiques de Dior dans le domaine de l'anti-âge, bénéficie du succès de *Dreamskin* et de la gamme *Prestige*.

Guerlain poursuit sa croissance profitable, portée par le succès continu de *La Petite Robe Noire* dans ses diverses déclinaisons et par la performance de *L'Homme Idéal*, solidement installé sur les marchés. La Maison bénéficie en outre de l'essor des soins *Orchidée Impériale* et *Abeille Royale* et des excellents résultats

des créations de maquillage iconiques *Terracotta* et *Météorites*. La Ruche, le nouveau site de production du soin et du maquillage à Chartres, soutient le développement des cosmétiques et inscrit dans la durée l'engagement de Guerlain pour la haute qualité, l'éco-conception des produits ainsi que la pérennisation des savoir-faire au cœur de la Cosmetic Valley française.

La progression de **Parfums Givenchy** est soutenue par toutes ses catégories de produits. Le parfum *Gentlemen Only*, symbole de l'élégance au masculin, poursuit sa croissance, tandis que le nouveau féminin *Live Irrésistible* connaît un succès prometteur. Le maquillage se développe notamment grâce à son produit phare pour les lèvres, *Le Rouge*.

Kenzo Parfums réussit le lancement de *Flower by Kenzo L'Élixir*, soutenu par une campagne de communication exprimant toute la spontanéité et la poésie qui caractérisent la marque.

Benefit confirme sa forte dynamique et continue de gagner des parts de marché aux États-Unis, en Europe et au Moyen-Orient, porté par une communication digitale à fort impact. Innovation majeure en 2015, le mascara *Roller Lash*, produit très performant et porteur des codes ludiques et décalés qui sont la signature de Benefit, s'impose très rapidement.

Make Up For Ever connaît une expansion rapide, qui valide son modèle de développement fondé sur une forte créativité et la qualité professionnelle de ses produits de maquillage. Les nouveautés 2015 pour le teint, *Ultra HD* et *Step 1*, remportent un grand succès.

Porté par son approche unique de la beauté et ses gammes de produits à base d'ingrédients naturels, **Fresh** poursuit une croissance rapide, en particulier en Asie. L'année 2015 a vu le début de son développement en Europe avec notamment l'ouverture d'un comptoir au sein des Galeries Lafayette à Paris et d'Harrods à Londres.

Acqua di Parma bénéficie des belles performances réalisées par sa ligne *Colonia*, incarnation d'une élégance intemporelle et d'un art de vivre italien.

Perspectives

En 2016, les marques de LVMH se fixent un nouvel objectif de gain de parts de marché qui passera par la mise en avant de leur démarche d'excellence et une politique active en termes d'innovation, de communication et d'initiatives digitales. **Parfums Christian Dior** continuera d'affirmer son statut de Maison de haute parfumerie, d'accroître sa désirabilité et d'élargir sa clientèle en synergie avec la Couture. Le développement de *Sauvage* et le soutien des lignes phares sont les axes stratégiques majeurs de la Maison. L'attention portée à l'expertise de ses conseillers et l'amélioration continue de l'expérience Dior proposée dans ses points de vente sont tout aussi essentielles. **Guerlain** a engagé un plan d'innovation soutenu pour toutes ses catégories de produits, qui se traduira notamment par une incursion de *La Petite Robe Noire* en maquillage. La Maison ouvrira en janvier à Paris sa première boutique exclusivement dédiée au parfum. **Parfums Givenchy** développera son offre de cosmétiques, soutiendra ses parfums avec de nouvelles variantes olfactives et complétera la ligne *Live Irrésistible*. **Kenzo Parfums** lancera dans quelques pays stratégiques une toute nouvelle ligne très créative, en harmonie avec l'esprit de la Maison de mode. **Benefit**, **Make Up For Ever**, **Fresh**, **Acqua di Parma** continueront d'affirmer leur créativité, de renforcer le positionnement unique qui fait leur succès et d'étendre leur distribution à l'international.

5. MONTRES ET JOAILLERIE

	2015	2014	2013
Ventes *(en millions d'euros)*	3 308	2 782	2 697
Ventes par zone géographique de destination *(en %)*			
France	7	6	6
Europe (hors France)	25	27	27
États-Unis	11	12	12
Japon	13	13	13
Asie (hors Japon)	27	26	27
Autres marchés	17	16	15
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant *(en millions d'euros)*	432	283	367
Marge opérationnelle *(en %)*	13,1	10,2	13,6
Investissements d'exploitation de la période *(en millions d'euros)*	204	191	187
Nombre de magasins	395	380	363

Faits marquants

Le groupe Montres et Joaillerie enregistre une croissance soutenue, marquée par une avancée très forte de la joaillerie. Le contexte d'incertitudes économiques et monétaires continue d'inciter les détaillants horlogers à la prudence dans leurs achats. L'activité des boutiques enregistre de solides progressions, portées par le succès des lignes iconiques et la créativité des nouveautés. Les marques s'attachent à renforcer leur notoriété et investissent sélectivement dans leur réseau de distribution et leurs capacités de fabrication.

Bvlgari confirme sa belle dynamique en termes de ventes et de résultat, avec une performance remarquable de la joaillerie, grâce au succès des lignes emblématiques *Serpenti*, *Bvlgari-Bvlgari*, *B.Zero1* et de la nouvelle collection *Diva*. La Haute Joaillerie réalise une progression spectaculaire à laquelle contribue la nouvelle collection *Giardini Italiani* qui s'inspire de l'art créatif des jardins italiens et exprime le talent inégalé de la Maison dans l'assemblage de pierres de couleur exceptionnelles. L'activité des montres bénéficie du succès de la nouvelle collection *Lucea*, des progrès continus de *Serpenti*, et de la croissance de la ligne *Octo*

dans la catégorie masculine. La bonne performance des magasins en propre récompense les efforts soutenus d'ouvertures sélectives et d'embellissement des boutiques. Bvlgari accentue sa montée en gamme dans le domaine des accessoires et des parfums.

TAG Heuer poursuit le développement de son cœur de gamme. Associées à une communication dynamique, nouveautés et séries spéciales viennent renforcer les lignes iconiques *Formula 1*, *Aquaracer* et *Carrera*. Confirmant le statut de pionnier de la Maison, la montre connectée présentée en novembre à New York suscite un grand intérêt et connaît un exceptionnel démarrage en termes de ventes sur les premiers marchés où elle a été lancée. TAG Heuer continue d'améliorer son organisation et d'optimiser son réseau de magasins afin d'en accroître la qualité et la rentabilité. La visibilité de TAG Heuer auprès de ses publics cibles et sa présence dans les médias sociaux bénéficient d'un important réseau de partenaires et ambassadeurs, parmi lesquels l'écurie de course automobile Red Bull, la Bundesliga de football, le musicien David Guetta et la chanteuse chinoise G.E.M.

Hublot maintient son rythme élevé de croissance, soutenu par la ligne *Classic Fusion* et l'emblématique *Big Bang* qui fête ses 10 ans en 2015. La marque illustre sa créativité et sa stratégie de valeur avec de nombreuses nouveautés de Haute Horlogerie. L'ouverture d'une seconde manufacture à Nyon renforce la maîtrise industrielle de Hublot pour la fabrication de ses mouvements *UNICO* et de ses complications, et complète son dispositif en matière de technologie et d'innovation. La visibilité de la marque est servie par une communication très active, associant événements, présence digitale et partenariats prestigieux dans les milieux artistiques et sportifs. De nouveaux magasins ont été ouverts à Francfort, Dubaï, Osaka et Chengdu.

Zenith célèbre en 2015 son 150e anniversaire autour de ses valeurs de savoir-faire et de passion horlogère. Tandis que la ligne emblématique *El Primero* poursuit son développement, la nouvelle *Elite 6150* reçoit un très bon accueil. La Maison renforce sa visibilité et étend son réseau avec l'ouverture d'un magasin à Chengdu.

Chaumet connaît une année de forte croissance, tirée par ses lignes emblématiques et une montée en gamme progressive. De nouvelles créations enrichissent les collections *Hortensia* et *Joséphine*. Un Musée Éphémère, inauguré place Vendôme à Paris, expose les créations historiques et actuelles de la Maison autour du naturalisme, thème majeur de son héritage.

Les **Montres Dior** bénéficient du succès des collections d'horlogerie précieuse *Grand Bal*. **De Beers** renforce son statut de référence sur le segment du diamant solitaire. **Fred** s'appuie sur sa ligne iconique *Force 10* et ouvre une nouvelle boutique phare à Paris.

Perspectives

Le groupe d'activités Montres et Joaillerie poursuit activement son objectif de gains de parts de marché. La maîtrise des savoir-faire horloger et joaillier, la créativité des produits, la notoriété et l'image d'excellence des marques restent les vecteurs clés de sa dynamique et de son développement futur. Dans un environnement économique contrasté, cette stratégie continue de s'accompagner d'une gestion rigoureuse et d'un ciblage précis de l'affectation des ressources. Au cours des mois qui viennent, les marques continueront d'investir prioritairement dans les régions les plus porteuses ou prometteuses afin d'y développer leur visibilité. Elles s'attacheront à optimiser la couverture géographique de leurs réseaux de distribution et à élever la qualité de leurs magasins tout en veillant à augmenter leur productivité et leur rentabilité. Chez **Hublot** en particulier, l'ouverture d'un magasin phare à New York marquera le premier semestre. Le développement des capacités industrielles et la mise en place de synergies au sein du groupe d'activités seront poursuivis. **Bvlgari** en particulier poursuivra la construction de sa nouvelle Manufacture à Valenza en Italie, dont la mise en service est prévue mi- 2016. Enfin, illustrant leur dynamisme, leur esprit d'innovation et leur savoir-faire, toutes les Maisons horlogères et joaillières enrichiront leurs collections dans un esprit permanent de créativité et de quête de l'excellence.

6. DISTRIBUTION SÉLECTIVE

	2015	2014	2013
Ventes *(en millions d'euros)*	**11 233**	**9 534**	**8 903**
Ventes par zone géographique de destination *(en %)*			
France	13	15	15
Europe (hors France)	8	9	10
États-Unis	39	35	33
Japon	2	1	1
Asie (hors Japon)	29	31	33
Autres marchés	9	9	8
Total	**100**	**100**	**100**
Résultat opérationnel courant *(en millions d'euros)*	**934**	**882**	**908**
Marge opérationnelle *(en %)*	**8,3**	**9,3**	**10,2**
Investissements d'exploitation de la période *(en millions d'euros)*	**399**	**389**	**389**
Nombre de magasins			
Sephora	1 626	1 560	1 481
Autres	53	54	60

Faits marquants

Sephora gagne des parts de marché partout dans le monde et enregistre une nouvelle croissance à deux chiffres de ses ventes, avec des performances remarquables en Amérique du Nord et au Moyen-Orient. Les marchés ouverts récemment, notamment l'Australie, se révèlent prometteurs. L'expansion se poursuit avec près d'une centaine d'ouvertures à travers le monde en 2015. Plusieurs magasins phares comme ceux de Mall of the Emirates à Dubaï et de Powell Street à San Francisco ont été rénovés pour enrichir l'expérience client autour du digital et des services. Les ventes en ligne poursuivent leur forte croissance avec notamment une offre mobile renforcée. La stratégie de développement omnicanal de Sephora s'accélère : plusieurs propositions innovantes sont lancées comme la livraison en 48h aux États-Unis et le service « Click and Collect » en France, permettant de retirer une commande passée sur Internet dans un magasin trois heures plus tard. L'expansion géographique se poursuit avec l'acquisition du site d'e-commerce Luxola, présent dans neuf pays d'Asie du Sud-Est. Sephora maintient aussi le cap de l'innovation dans les produits et les services avec le renforcement de l'offre exclusive, le déploiement de l'offre Beauty to Go, un ensemble de produits en petit format adaptés à la vie quotidienne et au voyage, et l'initiative « Play! » aux États-Unis, permettant de recevoir sur abonnement des échantillons d'une sélection de produits.

Le Bon Marché connaît une année de forte croissance sous le signe de l'innovation. L'un des événements clés de 2015 est l'ouverture de son nouvel espace Souliers sous de magnifiques verrières. Cette rénovation contribue à une remarquable dynamique du département Accessoires, également porté par les bons résultats de l'Horlogerie et de la Joaillerie. La transformation en cours de l'espace Mode Femme entraîne une forte croissance de cette activité. L'exposition de début d'année réalisée en association avec le concept store The Webster Miami et celle consacrée à l'esprit de Brooklyn ont constitué deux temps forts de l'animation du Bon Marché et de La Grande Épicerie de Paris. Le succès du programme de fidélité « 24 Sèvres » dépasse les prévisions et permet d'élargir et rajeunir la clientèle française. La clientèle internationale, sensible à l'atmosphère parisienne et culturelle du Bon Marché, contribue aussi à la croissance des ventes.

Les activités de « travel retail » font face en Asie à une conjugaison de facteurs défavorables d'ordre politique, économique et monétaire, à l'exception du Japon où **DFS** profite de l'afflux important de voyageurs chinois. Dans ce contexte, DFS s'appuie sur son expertise unique et sa forte capacité d'innovation pour renforcer son offre en réponse à l'évolution des attentes de ses clients voyageurs, tout en poursuivant la baisse de ses frais opérationnels. À Macao et Hong Kong, le concept d'espace T Beauty dédié à la beauté a été lancé et propose un large choix de marques et de produits dans une architecture à la fois luxueuse, moderne et accessible. Autre initiative, les boutiques de vins et spiritueux sur 2 niveaux ouvertes au sein de l'aéroport de Changi à Singapour. Elles redéfinissent les standards d'excellence de leur catégorie en termes d'architecture et d'expérience client. Dans le même temps, le plan de modernisation des magasins existants est poursuivi, accompagné d'une politique dynamique de marketing, d'animation et de fidélisation, grâce à l'extension du programme de fidélité LoyalT.

