

LVMH

MOËT HENNESSY ♦ LOUIS VUITTON

30 JUIN 2016

RAPPORT FINANCIER SEMESTRIEL

SOMMAIRE GÉNÉRAL

ORGANES DE DIRECTION ET DE CONTRÔLE	1
CHIFFRES CLÉS	2
FAITS MARQUANTS ET PERSPECTIVES	4
COMMENTAIRES SUR L'ACTIVITÉ ET LES COMPTES SEMESTRIELS CONSOLIDÉS DU GROUPE LVMH	5
COMMENTAIRES SUR LE COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ	6
VINS ET SPIRITUEUX	10
MODE ET MAROQUINERIE	11
PARFUMS ET COSMÉTIQUES	12
MONTRES ET JOAILLERIE	13
DISTRIBUTION SÉLECTIVE	14
COMMENTAIRES SUR LE BILAN CONSOLIDÉ	15
COMMENTAIRES SUR LA VARIATION DE TRÉSORERIE CONSOLIDÉE	16
COMPTES SEMESTRIELS CONSOLIDÉS RÉSUMÉS	19
COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ	20
ÉTAT GLOBAL DES GAINS ET PERTES CONSOLIDÉS	21
BILAN CONSOLIDÉ	22
TABLEAU DE VARIATION DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDÉS	23
TABLEAU DE VARIATION DE LA TRÉSORERIE CONSOLIDÉE	24
ANNEXE AUX COMPTES CONSOLIDÉS (EXTRAITS)	25
RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES	50
DÉCLARATION DU RESPONSABLE DU RAPPORT FINANCIER SEMESTRIEL	51

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)

Charles de Croisset^(a)

Diego Della Valle^(a)

Albert Frère^(a)

Clara Gaymard^(a)

Marie-Josée Kravis^(a)

Lord Powell of Bayswater

Marie-Laure Sauty de Chalon^(a)

Yves-Thibault de Silguy^(a)

Natacha Valla^(a)

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

Pierre-Yves Roussel
Fashion Group

Philippe Schaus
DFS

Jean-Baptiste Voisin
Stratégie

Comité d'audit de la performance

Yves-Thibault de Silguy^(a)
Président

Antoine Arnault

Charles de Croisset^(a)

Comité de sélection des administrateurs et des rémunérations

Charles de Croisset^(a)
Président

Marie-Josée Kravis^(a)

Yves-Thibault de Silguy^(a)

Comité d'éthique et du développement durable

Yves-Thibault de Silguy^(a)
Président

Delphine Arnault

Marie-Laure Sauty de Chalon^(a)

Commissaires aux comptes

ERNST & YOUNG Audit
*représenté par Jeanne Boillet
et Benoit Schumacher*

MAZARS
*représenté par Simon Beillevaire
et Loïc Wallaert*

Secrétariat général

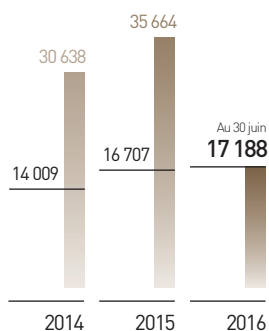
Marc-Antoine Jamet

(a) Personnalité indépendante.

CHIFFRES CLÉS

Ventes

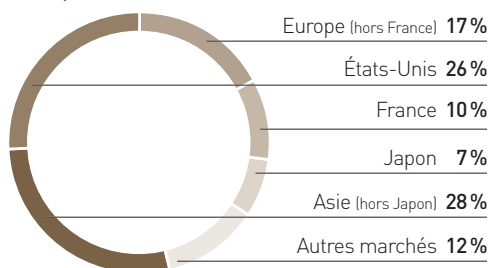
(au 30 juin et au 31 décembre, en millions d'euros)



Ventes par groupe d'activités (en millions d'euros)	30 juin 2016	31 déc. 2015 ⁽¹⁾	30 juin 2015 ⁽¹⁾
Vins et Spiritueux	2 056	4 603	1 930
Mode et Maroquinerie	5 885	12 369	5 933
Parfums et Cosmétiques	2 337	4 671	2 228
Montres et Joaillerie	1 609	3 308	1 552
Distribution sélective	5 480	11 193	5 275
Autres activités et éliminations	(179)	(480)	(211)
Total	17 188	35 664	16 707

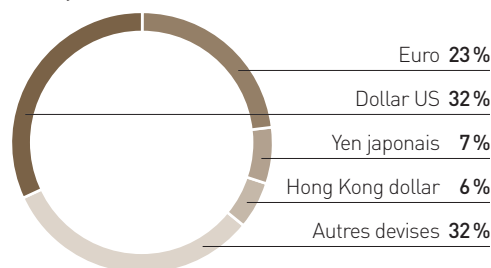
Ventes par zone géographique de destination