L'activité de **Starboard Cruise Services** à bord des navires est soutenue par le développement des itinéraires de croisière en Asie et par sa stratégie d'innovation et de différenciation de l'offre de ses boutiques en fonction des différentes lignes et clientèles. L'année 2015 est marquée par le renouvellement du contrat avec la compagnie Royal Caribbean.

Perspectives

Sephora poursuivra son expansion internationale. Fidèle à son profil de pionnier dans l'univers de la beauté, l'enseigne continuera d'inventer l'expérience d'achat de demain en accentuant la personnalisation de sa relation avec chaque client et en renforçant le lien entre magasin physique et offre digitale. La formation et l'engagement des équipes sur lesquelles repose le succès de Sephora restent au cœur de cette stratégie. **Le Bon Marché** continuera de cultiver sa différence, son profil de magasin prescripteur et la qualité de son accueil. Le lancement de la marque propre de La Grande Épicerie de Paris sera un événement marquant de 2016 tandis que le magasin Franck et Fils fermera ses portes pour préparer l'ouverture en 2017 d'une Grande Épicerie de Paris Rive droite.

Fort de la réactivité de ses équipes et de son organisation, **DFS** continue de se concentrer sur l'attractivité de son réseau pour être incontournable auprès des voyageurs et enrichir leur expérience. L'année 2016 verra l'aboutissement de plusieurs développements porteurs : l'ouverture de la *T Galleria*

à Siem Reap au Cambodge, près des fabuleuses ruines d'Angkor, celle du nouveau magasin *T Galleria – City of Dreams* à Macao et celle du *T Fondaco dei Tedeschi*, premier magasin européen de DFS, sur le Grand Canal de Venise juste à côté du pont du Rialto, l'un des sites touristiques les plus fréquentés au monde.

En réponse à la multiplicité des circuits de croisière et à l'évolution des clientèles, **Starboard Cruise Services** continue d'innover et d'affiner ses sélections de produits, tout en privilégiant les catégories les plus contributives.

7. COMMENTAIRES SUR LE BILAN CONSOLIDÉ

Bilan au 31 décembre 2015

(en milliards d'euros)	2015	2014	Variation
Immobilisations corp. et incorporelles	34,9	32,3	2,6
Autres	3,8	3,0	0,8
Actifs non courants	**38,7**	**35,3**	**3,4**
Stocks	10,1	9,5	0,6
Autres	8,8	8,6	0,2
Actifs courants	**18,9**	**18,1**	**0,8**
Actif	**57,6**	**53,4**	**4,2**

(en milliards d'euros)	2015	2014	Variation
Capitaux propres	25,8	23,0	2,8
Dette financière à plus d'un an	4,5	5,0	(0,5)
Autres passifs non courants	14,6	13,2	1,4
Capitaux permanents	**44,9**	**41,2**	**3,7**
Dette financière à moins d'un an	3,7	4,2	(0,5)
Autres	9,0	8,0	1,0
Passifs courants	**12,7**	**12,2**	**0,5**
Passif	**57,6**	**53,4**	**4,2**

Le total du bilan consolidé de LVMH à fin 2015 s'élève à 57,6 milliards d'euros, en progression de 8 % par rapport à fin 2014. Les actifs non courants, qui augmentent de 3,4 milliards d'euros, représentent 67 % du total du bilan, contre 66 % à fin 2014.

Les immobilisations corporelles et incorporelles progressent de 2,6 milliards d'euros, dont 1,2 milliard lié à la revalorisation des engagements d'achat d'intérêts minoritaires, et 0,9 milliard à l'évolution des parités monétaires. Les investissements de l'année, nets des dotations aux amortissements et des cessions, représentent une augmentation additionnelle de 0,3 milliard d'euros ; ils sont commentés dans le cadre des analyses de variations de trésorerie.

Les autres actifs non courants progressent de 0,8 milliard d'euros, pour s'établir à 3,8 milliards d'euros, en raison, pour 0,5 milliard d'euros, de la progression des impôts différés actifs et, pour 0,2 milliard d'euros, de la hausse des participations mises en équivalence, résultant notamment de prises de participation dans Repossi et L Catterton.

Les stocks progressent de 0,6 milliard d'euros. Leur évolution est commentée dans le cadre des analyses de variations de trésorerie.

Les autres actifs courants sont en hausse de 0,2 milliard d'euros, résultant de la progression des créances opérationnelles pour 0,7 milliard d'euros, principalement les créances clients, évolution en lien avec la croissance de l'activité du Groupe. Cette hausse est compensée à hauteur de 0,5 milliard d'euros par la réduction du niveau de trésorerie.

Les autres passifs non courants, à 14,6 milliards d'euros, sont en augmentation de 1,4 milliard d'euros, sous l'effet de la progression de 1,4 milliard d'euros de la dette au titre des engagements d'achat de titres de minoritaires. La réduction de 0,3 milliard d'euros des provisions est compensée par une progression équivalente des impôts différés passifs.

Enfin, les autres passifs courants progressent de 1 milliard d'euros, pour s'établir à 9,0 milliards d'euros, dont 0,3 milliard du fait de l'évolution des cours de change, 0,2 milliard d'euros liés aux variations de périmètre, et 0,2 milliard d'euros liés à la hausse des dettes fiscales et sociales. Ces évolutions sont liées au développement des activités du Groupe.

Dette financière nette et capitaux propres

(en milliards d'euros)	2015	2014	Variation
Dette financière à plus d'un an	4,5	5,0	(0,5)
Dette financière à moins d'un an et instruments dérivés	3,7	4,2	(0,5)
Dette financière brute après effet des instruments dérivés	**8,2**	**9,2**	**(1,0)**
Trésorerie et équivalents de trésorerie, et placements financiers	(4,0)	(4,4)	0,4
Dette financière nette	**4,2**	**4,8**	**(0,6)**
Capitaux propres	**25,8**	**23,0**	**2,8**
Ratio dette financière nette/ Capitaux propres	**16 %**	**21 %**	**(5,0)**

Le ratio dette financière nette sur capitaux propres, qui était de 21 % au 31 décembre 2014, est en baisse significative de 5 points et s'établit à 16 %, grâce à l'effet combiné de la progression des capitaux propres, de 2,8 milliards d'euros, et de la réduction de la dette financière nette, de 0,6 milliard d'euros.

Le total des capitaux propres s'élève à 25,8 milliards d'euros à fin 2015, en progression de 2,8 milliards d'euros par rapport à fin 2014. Cette variation reflète en premier lieu les bons résultats du Groupe, distribués en partie seulement, soit une progression nette de 2,1 milliards d'euros. S'y ajoute l'effet de l'évolution des parités monétaires sur les réserves des entités en devises, principalement en dollar US, Hong Kong dollar et Franc suisse, positif de 0,8 milliard d'euros. Au 31 décembre 2015, le total des capitaux propres représente 45 % du total du bilan, contre 43 % fin 2014.

La dette financière brute après effet des instruments dérivés s'élève à fin 2015 à 8,2 milliards d'euros, en recul de 1 milliard par rapport à fin 2014. Durant l'année, 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. La réduction des autres emprunts, de 0,4 milliard d'euros, contribue également au recul de la dette. À l'inverse, l'encours de billets de trésorerie a progressé de 0,3 milliard d'euros, ainsi que les dettes en devises, de 0,1 milliard d'euros du fait de l'évolution des parités monétaires. La trésorerie et équivalents de trésorerie, et les placements financiers s'élèvent en fin d'exercice à 4,0 milliards d'euros, inférieurs de 0,4 milliard d'euros aux 4,4 milliards atteints fin 2014, la dette financière nette recule ainsi de 0,6 milliards d'euros.

À fin 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 au 31 décembre 2015 atteint 2,2 milliards d'euros.

8. COMMENTAIRES SUR LA VARIATION DE TRÉSORERIE CONSOLIDÉE

(en millions d'euros)	2015	2014	Variation
Capacité d'autofinancement générée par l'activité	**7 945**	**7 080**	**865**
Coût de la dette financière nette : intérêts payés	(75)	(116)	41
Impôt payé	(1 807)	(1 639)	(168)
Capacité d'autofinancement après intérêts financiers et impôt	**6 063**	**5 325**	**738**
Variation du besoin en fonds de roulement	(429)	(718)	289
Investissements d'exploitation	(1 955)	(1 775)	(180)
Cash flow disponible	**3 679**	**2 832**	**847**
Investissements financiers	**(511)**	**(232)**	**(279)**
Opérations en capital	**(2 090)**	**(1 961)**	**(129)**
Variation de la trésorerie avant opérations de financement	**1 078**	**639**	**439**

La capacité d'autofinancement générée par l'activité, à 7 945 millions d'euros, progresse de 12 % par rapport aux 7 080 millions enregistrés un an plus tôt. Après paiement des intérêts financiers et de l'impôt, la capacité d'autofinancement atteint 6 063 millions d'euros, en progression de 14 % par rapport à l'exercice 2014.

Les intérêts payés, à 75 millions d'euros, sont en baisse significative par rapport au montant de 2014, grâce, principalement, aux effets de la baisse des taux sur les emprunts, auxquels s'ajoutent ceux de la réduction de la dette financière nette.

Les impôts payés atteignent 1 807 millions d'euros, en progression de 10 % par rapport aux 1 639 millions décaissés l'an dernier, en lien avec la progression des résultats du Groupe.

La progression du besoin en fonds de roulement, de 429 millions d'euros, est nettement inférieure à celle observée un an plus tôt, de 718 millions. En effet, l'augmentation des stocks, de 569 millions d'euros, très inférieure à celle de 2014, de 928 millions d'euros. Celle-ci concerne notamment les Vins et Spiritueux, ainsi que, dans une moindre mesure, les Parfums et Cosmétiques et les Montres et Joaillerie.

Les investissements d'exploitation, nets des cessions, représentent en 2015 un débours de 1 955 millions d'euros, contre 1 775 millions d'euros un an plus tôt. Ils sont constitués principalement des investissements de Sephora, Louis Vuitton, DFS et Bvlgari dans leurs réseaux de distribution, ceux de Parfums Christian Dior dans de nouveaux comptoirs, 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.

En 2015, 511 millions d'euros ont été consacrés aux investissements financiers et acquisitions de titres consolidés, dont 240 millions d'euros pour les acquisitions de titres consolidés. Celles-ci comprennent notamment l'acquisition du Parisien-Aujourd'hui en France, celle d'une participation de 95 % dans le site de e-commerce Luxola, ainsi que des prises de participation dans Repossi et L Catterton. Le solde, négatif de 271 millions d'euros, est relatif à la gestion des investissements financiers, dont un débours de 265 millions d'euros au titre de l'impôt relatif aux investissements financiers.

La variation de trésorerie issue des opérations en capital représente un débours de 2 090 millions d'euros. Ce montant correspond, à hauteur de 1 671 millions d'euros, aux dividendes versés au cours de l'exercice par LVMH SE, hors actions auto-détenues, dont 992 millions d'euros au titre du solde du dividende 2014 et 679 millions d'euros à titre d'acompte pour l'exercice 2015. À cela s'ajoutent les dividendes versés aux minoritaires des filiales consolidées, pour 228 millions d'euros, et l'impôt payé relatif aux opérations en capital, pour 304 millions d'euros. À l'inverse, les levées d'options de souscription réalisées durant l'exercice et les augmentations de capital souscrites par les actionnaires minoritaires des filiales du Groupe ont permis de recueillir 116 millions d'euros.

L'excédent de trésorerie après toutes opérations d'exploitation, d'investissement et en capital s'est ainsi élevé à 1 078 millions d'euros. Les opérations de financement ayant entraîné une consommation de trésorerie de 1 438 millions d'euros, l'effet de la variation des écarts de conversion étant négatif de 33 millions d'euros, le niveau de trésorerie en fin d'exercice est en baisse de 393 millions d'euros par rapport à fin 2014.