(au 30 juin 2016)



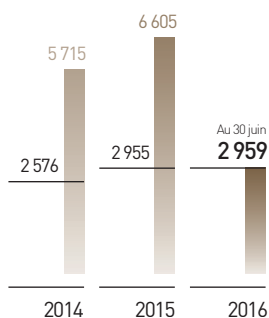
Ventes par devise de facturation

(au 30 juin 2016)



Résultat opérationnel courant

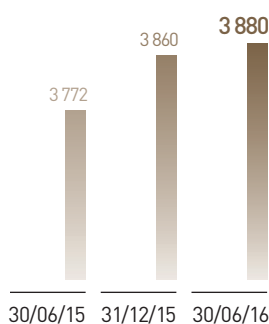
(au 30 juin et au 31 décembre, en millions d'euros)



Résultat opérationnel courant par groupe d'activités (en millions d'euros)	30 juin 2016	31 déc. 2015 ⁽¹⁾	30 juin 2015 ⁽¹⁾
Vins et Spiritueux	565	1 363	482
Mode et Maroquinerie	1 630	3 505	1 661
Parfums et Cosmétiques	272	524	249
Montres et Joaillerie	205	432	205
Distribution sélective	410	940	433
Autres activités et éliminations	(123)	(159)	(75)
Total	2 959	6 605	2 955

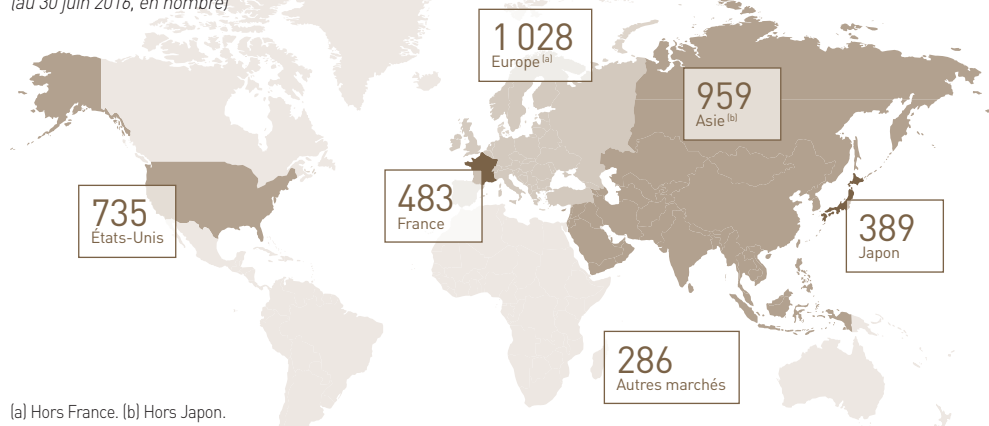
Magasins

(en nombre)



Réseau de magasins par zone géographique

(au 30 juin 2016, en nombre)

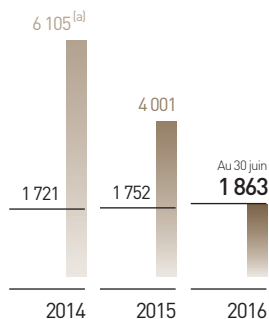


(a) Hors France. (b) Hors Japon.

(1) Voir Note 23.1. Informations par groupe d'activités de l'annexe aux comptes consolidés résumés.

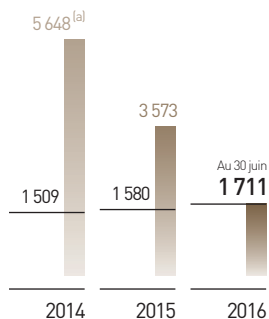
Résultat net

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



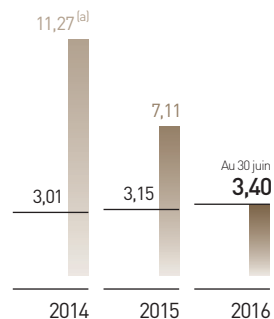
Résultat net, part du Groupe

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



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

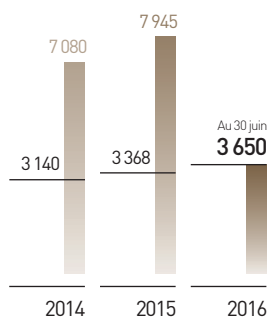
(au 30 juin et au 31 décembre, en euros)



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

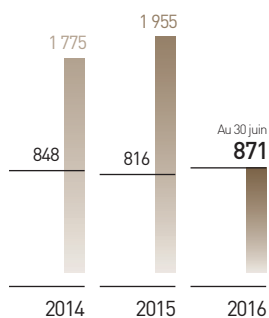
Capacité d'autofinancement générée par l'activité (a)

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



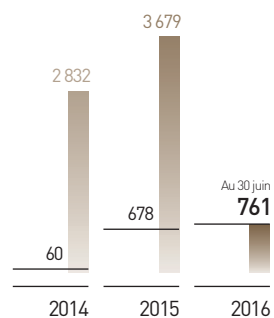
Investissements d'exploitation

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



Cash flow disponible (a)

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

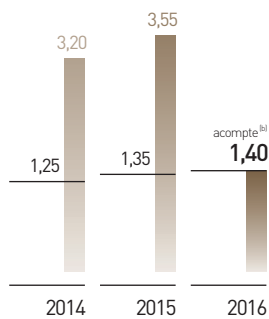


(a) Avant paiement de l'impôt et des frais financiers.

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

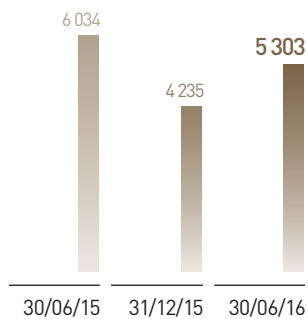
Dividende par action (a)

(en euros)



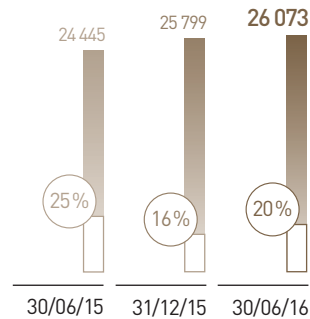
Dettes financières nettes (a)

(en millions d'euros)



Capitaux propres et ratio Dette financière nette / Capitaux propres

(en millions d'euros et en pourcentage)



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

(b) Mis en versement le 1^{er} décembre 2016.

(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.

FAITS MARQUANTS ET PERSPECTIVES

Le premier semestre 2016 a été marqué par :

- la forte progression aux États-Unis et une croissance continue du marché européen ;
- une excellente performance des Vins et Spiritueux dans toutes les régions du monde ;
- le succès des modèles légendaires et des créations de Louis Vuitton dont la rentabilité se maintient à un niveau exceptionnel ;
- la progression remarquable de Fendi qui célèbre ses 90 ans ;
- la poursuite des investissements dans les marques de mode ;
- une forte dynamique de Parfums Christian Dior, portée par le succès de ses innovations ;
- les gains de parts de marché de Bvlgari et le succès du repositionnement de TAG Heuer sur son cœur de gamme ;
- la progression exceptionnelle de Sephora qui renforce ses positions dans tous ses marchés et dans le digital ;

- une capacité d'autofinancement générée par l'activité de 3,7 milliards d'euros, en hausse de 8 % ;
- un ratio d'endettement net sur capitaux propres qui s'établit à 20 % à fin juin 2016.

Dans un contexte géopolitique et monétaire incertain, LVMH poursuivra ses gains de parts de marché grâce aux nombreux lancements de produits prévus d'ici la fin de l'année, à son expansion géographique dans les marchés porteurs et à sa rigueur de gestion.

Notre politique exigeante de qualité pour toutes nos réalisations, le dynamisme et la créativité incomparable de nos équipes nous permettront de renforcer encore en 2016 l'avance du Groupe LVMH sur le marché mondial du luxe.

Un acompte sur dividende de 1,40 euro sera mis en paiement le 1^{er} décembre 2016.

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

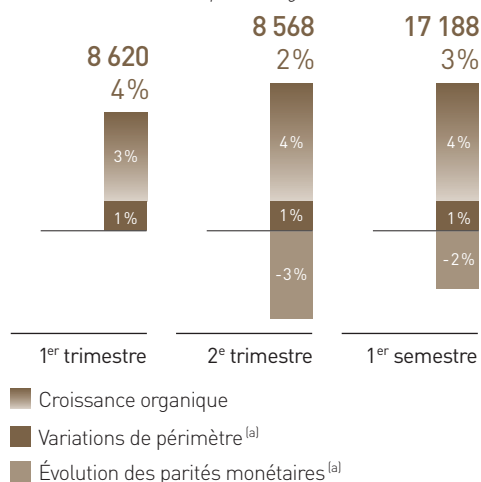
1.	COMMENTAIRES SUR LE COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ	6
2.	VINS ET SPIRITUEUX	10
3.	MODE ET MAROQUINERIE	11
4.	PARFUMS ET COSMÉTIQUES	12
5.	MONTRES ET JOAILLERIE	13
6.	DISTRIBUTION SÉLECTIVE	14
7.	COMMENTAIRES SUR LE BILAN CONSOLIDÉ	15
8.	COMMENTAIRES SUR LA VARIATION DE TRÉSORERIE CONSOLIDÉE	16

1. COMMENTAIRES SUR LE COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

1.1. Analyse des ventes

Évolution des ventes par 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.