COMPTES 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

(en millions d'euros, sauf résultats par action)	Notes	2015	2014	2013
Ventes	23	**35 664**	**30 638**	**29 016**
Coût des ventes		(12 553)	(10 801)	(9 997)
Marge brute		**23 111**	**19 837**	**19 019**
Charges commerciales		(13 830)	(11 744)	(10 767)
Charges administratives		(2 663)	(2 373)	(2 212)
Part dans les résultats des sociétés mises en équivalence	7	(13)	(5)	(23)
Résultat opérationnel courant	23-24	**6 605**	**5 715**	**6 017**
Autres produits et charges opérationnels	25	(221)	(284)	(119)
Résultat opérationnel		**6 384**	**5 431**	**5 898**
Coût de la dette financière nette		(78)	(115)	(101)
Autres produits et charges financiers		(336)	3 062	(97)
Résultat financier	26	**(414)**	**2 947**	**(198)**
Impôts sur les bénéfices	27	(1 969)	(2 273)	(1 753)
Résultat net avant part des minoritaires		**4 001**	**6 105**	**3 947**
Part des minoritaires	17	(428)	(457)	(511)
Résultat net, part du Groupe		**3 573**	**5 648**	**3 436**
Résultat net, part du Groupe par action *(en euros)*	28	**7,11**	**11,27**	**6,87**
Nombre d'actions retenu pour le calcul		502 395 491	501 309 369	500 283 414
Résultat net, part du Groupe par action après dilution *(en euros)*	28	**7,08**	**11,21**	**6,83**
Nombre d'actions retenu pour le calcul		504 894 946	503 861 733	503 217 497

ÉTAT GLOBAL DES GAINS ET PERTES CONSOLIDÉS

(en millions d'euros)	2015	2014	2013
Résultat net avant part des minoritaires	**4 001**	**6 105**	**3 947**
Variation du montant des écarts de conversion	631	534	(346)
Effets d'impôt	135	104	(48)
	766	**638**	**(394)**
Variation de valeur des investissements et placements financiers	(32)	494	963
Montants transférés en résultat	(91)	(3 326)	(16)
Effets d'impôt	20	184	(35)
	(103)	**(2 648)**	**912**
Variation de valeur des couvertures de flux de trésorerie futurs en devises	(63)	(30)	304
Montants transférés en résultat	33	(163)	(265)
Effets d'impôt	3	57	(17)
	(27)	**(136)**	**22**
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres, transférables en compte de résultat	**636**	**(2 146)**	**540**
Variation de valeur des terres à vignes	64	(17)	369
Montants transférés en réserves consolidées	-	(10)	-
Effets d'impôt	(21)	9	(127)
	43	**(18)**	**242**
Engagements envers le personnel : variation de valeur liée aux écarts actuariels	42	(161)	80
Effets d'impôt	(16)	52	(22)
	26	**(109)**	**58**
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres, non transférables en compte de résultat	**69**	**(127)**	**300**
Résultat global	**4 706**	**3 832**	**4 787**
Part des minoritaires	(558)	(565)	(532)
Résultat global, part du Groupe	**4 148**	**3 267**	**4 255**

BILAN CONSOLIDÉ

ACTIF *(en millions d'euros)*	Notes	2015	2014	2013
Marques et autres immobilisations incorporelles	3	13 572	13 031	12 596
Écarts d'acquisition	4	10 122	8 810	9 058
Immobilisations corporelles	6	11 157	10 387	9 621
Participations mises en équivalence	7	729	519	480
Investissements financiers	8	574	580	7 080
Autres actifs non courants	9	552	489	457
Impôts différés		1 945	1 436	913
Actifs non courants		**38 651**	**35 252**	**40 205**
Stocks et en-cours	10	10 096	9 475	8 492
Créances clients et comptes rattachés	11	2 521	2 274	2 174
Impôts sur les résultats		384	354	223
Autres actifs courants	12	2 355	1 916	1 856
Trésorerie et équivalents de trésorerie	14	3 594	4 091	3 226
Actifs courants		**18 950**	**18 110**	**15 971**
Total de l'actif		**57 601**	**53 362**	**56 176**

PASSIF ET CAPITAUX PROPRES *(en millions d'euros)*	Notes	2015	2014	2013
Capital	15.1	152	152	152
Primes	15.1	2 579	2 655	3 849
Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH	15.2	(240)	(374)	(451)
Écarts de conversion	15.4	1 137	492	(8)
Écarts de réévaluation		949	1 019	3 900
Autres réserves		16 189	12 171	16 001
Résultat net, part du Groupe		3 573	5 648	3 436
Capitaux propres, part du Groupe		24 339	21 763	26 879
Intérêts minoritaires	17	1 460	1 240	1 028
Capitaux propres		**25 799**	**23 003**	**27 907**
Dette financière à plus d'un an	18	4 511	5 054	4 149
Provisions à plus d'un an	19	1 950	2 291	1 797
Impôts différés		4 685	4 392	4 280
Autres passifs non courants	20	7 957	6 447	6 404
Passifs non courants		**19 103**	**18 184**	**16 630**
Dette financière à moins d'un an	18	3 769	4 189	4 674
Fournisseurs et comptes rattachés	21.1	3 960	3 606	3 297
Impôts sur les résultats		640	549	357
Provisions à moins d'un an	19	421	332	324
Autres passifs courants	21.2	3 909	3 499	2 987
Passifs courants		**12 699**	**12 175**	**11 639**
Total du passif et des capitaux propres		**57 601**	**53 362**	**56 176**

TABLEAU DE VARIATION DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDÉS

(en millions d'euros)	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
Notes		15.1		15.2	15.4							17	
Au 31 décembre 2012	**508 163 349**	**152**	**3 848**	**(414)**	**342**	**1 943**	**118**	**758**	**(88)**	**17 765**	**24 424**	**1 084**	**25 508**
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					(350)	912	18	188	51		819	21	840
Résultat net										3 436	3 436	511	3 947
Résultat global		**-**	**-**	**-**	**(350)**	**912**	**18**	**188**	**51**	**3 436**	**4 255**	**532**	**4 787**
Charges liées aux plans d'options										31	31	3	34
(Acquisitions)/cessions d'actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH				(103)						(7)	(110)	-	(110)
Levées d'options de souscription d'actions LVMH	1 025 418		67								67	-	67
Annulation d'actions LVMH	(1 395 106)		(66)	66							-	-	-
Augmentations de capital des filiales											-	8	8
Dividendes et acomptes versés										(1 500)	(1 500)	(228)	(1 728)
Prise de contrôle de Loro Piana											-	235	235
Prises et pertes de contrôle dans les entités consolidées										1	1	(1)	-
Acquisitions et cessions de parts d'intérêts minoritaires										(73)	(73)	(76)	(149)
Engagements d'achat de titres de minoritaires										(216)	(216)	(529)	(745)
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. Voir Note 8.			(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					645	(103)	(25)	33	25	-	575	130	705
Résultat net										3 573	3 573	428	4 001
Résultat global		**-**	**-**	**-**	**645**	**(103)**	**(25)**	**33**	**25**	**3 573**	**4 148**	**558**	**4 706**
Charges liées aux plans d'options										35	35	2	37
(Acquisitions)/cessions d'actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH				23						(13)	10	-	10
Levées d'options de souscription d'actions LVMH	552 137		35								35	-	35
Annulation d'actions LVMH	(1 124 740)		(111)	111							-	-	-
Augmentations de capital des filiales											-	89	89
Dividendes et acomptes versés										(1 659)	(1 659)	(229)	(1 888)
Prises et pertes de contrôle dans les entités consolidées										(9)	(9)	1	(8)
Acquisitions et cessions de parts d'intérêts minoritaires										5	5	(3)	2
Engagements d'achat de titres de minoritaires										11	11	(198)	(187)
Au 31 décembre 2015	**507 139 110**	**152**	**2 579**	**(240)**	**1 137**	**104**	**(11)**	**964**	**(108)**	**19 762**	**24 339**	**1 460**	**25 799**

TABLEAU DE VARIATION DE LA TRÉSORERIE CONSOLIDÉE

(en millions d'euros)	Notes	2015	2014	2013
I. OPÉRATIONS ET INVESTISSEMENTS D'EXPLOITATION				
Résultat opérationnel		6 384	5 431	5 898
Part dans le résultat et dividendes reçus des sociétés mises en équivalence	7	27	26	49
Dotations nettes aux amortissements et provisions		2 081	1 895	1 435
Autres charges calculées		(456)	(188)	(29)
Autres retraitements		(91)	(84)	(76)
Capacité d'autofinancement générée par l'activité		**7 945**	**7 080**	**7 277**
Coût de la dette financière nette : intérêts payés		(75)	(116)	(111)
Impôt payé		(1 807)	(1 639)	(1 832)
Capacité d'autofinancement après intérêts financiers et impôt		**6 063**	**5 325**	**5 334**
Variation du besoin en fonds de roulement	14.1	(429)	(718)	(620)
Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation		**5 634**	**4 607**	**4 714**
Investissements d'exploitation	14.2	(1 955)	(1 775)	(1 657)
Variation de la trésorerie issue des opérations et investissements d'exploitation (cash flow disponible)		**3 679**	**2 832**	**3 057**
II. INVESTISSEMENTS FINANCIERS				
Acquisitions d'investissements financiers	8	(78)	(57)	(197)
Cessions d'investissements financiers	8	68	160	38
Dividendes reçus	8	4	69	71
Impôt payé relatif aux investissements financiers		(265)	(237)	(11)
Incidences des acquisitions et cessions de titres consolidés	2	(240)	(167)	(2 161)
Variation de la trésorerie issue des investissements financiers		**(511)**	**(232)**	**(2 260)**
III. OPÉRATIONS EN CAPITAL				
Augmentations de capital de la société LVMH	15.1	35	59	66
Augmentations de capital des filiales souscrites par les minoritaires	17	81	3	7
Acquisitions et cessions d'actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH	15.2	1	1	(113)
Dividendes et acomptes versés par la société LVMH [(a)]	15.3	(1 671)	(1 619)	(1 501)
Impôt payé relatif aux dividendes et acomptes versés		(304)	(79)	(137)
Dividendes et acomptes versés aux minoritaires des filiales consolidées	17	(228)	(336)	(220)
Acquisitions et cessions d'intérêts minoritaires		(4)	10	(150)
Variation de la trésorerie issue des opérations en capital		**(2 090)**	**(1 961)**	**(2 048)**
Variation de la trésorerie avant opérations de financement		**1 078**	**639**	**(1 251)**
IV. OPÉRATIONS DE FINANCEMENT				
Émissions ou souscriptions d'emprunts et dettes financières		1 008	2 407	3 095
Remboursements d'emprunts et dettes financières		(2 443)	(2 100)	(1 057)
Acquisitions et cessions de placements financiers	13	(3)	(106)	101
Variation de la trésorerie issue des opérations de financement		**(1 438)**	**201**	**2 139**
V. INCIDENCE DES ÉCARTS DE CONVERSION		**(33)**	**27**	**47**
VARIATION NETTE DE LA TRÉSORERIE (I+II+III+IV+V)		**(393)**	**867**	**935**
TRÉSORERIE NETTE À L'OUVERTURE	14	**3 783**	**2 916**	**1 981**
TRÉSORERIE NETTE À LA CLÔTURE	14	**3 390**	**3 783**	**2 916**
TOTAL DE L'IMPÔT PAYE		**(2 376)**	**(1 955)**	**(1 980)**
Opérations comprises dans le tableau ci-dessus, sans incidence sur la variation de la trésorerie :				
- investissements par location financement		4	5	7

(a) La distribution en nature des actions Hermès n'a pas eu d'effet sur la trésorerie, hors effets d'impôt. Voir Note 8.

ANNEXE AUX COMPTES CONSOLIDÉS (EXTRAITS)

1.	PRINCIPES COMPTABLES	26
2.	VARIATIONS DE POURCENTAGE D'INTÉRÊT DANS LES ENTITÉS CONSOLIDÉES	34
3.	MARQUES, ENSEIGNES ET AUTRES IMMOBILISATIONS INCORPORELLES	35
4.	ÉCARTS D'ACQUISITION	36
5.	ÉVALUATION DES ACTIFS INCORPORELS À DURÉE DE VIE INDÉFINIE	36
6.	IMMOBILISATIONS CORPORELLES	37
7.	PARTICIPATIONS MISES EN ÉQUIVALENCE	38
8.	INVESTISSEMENTS FINANCIERS	39
9.	AUTRES ACTIFS NON COURANTS	39
10.	STOCKS ET EN-COURS	39
11.	CLIENTS	40
12.	AUTRES ACTIFS COURANTS	41
13.	PLACEMENTS FINANCIERS	41
14.	TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE	42
15.	CAPITAUX PROPRES	43
16.	PLANS D'OPTIONS ET ASSIMILÉS	45
17.	INTÉRÊTS MINORITAIRES	46
18.	EMPRUNTS ET DETTES FINANCIÈRES	47
19.	PROVISIONS	49
20.	AUTRES PASSIFS NON COURANTS	49
21.	AUTRES PASSIFS COURANTS ET FOURNISSEURS	50
22.	INSTRUMENTS FINANCIERS ET GESTION DES RISQUES DE MARCHÉ	51
23.	INFORMATION SECTORIELLE	54
24.	CHARGES PAR NATURE	57
25.	AUTRES PRODUITS ET CHARGES OPÉRATIONNELS	57
26.	RÉSULTAT FINANCIER	58
27.	IMPÔTS SUR LES RÉSULTATS	58
28.	RÉSULTAT PAR ACTION	59
29.	ENGAGEMENTS DE RETRAITES, PARTICIPATION AUX FRAIS MÉDICAUX ET AUTRES ENGAGEMENTS VIS-À-VIS DU PERSONNEL	59
30.	ENGAGEMENTS HORS BILAN	60
31.	FAITS EXCEPTIONNELS ET LITIGES	61
32.	ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE	61

1. PRINCIPES COMPTABLES

1.1. Cadre général et environnement

Les comptes consolidés de l'exercice 2015 sont établis en conformité avec les normes et interprétations comptables internationales (IAS/IFRS) adoptées par l'Union européenne et applicables au 31 décembre 2015. Ces normes et interprétations sont appliquées de façon constante sur les exercices présentés. Les comptes consolidés de l'exercice 2015 ont été arrêtés par le Conseil d'administration le 2 février 2016.

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

1.2. Évolutions du référentiel comptable applicable à LVMH

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

Les normes applicables à LVMH à partir de 2015 sont les suivantes :

- l'amendement d'IAS 19 relatif à la comptabilisation des contributions des employés aux régimes post-emploi ;
- l'interprétation IFRIC 21 relative à la comptabilisation des droits et des taxes.

L'application de ces normes n'a pas eu d'impact significatif sur les comptes du Groupe.

Normes, amendements et interprétations dont l'application est obligatoire au 1er janvier 2016

Les amendements d'IAS 16 et IAS 41 concernant les actifs biologiques sont les seules normes applicables à LVMH à compter du 1er janvier 2016. L'application de ces amendements n'aura pas d'impact sur les comptes du Groupe, LVMH ne pratiquant aucune réévaluation de ces actifs, leur valeur de marché étant proche de leur valeur historique (voir Note 1.13).

Autres évolutions normatives et normes d'application postérieures au 1er janvier 2016

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

Les effets de l'application de la norme IFRS 15 sur la comptabilisation du chiffre d'affaires, à partir du 1er janvier 2018, sont en cours d'analyse. Ceux-ci devraient être peu significatifs, étant donnée la nature des activités du Groupe. Les effets de l'application de la norme IFRS 9 sur les instruments financiers, à partir du 1er janvier 2018, sont également en cours d'analyse.

Les effets de l'application de la norme IFRS 16 relative aux contrats de location, à partir du 1er janvier 2019 (sous réserve d'adoption par l'Union européenne) seront analysés en 2016.