Au 30 juin 2016, les ventes consolidées s'élèvent à 17 188 millions d'euros, en croissance de 3 % par rapport au premier semestre 2015. Elles ont été impactées négativement de 2 % par la baisse de nombreuses devises de facturation du Groupe par rapport à l'euro, bien que le dollar US soit resté stable et que le yen japonais se soit apprécié.

Depuis le 1^{er} janvier 2015, 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 impacte positivement pour 1 point la variation du chiffre d'affaires du semestre.

À taux de change et périmètre comparables, la hausse des ventes est de 4 %.

Ventes par devise de facturation

(en pourcentage)	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
Euro	23	22	22
Dollar US	32	32	31
Yen Japonais	7	7	7
Hong Kong dollar	6	7	8
Autres devises	32	32	32
Total	100	100	100

Par rapport au 30 juin 2015, la répartition des ventes entre les différentes devises de facturation varie sensiblement : les poids de l'euro et du dollar US augmentent chacun de

1 point, pour s'établir respectivement à 23 % et 32 % alors que celui du Hong Kong dollar baisse de 2 points pour s'établir à 6 %. Les poids du yen japonais et des autres devises restent stables à 7 % et 32 %.

Ventes par zone géographique de destination

(en pourcentage)	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
France	10	10	10
Europe (hors France)	17	18	17
États-Unis	26	26	25
Japon	7	7	7
Asie (hors Japon)	28	27	29
Autres marchés	12	12	12
Total	100	100	100

Par zone géographique, et par rapport au 30 juin 2015, on constate une baisse de 1 point du poids relatif dans les ventes du Groupe de l'Asie (hors Japon) à 28 %, alors que les États-Unis progressent de 1 point à 26 %. Les poids relatifs de la France, de l'Europe, du Japon et des autres marchés restent stables à respectivement 10 %, 17 %, 7 % et 12 %.

Ventes par groupe d'activités

(en millions d'euros)	30 juin 2016	31 déc. 2015 ⁽¹⁾	30 juin 2015 ⁽¹⁾
Vins et Spiritueux	2 056	4 603	1 930
Mode et Maroquinerie	5 885	12 369	5 933
Parfums et Cosmétiques	2 337	4 671	2 228
Montres et Joaillerie	1 609	3 308	1 552
Distribution sélective	5 480	11 193	5 275
Autres activités et éliminations	(179)	(480)	(211)
Total	17 188	35 664	16 707

Par groupe d'activités, la répartition des ventes du Groupe varie peu. Le poids de la Mode et Maroquinerie, à 34 %, baisse de 1 point, alors que celui des Parfums et Cosmétiques augmente de 1 point pour s'établir à 14 %. Les poids des Vins et Spiritueux, des Montres et Joaillerie et de la Distribution sélective s'établissent respectivement à 12 %, 9 % et 32 %.

Les ventes du groupe d'activités Vins et Spiritueux sont en hausse de 7 % en données publiées. Impactées par un effet de change négatif de 2 points, les ventes du groupe d'activités sont en hausse de 9 % à taux de change et périmètre comparables. Cette performance est tirée pour une large part par la progression des volumes. La demande est toujours très dynamique aux États-Unis et en Europe, tandis que la Chine enregistre un net rebond au cours des six premiers mois de l'année 2016.

Les ventes du groupe d'activités Mode et Maroquinerie sont stables à taux de change et périmètre comparables et en baisse de 1 % en données publiées. La performance de ce groupe d'activités est portée par Fendi, Kenzo, Loewe et Berluti qui confirment leur potentiel et réalisent des croissances à deux chiffres.

Les ventes des activités Parfums et Cosmétiques sont en hausse de 8 % à taux de change et périmètre comparables et de 5 % en données publiées. Cette progression confirme l'efficacité de la stratégie de valeur fermement maintenue par les marques du Groupe face aux tensions concurrentielles. Le groupe d'activités Parfums et Cosmétiques a très sensiblement augmenté son chiffre d'affaires aux États-Unis, en Europe et au Japon.