1.3. Première adoption des IFRS

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

- regroupement d'entreprises : l'exemption d'application rétrospective n'a pas été retenue. La comptabilisation du rapprochement des groupes Moët Hennessy et Louis Vuitton en 1987 et toutes les acquisitions postérieures ont été retraitées conformément à la norme IFRS 3 ; les normes IAS 36 Dépréciations d'actifs et IAS 38 Immobilisations incorporelles ont été appliquées rétrospectivement depuis cette date ;
- conversion des comptes des filiales hors zone euro : les réserves de conversion relatives à la consolidation des filiales hors zone euro ont été annulées au 1er janvier 2004 en contrepartie des « Autres réserves ».

1.4. Présentation des états financiers

Soldes intermédiaires du compte de résultat

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

Les « Autres produits et charges opérationnels » comprennent les éléments constitutifs du résultat qui, en raison de leur nature, de leur montant ou de leur fréquence, ne peuvent être considérés comme faisant partie des activités et du résultat opérationnel courant du Groupe. Il s'agit en particulier des effets des variations de périmètre et des dépréciations des marques, enseignes et

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

Tableau de variation de trésorerie

La variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation est déterminée sur la base du résultat opérationnel, qui est ajusté des transactions n'ayant aucun effet sur la trésorerie. En outre, à partir du 31 décembre 2014 :

- les dividendes reçus sont présentés en fonction de la nature des participations concernées, soit, pour les sociétés consolidées par mise en équivalence, au sein de la Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation et, pour les sociétés non consolidées, au sein de la Variation de la trésorerie issue des investissements financiers ;
- l'impôt payé est présenté en fonction de la nature des transactions dont il est issu : au sein de la Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation pour la part relative aux transactions d'exploitation, au sein de la Variation de la trésorerie issue des investissements financiers pour la part relative aux transactions sur investissements et placements financiers, en particulier l'impôt payé sur les résultats de cession, au sein de la Variation de trésorerie issue des opérations en capital pour la part relative aux transactions sur les capitaux propres, en particulier les impôts de distribution liés aux versements de dividendes.

Le tableau de variation de trésorerie au 31 décembre 2013 a été retraité des effets de cette nouvelle présentation des dividendes reçus et de l'impôt payé (précédemment présentés au sein de la Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation).

1.5. Utilisation d'estimations

Dans le cadre du processus d'établissement des comptes consolidés, l'évaluation de certains soldes du bilan ou du compte de résultat nécessite l'utilisation d'hypothèses, estimations ou appréciations. Il s'agit notamment de la valorisation des actifs incorporels (voir Note 5), des engagements d'achat de titres de minoritaires (voir Note 20), de la détermination du montant des provisions pour risques et charges (voir Note 19) ou des provisions pour dépréciation des stocks (voir Note 10) et,le cas échéant, des actifs d'impôts différés (voir Note 27). Ces hypothèses, estimations ou appréciations établies sur la base d'informations ou de situations existant à la date d'établissement des comptes, peuvent se révéler, ultérieurement, différentes de la réalité.

1.6. Méthodes de consolidation

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

Les sociétés sous contrôle conjoint, ainsi que les sociétés dans lesquelles le Groupe exerce une influence notable sont consolidées selon la méthode de la mise en équivalence. Ces entités, bien que sous contrôle conjoint, sont pleinement intégrées aux activités opérationnelles du Groupe. LVMH présente désormais leur résultat net, ainsi que celui des activités mises en équivalence lors des clôtures précédentes (voir Note 7), sur une ligne distincte du résultat opérationnel courant.

Les actifs et passifs, produits et charges des filiales de distribution des Vins & Spiritueux détenues en commun avec le groupe Diageo sont consolidées à hauteur de la part correspondant aux seules activités du groupe LVMH (voir Note 1.25).

1.7. Conversion des états financiers des entités hors zone Euro

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

- aux cours de clôture pour les postes du bilan ;
- aux cours moyens de la période pour les éléments du compte de résultat.

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

1.8. Opérations en devises et couvertures de change

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

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

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

Les pertes et gains de change résultant de la conversion et de l'élimination d'opérations ou créances et dettes intra-Groupe exprimées dans une monnaie différente de la monnaie fonctionnelle de la société concernée sont enregistrés au compte de résultat, à moins qu'ils ne proviennent d'opérations de financement intra-Groupe à long terme pouvant être considérées

comme des opérations en capital : ils sont dans ce cas inscrits dans les capitaux propres, en « Écarts de conversion ».

Lorsque des instruments dérivés sont affectés à la couverture d'opérations commerciales réalisées dans une devise autre que la monnaie fonctionnelle de la société concernée, ceux-ci sont comptabilisés au bilan à leur valeur de marché (voir Note 1.9) à la date de clôture ; la variation de valeur de marché de ces instruments dérivés est enregistrée :

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

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

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

Voir également Note 1.21 pour la définition des notions de part efficace et inefficace.

1.9. Évaluation à la juste valeur

La juste valeur (ou valeur de marché) correspond, pour les actifs, au prix de vente qui serait obtenu en cas de cession et, pour les passifs, au montant qui serait versé pour les transférer, ces transactions hypothétiques étant conclues dans des conditions de négociation normales.

Les actifs et passifs évalués à leur juste valeur au bilan sont les suivants :

	Modalités de détermination de la juste valeur	Montants à la date de clôture
Terres à vigne	Sur la base de transactions récentes portant sur des actifs similaires. Voir Note 1.13.	Note 6
Vendanges	Sur la base des prix d'achat de raisins équivalents. Voir Note 1.16.	Note 10
Instruments dérivés	Sur la base de données de marché et selon des modèles d'évaluation communément utilisés. Voir Note 1.21.	Note 22.4
Dettes financières couvertes contre le risque de variation de valeur résultant de l'évolution des taux d'intérêt	Sur la base de données de marché et selon des modèles d'évaluation communément utilisés. Voir Note 1.20.	Note 18
Dette au titre des engagements d'achat de titres de minoritaires dont la formule de prix est la juste valeur	Généralement, sur la base des multiples boursiers de sociétés comparables. Voir Note 1.12.	Note 20
Investissements et placements financiers	Actifs cotés : cotation boursière au cours de clôture de la date d'arrêté. Actifs non cotés : estimation de leur valeur de réalisation, soit selon des formules de calcul reposant sur des cotations de marché, soit sur la base de cotations privées. Voir Note 1.15.	Note 8, Note 13
Autres actifs courants et non courants, créances clients et comptes rattachés (Prêts et créances)	Selon la méthode du taux d'intérêt effectif. Voir Note 1.17.	Note 9, Note 11, Note 12
Fournisseurs, autres passifs courants et non courants, hors dette au titre des engagements d'achat de titres (Passifs financiers)	Selon la méthode du taux d'intérêt effectif.	Note 20, Note 21
Trésorerie et équivalents	Au cours de clôture. Voir Note 1.18.	Note 14

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

1.10. Marques, enseignes et autres immobilisations incorporelles

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

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

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

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

- positionnement global de la marque ou enseigne sur son marché en termes de volume d'activité, de présence internationale, de notoriété ;
- perspectives de rentabilité à long terme ;
- degré d'exposition aux aléas conjoncturels ;
- événement majeur intervenu dans le secteur d'activité et susceptible de peser sur le futur de la marque ou enseigne ;
- ancienneté de la marque ou enseigne.

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

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

Des tests de perte de valeur sont pratiqués pour les marques, enseignes et autres immobilisations incorporelles suivant la méthodologie présentée en Note 1.14.

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

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

- droits au bail, pas de porte : selon les conditions de marché, le plus souvent sur la durée du bail ;
- droits liés aux contrats de sponsoring et de partenariats médiatiques : sur la durée des contrats, selon les modalités d'exploitation des droits ;
- frais de développement : maximum 3 ans ;
- logiciels : 1 à 5 ans.

1.11. Variations de pourcentage d'intérêt dans les entités consolidées

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

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

La différence entre la valeur comptable des intérêts minoritaires acquis postérieurement à la prise de contrôle et le prix payé pour leur acquisition est comptabilisée en déduction des capitaux propres.

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

Les écarts d'acquisition ne sont pas amortis mais font l'objet d'un test de perte de valeur annuel suivant la méthodologie présentée en Note 1.14. La charge de dépréciation éventuelle est comprise dans les « Autres produits et charges opérationnels ».

1.12. Engagements d'achat de titres de minoritaires

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

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

- la valeur de l'engagement à la date de la clôture figure en « Autres passifs non courants » ;
- les intérêts minoritaires correspondants sont annulés ;
- pour les engagements contractés antérieurement au 1er janvier 2010, la différence entre le montant des engagements et les intérêts minoritaires annulés est maintenue à l'actif du bilan, en écart d'acquisition, ainsi que les variations ultérieures de cette différence. Pour les engagements contractés à compter du 1er janvier 2010, la différence entre le montant des engagements et les intérêts minoritaires est enregistrée en capitaux propres, en « Autres réserves ».

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

1.13. Immobilisations corporelles

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

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

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

Les immeubles majoritairement occupés par des tiers sont présentés en immeubles locatifs, à leur coût d'acquisition, sans réévaluation à valeur de marché.

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

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

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

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

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

1.14. Tests de perte de valeur des actifs immobilisés

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

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

Les flux de trésorerie prévisionnels sont établis au niveau du Groupe par secteur d'activité, un secteur d'activité correspondant à une ou plusieurs marques ou enseignes et à une équipe de Direction dédiée. Au sein du secteur d'activité, peuvent être déterminées des unités génératrices de trésorerie d'un niveau plus petit, tel un ensemble de magasins.

Les données utilisées dans le cadre de la méthode des flux de trésorerie prévisionnels actualisés proviennent des budgets annuels et plans pluriannuels établis par la Direction des secteurs d'activité concernés. Les plans consistent en des projections à cinq ans, cette durée pouvant être étendue lorsqu'il s'agit de marques en cours de repositionnement stratégique, ou dont le cycle de production est supérieur à cinq ans. À la valeur résultant des flux de trésorerie prévisionnels actualisés s'ajoute une valeur terminale correspondant à la capitalisation à l'infini

des flux de trésorerie issus, le plus souvent, de la dernière année du plan. Lorsque plusieurs scénarios prévisionnels sont retenus, une probabilité de survenance est attribuée à chacun d'entre eux. Le taux d'actualisation des flux de trésorerie prévisionnels reflète le taux de rendement attendu par un investisseur dans le domaine d'activité concerné et la prime de risque propre à cette activité.

1.15. Investissements et placements financiers

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

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

Les placements financiers incluent des placements temporaires en actions, parts de SICAV, ou Fonds Commun de Placement (FCP) et assimilés, à l'exclusion des placements relevant de la gestion de trésorerie au jour le jour, qui sont comptabilisés en « Trésorerie et équivalents de trésorerie » (Voir Note 1.18).

Investissements et placements financiers sont évalués au cours de clôture s'il s'agit d'actifs cotés, et sur la base d'une estimation de leur valeur de réalisation à cette date s'il s'agit d'actifs non cotés.

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

1.16. Stocks et en-cours

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

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

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

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

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

1.17. Créances clients, autres créances et prêts

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

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

1.18. Trésorerie et équivalents de trésorerie

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

Les placements monétaires sont évalués à leur valeur de marché, basée sur le cours de bourse et sur le cours de change à la date de clôture, les variations de valeur étant enregistrées en résultat financier.

1.19. Provisions

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

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

1.20. Dettes financières

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

En cas de couverture du risque de variation de valeur de la dette financière résultant de l'évolution des taux d'intérêt, le montant couvert de la dette, ainsi que les instruments de couverture associés, figurent au bilan à leur valeur de marché à la date de clôture ; les effets de cette réévaluation sont enregistrés en résultat financier. La valeur de marché de la dette couverte est déterminée selon des méthodes similaires à celles décrites ci-après en Note 1.21.

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

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

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

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

Voir également Note 1.21 pour la définition des notions de part efficace et inefficace.

1.21. Instruments dérivés

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

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

Les instruments dérivés sont comptabilisés au bilan à leur valeur de marché à la date de clôture. Les variations de valeur des instruments dérivés sont enregistrées selon les modalités précisées en Note 1.8 pour les couvertures de risque de change et en Note 1.20 pour les couvertures de risque de taux d'intérêt.

La valeur de marché est établie par référence à des données de marché et selon des modèles d'évaluation communément utilisés ; cette valeur est confirmée dans le cas d'instruments complexes par des cotations d'établissements financiers tiers.

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

1.22. Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH

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

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

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

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

Lorsque le versement des indemnités de départ à la retraite, des retraites, de la participation aux frais médicaux ou autres sont à la charge du Groupe, le montant de l'engagement actuariel correspondant donne lieu à provision au bilan. La variation de cette provision est comptabilisée :

- en résultat opérationnel courant de l'exercice, pour la part correspondant au service rendu par les employés durant l'exercice et au coût financier net de l'exercice ;
- en gains et pertes enregistrés en capitaux propres, pour la part liée à l'évolution des hypothèses actuarielles et aux écarts entre les données projetées et les données réelles (« effets d'expérience »), conformément à l'amendement d'IAS 19 applicable depuis le 1er janvier 2013.

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

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

1.24. Impôts courants et différés

La charge d'impôt comprend l'impôt exigible des différentes sociétés consolidées et l'impôt différé résultant de différences temporelles.

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

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

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

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

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

1.25. Comptabilisation des ventes

Définition des ventes

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

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

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

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

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

Provision pour retours de produits

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

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

Activités en partenariat avec Diageo

Une partie significative des ventes des activités Vins et Spiritueux est réalisée dans le cadre d'accords de distribution avec Diageo, consistant le plus souvent en un partenariat dans des entités communes. Celles-ci assurent les livraisons et les ventes à la clientèle des marques des deux groupes, le partage du compte de résultat et du bilan de ces entités entre LVMH et Diageo étant régi par les accords de distribution. Selon ces accords, les actifs et passifs, produits et charges des entités concernées sont consolidées à hauteur de la part correspondant aux seules activités du Groupe. L'application d'IFRS 11 à compter du 1er janvier 2014 n'a eu aucun effet sur cette méthode.

1.26. Frais de publicité et de promotion

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

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

1.27. Plans d'options et assimilés

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

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

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

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

1.28. Résultat par action

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

Le résultat par action après dilution est établi sur la base du nombre moyen pondéré d'actions avant dilution, majoré du nombre moyen pondéré d'actions qui résulterait de la levée, durant l'exercice, des options de souscription existantes ou de tout autre instrument dilutif. Les fonds recueillis au titre de ces levées, augmentés de la charge restant à comptabiliser au titre des plans d'options et assimilés (voir Note 1.27), sont présumés affectés, dans ce calcul, au rachat d'actions LVMH à un prix correspondant à leur cours de bourse moyen sur l'exercice.

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

Distribution sélective

En juillet 2015, Sephora a acquis une participation de 95 % dans le site de e-commerce Luxola, présent dans neuf pays d'Asie du Sud-Est.

Autres activités

En octobre 2015, LVMH a acquis une participation de 100 % dans le journal Le Parisien/Aujourd'hui en France. Cette acquisition porte sur l'activité d'édition, d'impression et de commercialisation de ce journal et de l'hebdomadaire Le Parisien Magazine.

Voir également Note 7 concernant les variations de pourcentage d'intérêts dans les participations mises en équivalence.

3. MARQUES, ENSEIGNES ET AUTRES IMMOBILISATIONS INCORPORELLES

(en millions d'euros)			2015	2014	2013
	Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net	Net
Marques	10 805	(601)	10 204	9 957	9 866
Enseignes	4 033	(1 663)	2 370	2 155	1 933
Licences de distribution	94	(76)	18	19	20
Droits au bail	652	(318)	334	344	320
Logiciels, sites Internet	1 239	(920)	319	278	235
Autres	724	(397)	327	278	222
Total	**17 547**	**(3 975)**	**13 572**	**13 031**	**12 596**
dont : immobilisations en location financement	*14*	*(14)*	-	-	-

La variation du solde net des marques, enseignes et autres immobilisations incorporelles au cours de l'exercice 2015 est constituée des éléments suivants :

Valeur brute *(en millions d'euros)*	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	-	-	119	36	161	316
Cessions, mises hors service	-	-	(19)	(23)	(41)	(83)
Effets des variations de périmètre	26	-	17	4	9	56
Effets des variations de change	260	382	29	9	28	708
Reclassements	-	-	44	2	(33)	13
Au 31 décembre 2015	**10 805**	**4 033**	**1 239**	**652**	**818**	**17 547**

Amortissements et dépréciations *(en millions d'euros)*	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	(19)	(1)	(133)	(40)	(104)	(297)
Dépréciations	-	-	(1)	(3)	-	(4)
Cessions, mises hors service	-	-	19	9	42	70
Effets des variations de périmètre	-	-	(14)	-	(4)	(18)
Effets des variations de change	(20)	(166)	(19)	(3)	(15)	(223)
Reclassements	-	-	(1)	(1)	5	3
Au 31 décembre 2015	**(601)**	**(1 663)**	**(920)**	**(318)**	**(473)**	**(3 975)**
Valeur nette au 31 décembre 2015	**10 204**	**2 370**	**319**	**334**	**345**	**13 572**

Les effets des variations de change proviennent principalement des valeurs incorporelles comptabilisées en dollars US et en francs suisses, en raison de l'évolution de la parité de ces devises vis-à-vis de l'euro à la clôture de l'exercice. Il s'agit notamment de l'enseigne DFS Galleria et de la marque Donna Karan pour les variations dues au dollar US et des marques TAG Heuer et Hublot pour le franc suisse.

4. ÉCARTS D'ACQUISITION

(en millions d'euros)			2015	2014	2013
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Écarts d'acquisition sur titres consolidés	7 944	(1 721)	6 223	6 119	6 199
Écarts d'acquisition sur engagements d'achat de titres de minoritaires	3 899	-	3 899	2 691	2 859
Total	**11 843**	**(1 721)**	**10 122**	**8 810**	**9 058**

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

(en millions d'euros)			2015	2014	2013
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Au 1er janvier	**10 320**	**(1 510)**	**8 810**	**9 058**	**7 708**
Effets des variations de périmètre (Voir Note 2)	111	-	111	81	1 142
Variation des engagements d'achat de titres de minoritaires	1 195	-	1 195	(162)	294
Variation des dépréciations	-	(116)	(116)	(209)	(57)
Effets des variations de change	217	(95)	122	42	(29)
Au 31 décembre	**11 843**	**(1 721)**	**10 122**	**8 810**	**9 058**

Les effets des variations de périmètre 2015 correspondent principalement à l'acquisition du journal Le Parisien-Aujourd'hui en France et à celle de 95 % de Luxola.

Les effets des variations de change proviennent principalement des écarts d'acquisition comptabilisés en dollars US et en francs suisses, en raison de l'appréciation de ces devises vis-à-vis de l'euro à la clôture de l'exercice ; ceci concerne Benefit, Starboard Cruise Services et Donna Karan pour le dollar US et TAG Heuer et Hublot pour le franc suisse.

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 ont fait l'objet d'un test de perte de valeur au 31 décembre 2015, qui n'a pas révélé de risque de dépréciation significatif. Voir Note 25 concernant les dépréciations et amortissements enregistrés au cours de l'exercice.

6. IMMOBILISATIONS CORPORELLES

(en millions d'euros)			2015	2014	2013
	Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net	Net
Terrains	1 311	(75)	1 236	1 104	1 055
Terres à vignes et vignobles	2 538	(97)	2 441	2 364	2 294
Constructions	3 194	(1 509)	1 685	1 430	1 311
Immeubles locatifs	610	(48)	562	632	605
Agencements, matériels et installations	9 522	(6 346)	3 176	3 014	2 593
Immobilisations en-cours	759	(4)	755	684	800
Autres immobilisations corporelles	1 727	(425)	1 302	1 159	963
Total	**19 661**	**(8 504)**	**11 157**	**10 387**	**9 621**
dont : immobilisations en location financement	*291*	*(199)*	*92*	*99*	*105*
coût historique des terres à vignes et vignobles	*739*	*(97)*	*642*	*631*	*537*

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

Valeur brute *(en millions d'euros)*	Terres à vignes et vignobles	Terrains et constructions	Immeubles locatifs	Agencements, matériels et installations			Immobilisations en-cours	Autres immobilisations 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	5	241	5	474	102	97	602	213	1 739
Variation de la valeur de marché des terres à vignes	64	-	-	-	-	-	-	-	64
Cessions, mises hors service	(2)	(59)	-	(347)	(43)	(81)	(2)	(33)	(567)
Effets des variations de périmètre	-	1	-	1	38	15	(29)	-	26
Effets des variations de change	-	165	27	302	27	55	34	27	637
Autres mouvements, y compris transferts	16	205	(101)	593	34	(145)	(534)	(72)	(4)
Au 31 décembre 2015	**2 538**	**4 505**	**610**	**6 190**	**2 153**	**1 179**	**759**	**1 727**	**19 661**

Amortissements et dépréciations *(en millions d'euros)*	Terres à vignes et vignobles	Terrains et constructions	Immeubles locatifs	Agencements, matériels et installations			Immobilisations en-cours	Autres immobilisations corporelles	Total
				Magasins	Production, logistique	Autres			
Au 31 décembre 2014	**(91)**	**(1 418)**	**(47)**	**(3 194)**	**(1 354)**	**(838)**	**(4)**	**(433)**	**(7 379)**
Amortissements	(6)	(160)	(3)	(787)	(128)	(118)	-	(64)	(1 266)
Dépréciations	-	(14)	-	(1)	-	-	(1)	-	(16)
Cessions, mises hors service	-	58	-	344	42	79	1	34	558
Effets des variations de périmètre	-	(1)	-	-	(37)	(13)	-	-	(51)
Effets des variations de change	-	(64)	(1)	(197)	(18)	(39)	-	(21)	(340)
Autres mouvements, y compris transferts	-	15	3	(184)	8	89	-	59	(10)
Au 31 décembre 2015	**(97)**	**(1 584)**	**(48)**	**(4 019)**	**(1 487)**	**(840)**	**(4)**	**(425)**	**(8 504)**
Valeur nette au 31 décembre 2015	**2 441**	**2 921**	**562**	**2 171**	**666**	**339**	**755**	**1 302**	**11 157**

Au sein du poste Autres immobilisations corporelles figurent notamment les œuvres d'art détenues par le Groupe.

Les acquisitions d'immobilisations corporelles incluent les investissements de Sephora, Louis Vuitton, DFS et Bvlgari dans leurs réseaux de distribution, ceux de Parfums Christian Dior dans de nouveaux comptoirs, 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.

Les effets des variations de change proviennent principalement des immobilisations corporelles comptabilisées en dollars US, en raison de l'évolution de sa parité vis-à-vis de l'euro au 31 décembre 2015.

L'effet de la réévaluation à valeur de marché des terres à vignes s'élève à 1 799 millions d'euros au 31 décembre 2015 (1 733 millions d'euros au 31 décembre 2014, 1 757 millions d'euros au 31 décembre 2013). Voir Notes 1.9 et 1.13 concernant la méthode d'évaluation des terres à vignes.

La valeur de marché des immeubles locatifs, selon les expertises réalisées par des tiers indépendants, s'élève à 1 milliard d'euros au 31 décembre 2015. Les méthodes d'évaluation employées reposent sur les données de marché.

7. PARTICIPATIONS MISES EN ÉQUIVALENCE

(en millions d'euros)				2015		2014		2013
	Brut	Dépré-ciations	Net	*Dont Activités en partenariat*	Net	*Dont Activités en partenariat*	Net	*Dont Activités en partenariat*
Part dans l'actif net des participations mises en équivalence au 1er janvier	**519**	**-**	**519**	***351***	**480**	***328***	**483**	***320***
Part dans le résultat de la période	(13)	-	(13)	*(4)*	(5)	*(15)*	(23)	*(31)*
Dividendes versés	(14)	-	(14)	*(6)*	(21)	*(5)*	(26)	*(11)*
Effets des variations de périmètre	212	-	212	-	7	-	6	-
Effets des souscriptions aux augmentations de capital	3	-	3	*3*	16	*11*	38	*38*
Effets des variations de change	5	-	5	*4*	8	*4*	(17)	*(3)*
Autres, y compris transferts	17	-	17	*5*	34	*28*	19	*15*
Part dans l'actif net des participations mises en équivalence au 31 décembre	**729**	**-**	**729**	***353***	**519**	***351***	**480**	***328***

Au 31 décembre 2015, les titres mis en équivalence comprennent principalement :

- pour les activités en partenariat :

- une participation de 50 % dans le domaine viticole de Château Cheval Blanc (Gironde, France), producteur du Saint-Émilion Grand cru classé A du même nom ;

- une participation de 50 % dans De Beers Diamond Jewellers, disposant d'un réseau de boutiques au sein desquelles sont commercialisés des bijoux sous la marque De Beers ;

- une participation de 50 % dans Montres Dior, concevant et produisant les montres Dior. Voir également Note 32.1.

- pour les autres sociétés :

- une participation de 40 % dans Mongoual SA, société immobilière propriétaire d'un immeuble de bureaux à Paris (France), siège social de la société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton ;

- une participation de 45 % dans PT. Sona Topas Tourism Industry Tbk (STTI), société de distribution indonésienne, titulaire notamment de licences de ventes en duty-free dans les aéroports ;

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

- une participation de 41,7 % dans Repossi, marque italienne de bijouterie, acquise en novembre 2015 ;

- une participation de 35,8 % dans L Catterton, société de gestion de fonds d'investissement créée en décembre 2015 en partenariat avec Catterton.

8. INVESTISSEMENTS FINANCIERS

(en millions d'euros)			2015	2014	2013
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Total	**777**	**(203)**	**574**	**580**	**7 080**

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

(en millions d'euros)	2015	2014	2013
Au 1er janvier	**580**	**7 080**	**6 004**
Acquisitions	74	50	197
Cessions à valeur de vente	(68)	(160)	(38)
Variations de valeur de marché	(3)	455	941
Distribution en nature des actions Hermès	-	(6 797)	-
Variation du montant des dépréciations	(22)	(12)	(5)
Effets des variations de périmètre	-	-	1
Effets des variations de change	31	33	(11)
Reclassements	(18)	(69)	(9)
Au 31 décembre	**574**	**580**	**7 080**

9. AUTRES ACTIFS NON COURANTS

(en millions d'euros)	2015	2014	2013
Dépôts de garantie	273	236	223
Instruments dérivés	60	75	68
Créances et prêts	187	156	151
Autres	32	22	15
Total	**552**	**489**	**457**

10. STOCKS ET EN-COURS

(en millions d'euros)			2015	2014	2013
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Vins et eaux-de-vie en cours de vieillissement	4 224	(11)	4 213	4 002	3 717
Autres matières premières et en-cours	1 471	(336)	1 135	1 273	1 157
	5 695	(347)	5 348	5 275	4 874
Marchandises	1 760	(188)	1 572	1 323	1 163
Produits finis	3 971	(795)	3 176	2 877	2 455
	5 731	(983)	4 748	4 200	3 618
Total	**11 426**	**(1 330)**	**10 096**	**9 475**	**8 492**

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

(en millions d'euros)			2015	2014	2013
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Au 1er janvier	**10 700**	**(1 225)**	**9 475**	**8 492**	**7 994**
Variation du stock brut	569	-	569	929	769
Effet de la provision pour retours [a]	(2)	-	(2)	12	(5)
Effets de la mise à valeur de marché des vendanges	(16)	-	(16)	(7)	2
Variation de la provision pour dépréciation	-	(317)	(317)	(313)	(242)
Effets des variations de périmètre	6	-	6	10	292
Effets des variations de change	459	(78)	381	347	(297)
Autres, y compris reclassements	(291)	291	-	5	(21)
Au 31 décembre	**11 425**	**(1 329)**	**10 096**	**9 475**	**8 492**

(a) Voir Note 1.25.