1.2. Résultat opérationnel courant

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
Ventes	17 188	35 664	16 707
Coût des ventes	(5 917)	(12 553)	(5 881)
Marge brute	11 271	23 111	10 826
Charges commerciales	(6 935)	(13 830)	(6 601)
Charges administratives	(1 381)	(2 663)	(1 267)
Part dans les résultats des sociétés mises en équivalence	4	(13)	(3)
Résultat opérationnel courant	2 959	6 605	2 955
Taux de marge opérationnelle <i>(en %)</i>	17,2	18,5	17,7

La marge brute du Groupe s'élève à 11 271 millions d'euros, en hausse de 4 % par rapport au premier semestre de 2015. Le taux de marge brute sur les ventes est de 66 %, en hausse de 1 point par rapport au premier semestre 2015.

Les charges commerciales, qui s'élèvent à 6 935 millions d'euros, sont en hausse de 5 % en données publiées et de 6 % 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 augmente de 0,8 point en pourcentage des ventes pour s'établir à 40 %. Parmi ces charges commerciales, les frais de publicité et de promotion représentent 12 % des ventes et sont en augmentation de 8 % à taux de change et périmètre comparables.

Les ventes du groupe d'activités Montres et Joaillerie sont en hausse de 4 % à taux de change et périmètre comparables ainsi qu'en données publiées. Ce groupe d'activités bénéficie des très belles performances de TAG Heuer, Chaumet et Fred ainsi que de la progression de Bvlgari. L'Asie, le Japon et les États-Unis constituent 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 4 % en données publiées. Cette performance est tirée par Sephora dont les ventes progressent très sensiblement dans les principales régions du monde tandis que DFS a été pénalisé par le contexte touristique difficile en Asie.

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

<i>(en nombre)</i>	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
France	483	482	475
Europe (hors France)	1 028	1 012	997
États-Unis	735	732	718
Japon	389	407	406
Asie (hors Japon)	959	951	908
Autres marchés	286	276	268
Total	3 880	3 860	3 772

Les charges administratives sont de 1 381 millions d'euros, en hausse de 9 % en données publiées ainsi qu'à taux de change et périmètre comparables. 3 % de cette augmentation sont liés à des effets exceptionnels et non récurrents. Les charges administratives représentent 8 % des ventes, pourcentage en hausse de 0,5 point par rapport au 30 juin 2015.

Résultat opérationnel courant par groupe d'activités

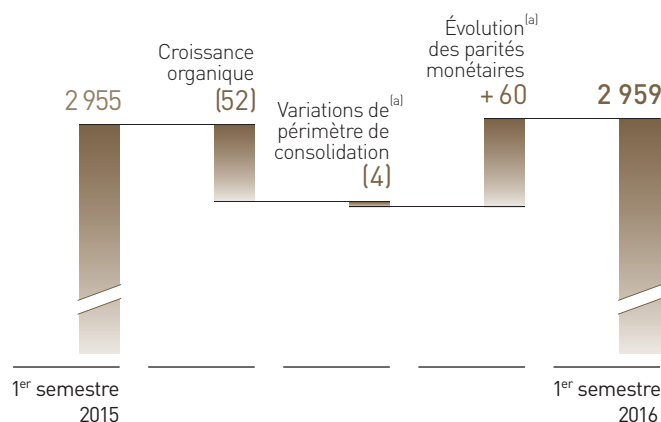
<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2016	31 déc. 2015 ⁽¹⁾	30 juin 2015 ⁽¹⁾
Vins et Spiritueux	565	1 363	482
Mode et Maroquinerie	1 630	3 505	1 661
Parfums et Cosmétiques	272	524	249
Montres et Joaillerie	205	432	205
Distribution sélective	410	940	433
Autres activités et éliminations	(123)	(159)	(75)
Total	2 959	6 605	2 955

Le résultat opérationnel courant du Groupe s'établit à 2 959 millions d'euros, en légère hausse par rapport au 30 juin 2015. Le taux de marge opérationnelle sur ventes du Groupe s'élève à 17,2 %, en baisse de 0,5 point par rapport au 30 juin 2015.

(1) Voir Note 23.1. Informations par groupe d'activités de l'annexe aux comptes consolidés résumés.

Évolution du résultat opérationnel courant

(en millions d'euros)



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

L'effet total de l'évolution des parités monétaires sur le résultat opérationnel courant, par rapport à fin juin 2015, est positif de 60 millions d'euros. Ce chiffre intègre les trois éléments suivants : l'effet des variations des parités monétaires sur les ventes et les achats des sociétés exportatrices et importatrices du Groupe, la variation du résultat de la politique de couverture de l'exposition commerciale du Groupe aux différentes devises, l'effet des variations des devises sur la consolidation des résultats opérationnels courants des filiales hors zone Euro. À devises, effets de couverture de change et périmètre constants, le résultat opérationnel courant du Groupe est en baisse de 2 % par rapport au 30 juin 2015.

Vins et Spiritueux

	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
Ventes (en millions d'euros)	2 056	4 603	1 930
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	565	1 363	482
Taux de marge opérationnelle (en %)	27,5	29,6	25,0

Le résultat opérationnel courant du groupe d'activités Vins et Spiritueux s'établit à 565 millions d'euros, en hausse de 17 % par rapport au premier semestre 2015. La part des champagnes et vins représente 178 millions d'euros et celle des cognacs et spiritueux 387 millions d'euros. Cette performance résulte à la fois de l'augmentation des ventes en volume mais également d'une politique de hausse de prix sensible. Le taux de marge opérationnelle sur ventes de cette activité augmente de 2,5 points à 27,5 %.

Mode et Maroquinerie

	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
Ventes (en millions d'euros)	5 885	12 369	5 933
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	1 630	3 505	1 661
Taux de marge opérationnelle (en %)	27,7	28,3	28,0

Les activités Mode et Maroquinerie présentent un résultat opérationnel courant de 1 630 millions d'euros, en baisse de 2 % par rapport au 30 juin 2015. Louis Vuitton maintient sa rentabilité exceptionnelle, tandis que Fendi, Kenzo et Loro Piana confirment leur dynamique de croissance rentable. Donna Karan et Marc Jacobs poursuivent leur renforcement créatif en se concentrant sur le repositionnement de leurs collections. Le taux de marge opérationnelle sur ventes de ce groupe d'activités baisse de 0,3 point et s'établit à 27,7 %.

Parfums et Cosmétiques

	30 juin 2016	31 déc. 2015 ⁽¹⁾	30 juin 2015 ⁽¹⁾
Ventes (en millions d'euros)	2 337	4 671	2 228
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	272	524	249
Taux de marge opérationnelle (en %)	11,6	11,2	11,2

Le résultat opérationnel courant des activités Parfums et Cosmétiques est de 272 millions d'euros, en hausse de 9 % par rapport au premier semestre de 2015. Cette hausse est tirée par Parfums Christian Dior, Benefit, et Guerlain qui améliorent leur résultat grâce au succès de leurs lignes de produits phares et à une forte dynamique d'innovation. Le taux de marge opérationnelle sur ventes de ce groupe d'activités progresse de 0,4 point pour s'établir à 11,6 %.

Montres et Joaillerie

	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
Ventes (en millions d'euros)	1 609	3 308	1 552
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	205	432	205
Taux de marge opérationnelle (en %)	12,7	13,1	13,2

Le résultat opérationnel courant du groupe d'activités Montres et Joaillerie s'établit à 205 millions d'euros, stable par rapport au premier semestre de 2015.

Le taux de marge opérationnelle sur ventes est en baisse de 0,5 points à 12,7 %.

(1) Voir Note 23.1. Informations par groupe d'activités de l'annexe aux comptes consolidés résumés.

Distribution sélective

	30 juin 2016	31 déc. 2015 ⁽¹⁾	30 juin 2015 ⁽¹⁾
Ventes <i>(en millions d'euros)</i>	5 480	11 193	5 275
Résultat opérationnel courant <i>(en millions d'euros)</i>	410	940	433
Taux de marge opérationnelle <i>(en %)</i>	7,5	8,4	8,2

Le résultat opérationnel courant du groupe d'activités Distribution sélective est de 410 millions d'euros, en baisse de 5 % par

1.3. Autres éléments du compte de résultat

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
Résultat opérationnel courant	2 959	6 605	2 955
Autres produits et charges	(40)	(221)	(64)
Résultat opérationnel	2 919	6 384	2 891
Résultat financier	(166)	(414)	(259)
Impôts sur les bénéfices	(890)	(1 969)	(880)
Résultat net avant part des minoritaires	1 863	4 001	1 752
Part des minoritaires	(152)	(428)	(172)
Résultat net, part du Groupe	1 711	3 573	1 580

Les Autres produits et charges opérationnels sont négatifs de -40 millions d'euros contre un montant négatif de -64 millions d'euros au premier semestre 2015. Au premier semestre de 2016, les Autres produits et charges incluent -17 millions d'euros de résultats de cessions. Le solde est principalement constitué d'amortissements et dépréciations de marques et écarts d'acquisition.

Le résultat opérationnel du Groupe est de 2 919 millions d'euros, en hausse de 1 % par rapport au 30 juin 2015.