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

Les effets des variations de change proviennent principalement des stocks comptabilisés en dollars US, en raison de l'appréciation de cette devise vis-à-vis de l'euro au cours de l'exercice.

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

(en millions d'euros)	2015	2014	2013
Mise à valeur de marché de la récolte de l'exercice	18	24	37
Effets des sorties de stocks de l'exercice	(34)	(31)	(35)
Incidence nette sur le coût des ventes de l'exercice	**(16)**	**(7)**	**2**
Incidence nette sur la valeur des stocks à la clôture	**150**	**166**	**173**

Voir Notes 1.9 et 1.16 concernant la méthode d'évaluation des vendanges à leur valeur de marché.

11. CLIENTS

(en millions d'euros)	2015	2014	2013
Créances à valeur nominale	2 820	2 546	2 416
Provision pour dépréciation	(64)	(66)	(67)
Provision pour retours et reprise de produits [a]	(235)	(206)	(175)
Montant net	**2 521**	**2 274**	**2 174**

(a) Voir Note 1.25.

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

(en millions d'euros)			2015	2014	2013
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Au 1er janvier	**2 546**	**(272)**	**2 274**	**2 174**	**1 972**
Variation des créances brutes	46	-	46	30	291
Variation de la provision pour dépréciation	-	-	-	(5)	(4)
Variation de la provision pour retours et reprises de produits	-	(20)	(20)	(25)	(1)
Effets des variations de périmètre	142	(1)	141	5	50
Effets des variations de change	96	(8)	88	62	(136)
Reclassements	(10)	2	(8)	33	2
Au 31 décembre	**2 820**	**(299)**	**2 521**	**2 274**	**2 174**

Le solde clients est constitué essentiellement d'en-cours sur des clients grossistes ou des agents, en nombre limité et avec lesquels le Groupe entretient des relations le plus souvent continues. Au 31 décembre 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 88 % de leur montant, contre 90 % au 31 décembre 2014.

12. AUTRES ACTIFS COURANTS

(en millions d'euros)	2015	2014	2013
Placements financiers	385	253	171
Instruments dérivés	297	304	494
Créances d'impôts et taxes, hors impôt sur les résultats	602	449	355
Fournisseurs : avances et acomptes	159	162	173
Charges constatées d'avance	357	313	283
Autres créances	555	435	380
Total	**2 355**	**1 916**	**1 856**

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

13. PLACEMENTS FINANCIERS

(en millions d'euros)	2015	2014	2013
Valeurs mobilières de placement non cotées, parts de SICAV et de fonds non monétaires	-	-	12
Valeurs mobilières de placement cotées	385	253	159
Total	**385**	**253**	**171**
dont : coût historique des placements financiers	*393*	*180*	*136*

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

(en millions d'euros)	2015	2014	2013
Au 1er janvier	**253**	**171**	**177**
Acquisitions	377	-	-
Cessions à valeur de vente	(241)	(15)	(27)
Variations de valeur de marché	(29)	39	22
Variation du montant des dépréciations	7	-	-
Effets des variations de périmètre	-	-	-
Effets des variations de change	-	-	(1)
Reclassements	18	58	-
Au 31 décembre	**385**	**253**	**171**

La valeur de marché des placements financiers est établie selon les méthodes décrites en Note 1.9. Voir Note 22.2 concernant la ventilation des investissements financiers selon les méthodes d'évaluation et Note 1.15 pour le mode de détermination des dépréciations des placements financiers.

14. TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE

(en millions d'euros)	2015	2014	2013
Dépôts à terme à moins de trois mois	808	1 270	809
Parts de SICAV et FCP monétaires	577	784	538
Comptes bancaires	2 209	2 037	1 879
Trésorerie et équivalents de trésorerie au bilan	**3 594**	**4 091**	**3 226**

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 :

(en millions d'euros)	2015	2014	2013
Trésorerie et équivalents de trésorerie	3 594	4 091	3 226
Découverts bancaires	(204)	(308)	(310)
Trésorerie nette du tableau de variation de trésorerie	**3 390**	**3 783**	**2 916**

14.1. Variation du besoin en fonds de roulement

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

(en millions d'euros)	Notes	2015	2014	2013
Variation des stocks et en-cours	10	(569)	(928)	(769)
Variation des créances clients et comptes rattachés [a]	11	(49)	(22)	(288)
Variation des dettes fournisseurs et comptes rattachés	21	93	176	203
Variation des autres créances et dettes		96	56	234
Variation du besoin en fonds de roulement [b]		**(429)**	**(718)**	**(620)**

(a) Dont un effet négatif de 3 millions d'euros lié aux clients créditeurs (8 millions d'euros au 31 décembre 2014, 1 million d'euros au 31 décembre 2013).
(b) Augmentation/(Diminution) de la trésorerie.

14.2. Investissements d'exploitation

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

(en millions d'euros)	Notes	2015	2014	2013
Acquisitions d'immobilisations incorporelles	3	(316)	(316)	(253)
Acquisitions d'immobilisations corporelles	6	(1 739)	(1 532)	(1 581)
Variation des dettes envers les fournisseurs d'immobilisations		81	78	108
Effet sur la trésorerie des acquisitions d'immobilisations [a]		**(1 974)**	**(1 770)**	**(1 726)**
Effet sur la trésorerie des cessions d'immobilisations [a]		41	45	98
Dépôts de garantie versés et autres flux d'investissement d'exploitation		(22)	(50)	(29)
Investissements d'exploitation		**(1 955)**	**(1 775)**	**(1 657)**

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

15. CAPITAUX PROPRES

15.1. Capital social et primes

Au 31 décembre 2015, le capital social, entièrement libéré, est constitué de 507 139 110 actions (507 711 713 au 31 décembre 2014, 507 793 661 au 31 décembre 2013), au nominal de 0,30 euro ; 229 780 453 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, 224 907 923 au 31 décembre 2013).

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

(en millions d'euros)				2015	2014	2013
	Nombre			Montant	Montant	Montant
		Capital	Primes	Total		
Au 1er janvier	**507 711 713**	**152**	**2 655**	**2 807**	**4 001**	**4 000**
Exercices d'options de souscription d'actions	552 137	-	35	35	59	67
Distribution en nature des actions Hermès	-	-	-	-	(1 203)	-
Annulations d'actions	(1 124 740)	-	(111)	(111)	(50)	(66)
Au 31 décembre	**507 139 110**	**152**	**2 579**	**2 731**	**2 807**	**4 001**

15.2. Actions LVMH

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

(en millions d'euros)		2015	2014	2013
	Nombre	Montant	Montant	Montant
Plans d'options de souscription	2 979 961	140	156	203
Plans d'options d'achat	-	-	-	-
Plans d'attribution d'actions gratuites	1 264 960	86	102	101
Autres plans	-	-	8	39
Couverture des plans d'options et assimilés [a]	**4 244 921**	**226**	**266**	**343**
Contrat de liquidité	95 000	14	13	13
Actions destinées à être annulées	-	-	95	95
Actions LVMH	**4 339 921**	**240**	**374**	**451**

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

Les « Autres plans » correspondent aux plans futurs.

Au 31 décembre 2015, la valeur boursière des actions LVMH détenues dans le cadre du contrat de liquidité est de 14 millions d'euros.

Au cours de l'exercice 2015, les mouvements sur le portefeuille d'actions LVMH ont été les suivants :

(en millions d'euros)	Nombre	Montant	Effet sur la trésorerie
Au 31 décembre 2014	**5 851 370**	**374**	
Achats d'actions	1 799 806	281	(281)
Attribution définitive d'actions gratuites	(386 709)	(24)	-
Annulation d'actions	(1 124 740)	(111)	-
Cessions à valeur de vente	(1 799 806)	(283)	282
Plus value/(moins value) de cession	-	3	-
Au 31 décembre 2015	**4 339 921**	**240**	**1**

15.3. Dividendes versés par la société mère LVMH SE

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

Au 31 décembre 2015, le montant distribuable s'élève ainsi à 13 501 millions d'euros ; il est de 12 385 millions d'euros après prise en compte de la proposition de distribution de dividendes pour l'exercice 2015.

(en millions d'euros, sauf données par action, en euros)	2015	2014	2013
Acompte au titre de l'exercice en cours (2015 : 1,35 euro ; 2014 : 1,25 euro ; 2013 : 1,10 euro)	685	634	609
Distribution en nature des actions Hermès	-	6 855	-
Effet des actions auto-détenues	(6)	(7)	(9)
Montant brut versé au titre de l'exercice	**679**	**7 482**	**600**
Solde au titre de l'exercice précédent (2014 : 1,95 euro ; 2013 : 1,90 euro ; 2012 : 1,80 euro)	998	965	914
Effet des actions auto-détenues	(18)	(13)	(14)
Montant brut versé au titre de l'exercice précédent	**980**	**952**	**900**
Montant brut total versé au cours de la période [a]	**1 659**	**8 434**	**1 500**

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

Le solde du dividende pour l'exercice 2015, proposé à l'Assemblée générale des actionnaires du 14 avril 2016, est de 2,20 euros par action, soit un montant total de 1 116 millions d'euros avant déduction du montant correspondant aux actions auto-détenues à la date du décaissement.

15.4. Écarts de conversion

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

(en millions d'euros)	2015	Variation	2014	2013
Dollar US	486	339	147	(203)
Franc suisse	733	283	450	406
Yen japonais	79	27	52	52
Hong Kong dollar	454	228	226	(15)
Livre sterling	36	42	(6)	(52)
Autres devises	(133)	(54)	(79)	(67)
Couvertures d'actifs nets en devises	(518)	(220)	(298)	(129)
Total, part du Groupe	**1 137**	**645**	**492**	**(8)**

16. PLANS D'OPTIONS ET ASSIMILÉS

16.1. Plans d'options de souscription

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

	2015		2014		2013	
	Nombre	Prix d'exercice moyen pondéré *(en euros)*	Nombre	Prix d'exercice moyen pondéré *(en euros)*	Nombre	Prix d'exercice moyen pondéré *(en euros)*
Options de souscription restant à exercer au 1er janvier	**3 384 313**	**66,15**	**4 177 489**	**69,97**	**5 229 396**	**68,86**
Options devenues caduques	(11 026)	55,46	(152 815)	58,42	(26 489)	63,56
Ajustements effectués du fait de la distribution en nature d'actions Hermès	-	-	339 962	(7,33)	-	-
Options exercées	(552 137)	63,06	(980 323)	60,71	(1 025 418)	64,52
Options de souscription restant à exercer au 31 décembre	**2 821 150**	**55,68**	**3 384 313**	**66,15**	**4 177 489**	**69,97**

16.2. Plans d'attribution d'actions gratuites

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

(en nombre d'actions)	2015	2014	2013
Attributions provisoires au 1er janvier	**1 492 627**	**1 484 118**	**1 273 136**
Attributions provisoires de la période	388 794	368 548	436 434
Ajustement effectué du fait de la distribution en nature d'actions Hermès	-	159 417	-
Attributions devenues définitives	(386 709)	(478 278)	(193 440)
Attributions devenues caduques	(38 644)	(41 178)	(32 012)
Attributions provisoires au 31 décembre	**1 456 068**	**1 492 627**	**1 484 118**

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

16.3. Charge de l'exercice

(en millions d'euros)	2015	2014	2013
Charge de la période au titre des plans d'options de souscription et d'attribution d'actions gratuites	37	39	34

Voir Note 1.27 concernant la méthode d'évaluation de la charge comptable.

Le cours de clôture de l'action LVMH la veille de la date d'attribution du plan du 16 avril 2015 était de 171,20 euros et de 158,05 euros la veille de la date d'attribution du plan du 22 octobre 2015.

La valeur unitaire moyenne des attributions provisoires d'actions gratuites en 2015 était, lors de ces attributions, de 146,96 euros pour les bénéficiaires ayant leur résidence fiscale en France et de 144,94 euros pour les bénéficiaires ayant leur résidence fiscale hors de France.

17. INTÉRÊTS MINORITAIRES

(en millions d'euros)	2015	2014	2013
Au 1er janvier	**1 240**	**1 028**	**1 084**
Part des minoritaires dans le résultat	428	457	511
Dividendes versés aux minoritaires	(229)	(328)	(228)
Effets des prises et pertes de contrôle dans les entités consolidées			
- consolidation de Loro Piana	-	-	235
- autres mouvements	1	11	(1)
Effets des acquisitions et cessions de titres de minoritaires			
- acquisition de titres de minoritaires de Château d'Yquem	-	-	(51)
- autres mouvements	(3)	32	(25)
Total des effets des variations de pourcentage d'intérêt dans les entités consolidées	(2)	43	158
Augmentations de capital souscrites par les minoritaires	89	3	8
Part des minoritaires dans les gains et pertes enregistrés en capitaux propres	130	108	21
Part des minoritaires dans les charges liées aux plans d'options	2	2	3
Effets des variations des intérêts minoritaires bénéficiant d'engagements d'achat	(198)	(73)	(529)
Au 31 décembre	**1 460**	**1 240**	**1 028**

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

(en millions d'euros)	Écarts de conversion	Couverture de flux de trésorerie futurs en devises	Terres à vignes	Écarts de réévaluation des avantages au personnel	Total part des minoritaires
Au 31 décembre 2012	**(35)**	**11**	**162**	**(16)**	**122**
Variations de l'exercice	(44)	4	54	7	21
Au 31 décembre 2013	**(79)**	**15**	**216**	**(9)**	**143**
Variations de l'exercice	138	(14)	(3)	(13)	108
Au 31 décembre 2014	**59**	**1**	**213**	**(22)**	**251**
Variations de la période	121	(2)	10	1	130
Au 31 décembre 2015	**180**	**(1)**	**223**	**(21)**	**381**

Les intérêts minoritaires sont constitués des 34 % détenus par Diageo dans Moët Hennessy. Les intérêts de Diageo dans Moët Hennessy peuvent être évalués à travers les ventes, le résultat opérationnel et les principaux actifs de l'activité Vins et Spiritueux, qui sont présentés en Note 23. Les 34 % détenus par Diageo dans Moët Hennessy faisant l'objet d'un engagement d'achat, ils sont reclassés à la clôture en Autres passifs non courants, et sont donc exclus du total des intérêts minoritaires à la date de clôture. Voir Notes 1.12 et 20.