Le résultat financier à fin juin 2016 est négatif de 166 millions d'euros ; il était négatif de 259 millions d'euros au 30 juin 2015. Il est constitué :

- du coût global de la dette financière nette qui s'élève à -33 millions d'euros, moins élevé qu'à fin juin 2015 où il

rapport au premier semestre 2015. Le taux de marge opérationnelle sur ventes de ce groupe d'activités baisse de 0,7 point et s'établit à 7,5 %.

Autres activités

Le résultat opérationnel courant provenant des Autres activités et éliminations est négatif de -123 millions d'euros, en baisse par rapport au premier semestre 2015. Outre les frais de siège, cette rubrique intègre le pôle Média, les yachts Royal Van Lent, les activités hôtelières ainsi que l'impact des éliminations.

était de -52 millions d'euros ; en effet, le Groupe a bénéficié à la fois de l'évolution favorable de la charge d'intérêt liée à la baisse des taux et de la baisse de l'encours moyen de la dette ;

- des autres produits et charges financiers qui s'élèvent à -133 millions d'euros au 30 juin 2016, à comparer à -207 millions d'euros au 30 juin 2015. Cette évolution résulte de la baisse de la charge liée à la part inefficace des dérivés de change, négative de -132 millions d'euros à fin juin 2016, contre -296 millions d'euros à fin juin 2015, la forte appréciation du dollar US par rapport à l'euro avait conduit le Groupe à adapter son portefeuille de dérivés au cours du premier semestre 2015. Les autres produits sur instruments financiers, -1 million d'euros au 30 juin 2016, s'élevaient à 89 millions d'euros un an plus tôt, et résultaient pour l'essentiel des plus-values de cession de valeurs mobilières de placement.

Le taux effectif d'impôt du Groupe à fin juin 2016 s'établit à 32 %, en baisse de 1 point par rapport au premier semestre de 2015.

La part du résultat net revenant aux minoritaires est de 152 millions d'euros contre 172 millions d'euros au 30 juin 2015 ; il s'agit principalement des minoritaires de Moët Hennessy et DFS.

Le résultat net part du Groupe s'élève à 1 711 millions d'euros, en hausse de 8 % par rapport à fin juin 2015. Il représente 10 % des ventes du premier semestre 2016, soit 1 point de plus qu'à fin juin 2015.

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

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

Les effets des variations de périmètre sont déterminés :

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

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

2. VINS ET SPIRITUEUX

	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
Ventes (en millions d'euros)	2 056	4 603	1 930
dont : Champagne et vins	856	2 221	830
Cognac et spiritueux	1 200	2 382	1 100
Ventes en volume (en millions de bouteilles)			
Champagne	23,2	61,4	22,5
Cognac	39,4	76	34,7
Autres spiritueux	8,4	18,6	8,2
Vins tranquilles et pétillants	16,6	45,4	17,7
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	5	6	5
Europe (hors France)	15	19	16
États-Unis	33	30	31
Japon	6	6	6
Asie (hors Japon)	26	23	27
Autres marchés	15	16	15
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	565	1 363	482
Marge opérationnelle (en %)	27,5	29,6	25,0
Investissements d'exploitation de la période (en millions d'euros)	91	233	87

Faits marquants

Dans un environnement économique mondial incertain, le groupe Vins et Spiritueux réalise un excellent début d'année, porté par le savoir-faire de ses Maisons, leur forte dynamique d'innovation et l'agilité du réseau de distribution. Le premier semestre se caractérise par une forte progression aux États-Unis et une meilleure dynamique en Chine. L'Europe progresse dans un contexte économique morose.

Les volumes de champagne sont en hausse de 3%. Fort du succès de *Moët Ice Impérial*, **Moët & Chandon** a dévoilé *Moët Ice Impérial Rosé*, le premier champagne rosé créé pour être exclusivement dégusté sur glace. La Maison accélère sa présence dans les circuits de prescription de ses marchés historiques afin de renforcer sa visibilité sur ce secteur fortement concurrentiel. Avec *Dom Pérignon P2*, **Dom Pérignon** déploie sa stratégie de conquête sur le marché des vins ultra-premium. Capitalisant sur son savoir-faire, la marque développe des expériences innovantes de consommation afin d'ouvrir de nouveaux territoires de dégustation ultra haut de gamme. Le premier semestre 2016 confirme le dynamisme de **Veuve Clicquot**, notamment aux États-Unis, où la Maison accroît encore son leadership. Elle démontre sa capacité d'innovation œnologique avec le lancement des *Vintages 2008* et de *Rich Rosé*, qui complète et

amplifie le succès de *Clicquot Rich*, premier champagne créé pour la mixologie. **Krug** bénéficie d'une belle croissance, construite autour de *Krug Grande Cuvée* et confortée par la présentation de deux millésimés attendus : *Krug 2002* et *Krug Clos du Mesnil 2002*. **Ruinart** réalise une bonne performance portée par l'excellence de ses produits et son engagement dans l'art contemporain. Ses collaborations artistiques fêtent cette année leurs 120 ans avec le célèbre photographe Erwin Olaf qui rend hommage aux crayères, inscrites au patrimoine mondial de l'Unesco. **Mercier** développe sa gamme et profite de la plate-forme de communication « Mercier Champagne Maison ».