Les intérêts minoritaires sont également constitués des 39 % détenus par M. Miller dans DFS, qui fait partie du groupe d'activités Distribution sélective.

18. EMPRUNTS ET DETTES FINANCIÈRES

18.1. Dette financière nette

(en millions d'euros)	2015	2014	2013
Emprunts obligataires et Euro Medium Term Notes (EMTN)	4 202	4 794	3 866
Emprunts bancaires et crédit bail	309	260	283
Dette financière à plus d'un an	**4 511**	**5 054**	**4 149**
Emprunts obligataires et Euro Medium Term Notes (EMTN)	710	925	1 013
Billets de trésorerie	2 281	2 004	2 348
Découverts bancaires	204	308	310
Autres dettes financières à moins d'un an	574	952	1 003
Dette financière à moins d'un an	**3 769**	**4 189**	**4 674**
Dette financière brute	**8 280**	**9 243**	**8 823**
Instruments dérivés liés au risque de taux d'intérêt	(66)	(94)	(117)
Dette financière brute après effet des instruments dérivés	**8 214**	**9 149**	**8 706**
Placements financiers	(385)	(253)	(171)
Trésorerie et équivalents de trésorerie	(3 594)	(4 091)	(3 226)
Dette financière nette	**4 235**	**4 805**	**5 309**

En 2015, 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).

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

(en millions d'euros)	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 : 2016	2 767	1 002	3 769	1	(6)	(5)	2 768	996	3 764
2017	1 443	65	1 508	(1 408)	1 384	(24)	35	1 449	1 484
2018	596	-	596	-	(5)	(5)	596	(5)	591
2019	714	300	1 014	(351)	339	(12)	363	639	1 002
2020	607	-	607	(401)	394	(7)	206	394	600
2021	664	-	664	(650)	637	(13)	14	637	651
Au-delà	122	-	122	-	-	-	122	-	122
Total	**6 913**	**1 367**	**8 280**	**(2 809)**	**2 743**	**(66)**	**4 104**	**4 110**	**8 214**

Voir Note 22.3 pour la valeur de marché des instruments de taux d'intérêt.

L'échéance 2016 de la dette financière brute se décompose ainsi, par trimestre :

(en millions d'euros)	Échéance 2016
Premier trimestre	2 569
Deuxième trimestre	385
Troisième trimestre	718
Quatrième trimestre	97
Total	3 769

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

(en millions d'euros)	2015	2014	2013
Euro	6 302	7 033	6 899
Dollar US	366	226	106
Franc suisse	909	995	970
Yen japonais	228	229	222
Autres devises	409	666	509
Total	**8 214**	**9 149**	**8 706**

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

(en millions d'euros)	2015	2014	2013
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés	632	640	452
Provisions pour risques et charges	1 297	1 618	1 332
Provisions pour réorganisation	21	33	13
Part à plus d'un an	**1 950**	**2 291**	**1 797**
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés	4	3	5
Provisions pour risques et charges	353	314	291
Provisions pour réorganisation	64	15	28
Part à moins d'un an	**421**	**332**	**324**
Total	**2 371**	**2 623**	**2 121**

Au cours de l'exercice 2015, les soldes des provisions ont évolué de la façon suivante :

(en millions d'euros)	31 déc. 2014	Dotations	Utilisations	Reprises	Variations de périmètre	Autres (dont effets des variations de change)	31 déc. 2015
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés	643	104	(91)	(9)	10	(21)	636
Provisions pour risques et charges	1 932	411	(636)	(105)	9	39	1 650
Provisions pour réorganisation	48	74	(47)	(4)	12	2	85
Total	**2 623**	**589**	**(774)**	**(118)**	**31**	**20**	**2 371**
dont : résultat opérationnel courant		*354*	*(179)*	*(85)*			
résultat financier		*6*	*-*	*-*			
autres		*229*	*(595)*	*(33)*			

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

En particulier, les entités du Groupe en France et à l'étranger peuvent faire l'objet de contrôles fiscaux et, le cas échéant, de demandes de rectification de la part des administrations locales. Ces demandes de rectification, ainsi que les positions fiscales incertaines identifiées non encore redressées, font l'objet de provisions appropriées dont le montant est revu régulièrement conformément aux critères des normes IAS 37 Provisions et IAS 12 Impôts. L'évolution des provisions reflète notamment la résolution de certaines discussions avec des administrations fiscales, douanières ou autres, tant en France qu'à l'étranger.

20. AUTRES PASSIFS NON COURANTS

(en millions d'euros)	2015	2014	2013
Engagements d'achat de titres de minoritaires	7 421	6 008	6 035
Instruments dérivés (voir Note 22)	2	16	51
Participation du personnel aux résultats	93	88	85
Autres dettes	441	335	233
Total	**7 957**	**6 447**	**6 404**

Aux 31 décembre 2015, 2014 et 2013, 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 %, voir Note 2), Ile de Beauté (35 %), Heng Long (35 %) ainsi que de filiales de distribution dans différents pays, principalement au Moyen-Orient.

21. AUTRES PASSIFS COURANTS ET FOURNISSEURS

21.1. Fournisseurs et comptes rattachés

La variation des dettes fournisseurs et comptes rattachés au cours des exercices présentés provient des éléments suivants :

(en millions d'euros)	2015	2014	2013
Au 1er janvier	**3 606**	**3 297**	**3 118**
Variation des fournisseurs et comptes rattachés	93	176	203
Variation des clients créditeurs	(3)	8	1
Effets des variations de périmètre	129	5	112
Effets des variations de change	133	109	(99)
Reclassements	2	11	(38)
Au 31 décembre	**3 960**	**3 606**	**3 297**

21.2. Autres passifs courants

(en millions d'euros)	2015	2014	2013
Instruments dérivés (voir Note 22)	185	274	76
Personnel et organismes sociaux	1 260	1 110	1 007
Participation du personnel aux résultats	98	74	84
État et collectivités locales : impôts et taxes, hors impôt sur les résultats	553	458	405
Clients : avances et acomptes versés	205	184	158
Différé de règlement d'immobilisations corporelles ou financières	504	433	404
Produits constatés d'avance	208	190	156
Autres dettes	896	776	697
Total	**3 909**	**3 499**	**2 987**

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 et de taux, les transactions sur actions et les instruments financiers sont effectués 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 :

(en millions d'euros)			Notes	2015	2014	2013
Risque de taux d'intérêt	Actifs :	non courants		57	61	67
		courants		14	42	68
	Passifs :	non courants		-	(3)	(9)
		courants		(5)	(6)	(9)
			22.3	**66**	**94**	**117**
Risque de change	Actifs :	non courants		3	14	1
		courants		283	217	389
	Passifs :	non courants		(2)	(13)	(42)
		courants		(178)	(268)	(60)
			22.4	**106**	**(50)**	**288**
Autres risques	Actifs :	non courants		-	-	-
		courants		-	45	37
	Passifs :	non courants		-	-	-
		courants		(2)	-	(7)
				(2)	**45**	**30**
Total	Actifs :	non courants	9	60	75	68
		courants	12	297	304	494
	Passifs :	non courants	20	(2)	(16)	(51)
		courants	21	(185)	(274)	(76)
				170	**89**	**435**

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

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

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

Les instruments dérivés liés à la gestion du risque de taux en vie au 31 décembre 2015 sont les suivants :

(en millions d'euros)	Montants nominaux par échéance				Valeur de marché [(a)] [(b)]		
	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	-	2 808	-	2 808	62	-	62
Swaps de devises	332	1 242	-	1 574	2	1	3
Autres dérivés de taux	500	184	-	684	-	1	1
Total					**64**	**2**	**66**

(a) Gain/(Perte).
(b) Voir Note 1.9 concernant les modalités d'évaluation à la valeur de marché.

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

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

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

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

Les instruments dérivés liés à la gestion du risque de change en vie au 31 décembre 2015 sont les suivants :

(en millions d'euros)	Montants nominaux par exercice d'affectation				Valeur de marché [a] [b]				
	2015	2016	Au-delà	Total	Couverture de juste valeur	Couverture de flux de trésorerie futurs	Couverture d'actifs nets en devises	Non affectés	Total
Options achetées									
Put USD	86	136	-	222	-	1	-	-	1
Put JPY	19	-	-	19	-	-	-	-	-
Put GBP	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Autres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	105	**136**	**-**	**241**	**-**	**1**	**-**	**-**	**1**
Tunnels									
Vendeur USD	7	4 069	-	4 076	-	19	-	-	19
Vendeur JPY	9	747	-	756	-	8	-	-	8
Vendeur autres	30	179	-	209	(1)	7	-	-	6
	46	**4 995**	**-**	**5 041**	**(1)**	**34**	**-**	**-**	**33**
Contrats à terme [c]									
USD	(7)	(10)	(2)	(19)	2	2	-	-	4
CHF	(37)	(18)	-	(55)	3	2	-	1	6
GBP	4	10	-	14	1	-	-	-	1
Autres	56	(11)	-	45	2	-	-		2
	16	**(29)**	**(2)**	**(15)**	**8**	**4**	**-**	**1**	**13**
Swaps cambistes [c]									
USD	3 402	-	-	3 402	(47)	-	103	-	56
CHF	425	-	-	425	(2)	-	(27)	-	(29)
GBP	287	-	-	287	10	-	37	-	47
JPY	302	-	-	302	(5)	1	(1)	-	(5)
HKD	180	-	-	180	-	-	(9)	-	(9)
Autres	847	50	12	909	2	-	(3)		(1)
	5 443	**50**	**12**	**5 505**	**(42)**	**1**	**100**	**-**	**59**
Total					**(35)**	**40**	**100**	**1**	**106**

(a) Gain/(Perte).
(b) Voir Note 1.9 concernant les modalités d'évaluation à la valeur de marché.
(c) Vente/(Achat).

22.5. Instruments financiers liés à la gestion des autres risques

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

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

Le Groupe peut utiliser des instruments dérivés sur actions ayant pour objet de construire synthétiquement une exposition économique à des actifs particuliers, ou de couvrir les plans de rémunérations liées au cours de l'action LVMH. Le cas échéant, 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 31 décembre 2015 ont une valeur de marché négative de 2 millions d'euros. D'un montant nominal de 145 millions d'euros, ces instruments financiers auraient, en cas de variation uniforme de 1 % des cours de leurs sous-jacents au 31 décembre 2015, un effet net sur les réserves consolidées du Groupe inférieur à 1,5 million d'euros. Ces instruments sont à échéance 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

Exercice 2015

(en millions d'euros)	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	4 575	12 333	3 867	3 250	11 206	433	-	35 664
Ventes intra-Groupe	28	36	650	58	27	15	(814)	-
Total des ventes	**4 603**	**12 369**	**4 517**	**3 308**	**11 233**	**448**	**(814)**	**35 664**
Résultat opérationnel courant	1 363	3 505	525	432	934	(154)	-	6 605
Autres produits et charges opérationnels	(15)	(154)	(3)	(31)	(8)	(10)	-	(221)
Charges d'amortissement	(132)	(641)	(183)	(199)	(366)	(42)	-	(1 563)
Charges de dépréciation	(15)	(96)	(1)	-	(5)	(19)	-	(136)
Immo. incorporelles et écarts d'acquisition [b]	4 900	7 207	1 231	5 850	3 560	946	-	23 694
Immobilisations corporelles	2 484	2 125	525	501	1 550	3 972	-	11 157
Stocks	4 795	1 566	447	1 361	1 909	230	(212)	10 096
Autres actifs opérationnels	1 392	874	782	731	761	920	7 194 [c]	12 654
Total actif	**13 571**	**11 772**	**2 985**	**8 443**	**7 780**	**6 068**	**6 982**	**57 601**
Capitaux propres	-	-	-	-	-	-	25 799	25 799
Passifs	1 426	2 451	1 400	922	2 425	1 131	22 047 [d]	31 802
Total passif et capitaux propres	**1 426**	**2 451**	**1 400**	**922**	**2 425**	**1 131**	**47 846**	**57 601**
Investissements d'exploitation [e]	(233)	(553)	(229)	(204)	(399)	(337)	-	(1 955)

Exercice 2014

(en millions d'euros)	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)
Immo. 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)

Exercice 2013

(en millions d'euros)	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	4 146	9 834	3 230	2 646	8 880	280	-	29 016
Ventes intra-Groupe	27	49	487	51	23	15	(652)	-
Total des ventes	**4 173**	**9 883**	**3 717**	**2 697**	**8 903**	**295**	**(652)**	**29 016**
Résultat opérationnel courant	1 367	3 135	414	367	908	(172)	(2)	6 017
Autres produits et charges opérationnels	(4)	(63)	(6)	2	(5)	(43)	-	(119)
Charges d'amortissement	(109)	(448)	(128)	(139)	(261)	(39)	-	(1 124)
Charges de dépréciation	1	(50)	(1)	-	(7)	(12)	-	(69)
Immo. incorporelles et écarts d'acquisition [b]	3 948	7 213	1 068	5 572	2 989	864	-	21 654
Immobilisations corporelles	2 182	2 031	404	390	1 313	3 301	-	9 621
Stocks	4 242	1 371	356	1 079	1 438	160	(154)	8 492
Autres actifs opérationnels	1 384	738	590	650	552	674	11 822 [c]	16 409
Total actif	**11 756**	**11 353**	**2 418**	**7 691**	**6 292**	**4 999**	**11 668**	**56 176**
Capitaux propres	-	-	-	-	-	-	27 907	27 907
Passifs	1 296	2 128	1 130	713	1 814	712	20 477 [d]	28 269
Total passif et capitaux propres	**1 296**	**2 128**	**1 130**	**713**	**1 814**	**712**	**48 384**	**56 176**
Investissements d'exploitation [e]	(186)	(629)	(229)	(187)	(389)	(37)	-	(1 657)

(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 31 décembre 2013, ils incluaient la participation de 23,2 % dans Hermès International soit 6 437 millions d'euros. Les titres Hermès ont fait l'objet d'une distribution exceptionnelle en nature le 17 décembre 2014 ; voir Note 8.

(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 :

(en millions d'euros)	2015	2014	2013
France	3 552	3 212	3 118
Europe (hors France)	6 408	5 830	5 453
États-Unis	9 345	7 262	6 640
Japon	2 487	2 107	2 057
Asie (hors Japon)	9 636	8 740	8 647
Autres pays	4 236	3 487	3 101
Ventes	**35 664**	**30 638**	**29 016**

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

(en millions d'euros)	2015	2014	2013
France	633	651	585
Europe (hors France)	385	326	313
États-Unis	336	255	238
Japon	66	50	70
Asie (hors Japon)	411	387	339
Autres pays	124	106	112
Investissements d'exploitation	**1 955**	**1 775**	**1 657**

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 :

(en millions d'euros)	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres et Holdings	Éliminations	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
Troisième trimestre	1 199	2 939	1 102	852	2 614	83	(208)	8 581
Quatrième trimestre	1 474	3 497	1 256	904	3 328	122	(205)	10 376
Total 2015	**4 603**	**12 369**	**4 517**	**3 308**	**11 233**	**448**	**(814)**	**35 664**
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
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 2014	**3 973**	**10 828**	**3 916**	**2 782**	**9 534**	**312**	**(707)**	**30 638**
Premier trimestre	967	2 383	932	608	2 113	72	(162)	6 913
Deuxième trimestre	828	2 328	872	667	2 085	96	(157)	6 719
Troisième trimestre	1 032	2 428	879	655	2 093	56	(153)	6 990
Quatrième trimestre	1 346	2 744	1 034	767	2 612	71	(180)	8 394
Total 2013	**4 173**	**9 883**	**3 717**	**2 697**	**8 903**	**295**	**(652)**	**29 016**

24. CHARGES PAR NATURE

Le résultat opérationnel courant inclut notamment les charges suivantes :

(en millions d'euros)	2015	2014	2013
Frais de publicité et de promotion	4 017	3 484	3 310
Loyers commerciaux	3 388	2 742	2 471
Charges de personnel	6 249	5 455	4 980
Dépenses de recherche et développement	97	79	71

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

Au 31 décembre 2015, le nombre de magasins exploités par le Groupe dans le monde, en particulier par les groupes Mode et Maroquinerie et Distribution sélective, est de 3 860 (3 708 en 2014, 3 384 en 2013).

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

(en millions d'euros)	2015	2014	2013
Loyers fixes ou minima	1 619	1 288	1 078
Part variable des loyers indexés	604	412	413
Concessions aéroportuaires – part fixe ou minima	594	557	537
Concessions aéroportuaires – part variable	571	485	443
Loyers commerciaux	**3 388**	**2 742**	**2 471**

Les charges de personnel sont constituées des éléments suivants :

(en millions d'euros)	2015	2014	2013
Salaires et charges sociales	6 122	5 323	4 858
Retraites, participation aux frais médicaux et avantages assimilés au titre des régimes à prestations définies	90	93	88
Charges liées aux plans d'options et assimilés	37	39	34
Charges de personnel	**6 249**	**5 455**	**4 980**

25. AUTRES PRODUITS ET CHARGES OPÉRATIONNELS

(en millions d'euros)	2015	2014	2013
Résultat de cessions	1	1	7
Réorganisations	(98)	(36)	(14)
Frais liés aux acquisitions de sociétés consolidées	(2)	(8)	(21)
Dépréciation ou amortissement des marques, enseignes, écarts d'acquisition et autres actifs immobilisés	(136)	(246)	(88)
Autres, nets	14	5	(3)
Autres produits et charges opérationnels	**(221)**	**(284)**	**(119)**

Les dépréciations ou amortissements enregistrés portent essentiellement sur des marques et écarts d'acquisition.

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

26. RÉSULTAT FINANCIER

(en millions d'euros)	2015	2014	2013
Coût de la dette financière brute	(111)	(144)	(138)
Produits de la trésorerie et des placements financiers	33	30	30
Effets des réévaluations de la dette financière et instruments de taux	-	(1)	7
Coût de la dette financière nette	**(78)**	**(115)**	**(101)**
Dividendes reçus au titre des investissements financiers	4	74	71
Part inefficace des dérivés de change	(437)	(238)	(159)
Résultat relatif aux investissements, placements et autres instruments financiers	129	3 263	23
Autres, nets	(32)	(37)	(32)
Autres produits et charges financiers	**(336)**	**3 062**	**(97)**
Résultat financier	**(414)**	**2 947**	**(198)**

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

(en millions d'euros)	2015	2014	2013
Revenus de la trésorerie et équivalents	18	18	20
Revenus des placements financiers	15	12	10
Produits de la trésorerie et des placements financiers	**33**	**30**	**30**

La part inefficace des dérivés de change s'analyse comme suit :

(en millions d'euros)	2015	2014	2013
Part inefficace des dérivés de change commerciaux	(378)	(222)	(146)
Part inefficace des dérivés de change relatifs aux actifs nets en devises	(2)	6	(6)
Part inefficace des autres dérivés de change	(57)	(22)	(7)
Part inefficace des dérivés de change	**(437)**	**(238)**	**(159)**

En 2015, le résultat relatif aux investissements, placements et autres instruments financiers provient principalement de plus-values de cession d'investissements et placements financiers.

En 2014, le résultat relatif aux investissements, placements et autres instruments financiers correspondait principalement à la plus-value de 3 189 millions d'euros comptabilisée suite à la distribution exceptionnelle en nature des actions Hermès.

27. IMPÔTS SUR LES RÉSULTATS

(en millions d'euros)	2015	2014	2013
Impôt courant de l'exercice	(2 245)	(2 458)	(1 958)
Impôt courant relatif aux exercices antérieurs	32	30	13
Impôt courant	**(2 213)**	**(2 428)**	**(1 945)**
Variation des impôts différés	137	153	185
Effet des changements de taux d'impôt sur les impôts différés	107	2	7
Impôts différés	**244**	**155**	**192**
Charge totale d'impôt au compte de résultat	**(1 969)**	**(2 273)**	**(1 753)**
Impôts sur éléments comptabilisés en capitaux propres	**121**	**406**	**(249)**

La charge totale d'impôt pour l'exercice inclut, à hauteur de 69 millions d'euros (54 millions d'euros en 2014, 41 millions d'euros en 2013), les effets de la contribution exceptionnelle applicable en France de 2011 à 2015 (10,7 % de l'impôt sur les sociétés dû au titre des exercices 2015, 2014 et 2013).

28. RÉSULTAT PAR ACTION

	2015	2014	2013
Résultat net, part du Groupe *(en millions d'euros)*	**3 573**	**5 648**	**3 436**
Nombre moyen d'actions en circulation sur l'exercice	507 543 064	507 978 312	507 997 567
Nombre moyen d'actions auto-détenues sur l'exercice	(5 147 573)	(6 668 943)	(7 714 153)
Nombre moyen d'actions pris en compte pour le calcul avant dilution	**502 395 491**	**501 309 369**	**500 283 414**
Résultat par action *(en euros)*	**7,11**	**11,27**	**6,87**
Nombre moyen d'actions en circulation pris en compte ci-dessus	502 395 491	501 309 369	500 283 414
Effet de dilution des plans d'options	2 499 455	2 552 364	2 934 083
Autres effets de dilution	-	-	-
Nombre moyen d'actions pris en compte pour le calcul après effets dilutifs	**504 894 946**	**503 861 733**	**503 217 497**
Résultat par action après dilution *(en euros)*	**7,08**	**11,21**	**6,83**

En 2014, l'effet sur le résultat net part du Groupe de la distribution en nature des actions Hermès (voir Note 8) était de 2 677 millions d'euros, soit 5,34 euros par action (5,31 euros après dilution).

Au 31 décembre 2015, la totalité des instruments susceptibles de diluer le résultat par action a été prise en considération dans la détermination de l'effet de dilution, l'ensemble des options de souscription en vie à cette date étant considérées comme exerçables, en raison d'un cours de bourse de l'action LVMH supérieur au prix d'exercice de ces options.

Aucun évènement de nature à modifier significativement le nombre d'actions en circulation ou le nombre d'actions potentielles n'est intervenu entre le 31 décembre 2015 et la date d'arrêté des comptes.

29. ENGAGEMENTS DE RETRAITES, PARTICIPATION AUX FRAIS MÉDICAUX ET AUTRES ENGAGEMENTS VIS-À-VIS DU PERSONNEL

La charge enregistrée au cours des exercices présentés au titre des engagements de retraite, de participation aux frais médicaux et autres engagements vis-à-vis du personnel s'établit ainsi :

(en millions d'euros)	2015	2014	2013
Coût des services rendus	98	76	79
Coût financier, net	15	13	15
Écarts actuariels	3	4	2
Modifications des régimes	(20)	-	(8)
Charge de l'exercice au titre des régimes à prestations définies	**96**	**93**	**88**

30. ENGAGEMENTS HORS BILAN

30.1. Engagements d'achat

(en millions d'euros)	2015	2014	2013
Raisins, vins et eaux-de-vie	2 043	1 706	994
Autres engagements d'achat de matières premières	94	69	110
Immobilisations industrielles ou commerciales	808	458	379
Titres de participation et investissements financiers	86	99	98

Dans l'activité Vins et Spiritueux, une partie des approvisionnements futurs en raisins, vins clairs et eaux-de-vie résulte d'engagements d'achat auprès de producteurs locaux diversifiés. Ces engagements sont évalués, selon la nature des approvisionnements, sur la base des termes contractuels, ou sur la base des prix connus à la date de la clôture et de rendements de production estimés.

Au 31 décembre 2015, l'échéancier des engagements d'achat est le suivant :

(en millions d'euros)	À moins d'un an	De un à cinq ans	Au-delà de cinq ans	Total
Raisins, vins et eaux de vie	746	1 219	78	2 043
Autres engagements d'achat de matières premières	69	21	4	94
Immobilisations industrielles ou commerciales	706	98	4	808
Titres de participation et investissements financiers	20	52	14	86

30.2. Contrats de location

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

Au 31 décembre 2015, les engagements futurs minima fixes non résiliables résultant de ces contrats de location simple ou de concession s'analysent de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2015	2014	2013
À moins d'un an	1 860	1 658	1 394
De un à cinq ans	4 599	3 788	3 572
Au-delà de cinq ans	3 021	1 952	1 854
Engagements donnés au titre de locations simples et concessions	**9 480**	**7 398**	**6 820**
À moins d'un an	18	13	10
De un à cinq ans	14	16	14
Au-delà de cinq ans	2	-	-
Engagements reçus au titre de sous-locations	**34**	**29**	**24**

En outre, le Groupe peut souscrire des contrats de location simple ou de concession comportant un montant garanti variable. Ainsi, en juin 2012, DFS a obtenu de l'aéroport de Hong Kong trois concessions supplémentaires d'une durée de cinq ans ; l'accord de concession prévoit le versement d'une redevance variable dont le montant est établi notamment par référence au nombre de passagers qui transitent par l'aéroport. En 2015, cette redevance s'est montée à environ 440 millions d'euros.

30.3. Cautions, avals et autres garanties

Au 31 décembre 2015, ces engagements s'analysent de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2015	2014	2013
Avals et cautions	455	366	412
Autres garanties	136	88	90
Garanties données	**591**	**454**	**502**
Garanties reçues	**28**	**27**	**28**

Les échéances de ces engagements se répartissent ainsi :

(en millions d'euros)	À moins d'un an	De un à cinq ans	Au-delà de cinq ans	Total
Avals et cautions	218	228	9	455
Autres garanties	55	66	15	136
Garanties données	**273**	**294**	**24**	**591**
Garanties reçues	**11**	**6**	**11**	**28**

30.4. Autres engagements

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

31. 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.

32. ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE

Aucun événement significatif n'est intervenu entre le 31 décembre 2015 et la date d'arrêté des comptes par le Conseil d'administration, le 2 février 2016.

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

COMPTE DE RÉSULTAT 64

VARIATION DES CAPITAUX PROPRES 64

COMPTE DE RÉSULTAT

Produits/(Charges) *(en millions d'euros – normes comptables françaises)*	**2015**	**2014**
Produits financiers de filiales et participations	6 605	7 359
Résultat courant avant impôt	6 010	7 560
Résultat exceptionnel	-	-
Impôt sur les sociétés	10	(399)
Résultat net	6 020	7 161

VARIATION DES CAPITAUX PROPRES

(en millions d'euros - normes comptables françaises)	**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	-	-	(1 625)	627	-	(998)
Effet des actions auto-détenues	-	-	18	-	-	18
Levées d'options de souscription d'actions	35	-	-	-	-	35
Annulation d'actions	(111)	-	-	-	-	(111)
Acompte sur dividendes 2015	-	-	-	(685)	-	(685)
Effet des actions auto-détenues	-	-	-	6	-	6
Résultat de l'exercice 2015	-	-	-	-	6 020	6 020
Au 31 décembre 2015	**2 731**	**388**	**5 554**	**(679)**	**6 020**	**14 014**

Conception et réalisation : Agence Marc Praquin

LVMH

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