Estates & Wines continue de développer son portefeuille de vins d'exception avec le lancement du *Pinot Noir Te Wabi 2014* de Cloudy Bay, une nouvelle gamme de *Single Vineyards* pour Newton dans la vallée de Napa, et le grand vin chinois *Ao Yun* à Shangri-La. **Chandon** se positionne comme la référence internationale de qualité pour les consommateurs de vins pétillants et lance un partenariat avec l'écurie de Formule 1 McLaren Honda.

Confirmant la pertinence de son modèle de développement international équilibré, **Hennessy** enregistre une hausse de 13% de ses volumes. Son dynamisme est particulièrement significatif aux États-Unis, dans les Caraïbes, en Afrique et dans les circuits du « travel retail », qui constituent une belle vitrine pour la gamme. Après une année 2015 marquée par le déstockage des distributeurs en Chine, les ventes d'Hennessy étaient bien orientées sur le territoire comme dans l'ensemble de l'Asie. De nouvelles campagnes de communication – et notamment la première campagne mondiale consacrée à *Hennessy X.O* du réalisateur oscarisé Nicolas Winding Refn – viennent renforcer la désirabilité de la marque.

Soutenus par des récompenses à l'échelon international, les whiskies **Glenmorangie** et **Ardbeg** connaissent un nouveau semestre de forte croissance et confirment leur place d'innovateur leader de la catégorie du Scotch Whisky. **Belvedere**, la vodka haut de gamme de référence du marché de la nuit, poursuit sa croissance.

Perspectives

Portés par l'excellence du portefeuille et la réactivité du réseau de distribution, les Vins et Spiritueux de LVMH abordent le second semestre 2016 avec confiance. La stratégie du groupe vise à renforcer la désirabilité des produits, à faire vivre à ses consommateurs des expériences uniques et à mettre plus que jamais l'innovation au cœur de l'activité des Maisons. La deuxième partie de l'année sera riche en événements et lancements de produits. Avec un plan d'expansion capacitaire ambitieux destiné à accompagner le développement futur de la Maison, le cognac **Hennessy** réaffirme sa stratégie de croissance durable, en investissant sur ses marchés phares comme sur ses relais de croissance.

3. MODE ET MAROQUINERIE

	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
Ventes (en millions d'euros)	5 885	12 369	5 933
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	8	9	9
Europe (hors France)	22	22	21
États-Unis	20	22	21
Japon	12	11	11
Asie (hors Japon)	29	28	29
Autres marchés	9	8	9
Total	100	100	100
Nature des ventes en pourcentage du total des ventes (hors Louis Vuitton)			
Ventes au détail	61	60	59
Ventes de gros	37	37	38
Licences	2	3	3
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	1 630	3 505	1 661
Marge opérationnelle (en %)	27,7	28,3	28,0
Investissements d'exploitation de la période (en millions d'euros)	200	553	280
Nombre de magasins	1 536	1 566	1 550

Faits marquants

Dans un environnement monétaire et géopolitique incertain, **Louis Vuitton** maintient sa dynamique créative, illustrée par des innovations fortes dans ses différents métiers. La maroquinerie s'appuie tant sur le développement continu de ses modèles légendaires que sur le succès des créations plus récentes. Les nouvelles créations de maroquinerie connaissent en particulier une performance remarquable. Les fleurs du *Monogram* de la toile emblématique de la Maison font leur apparition sous une forme finement sculptée dans la collection de montres et joaillerie *Blossom*. La communication continue à être rythmée par des campagnes régulières et des événements forts au sein de lieux emblématiques. Après la maison de Bob et Dolores Hope à Palm Springs en 2015, Louis Vuitton poursuit son voyage architectural dans le Ranch de Luis Barrágan, célèbre architecte mexicain, pour une campagne avec la comédienne et nouvelle égérie Léa Seydoux. Autre temps fort du semestre : la présentation de la collection *Croisière 2017* dans le cadre exceptionnel du Musée d'Art Contemporain de Niterói au Brésil. Au printemps, l'exposition « Volez, Voguez, Voyagez » sur l'histoire de la Maison s'est déplacée à Tokyo, soulignant le lien étroit qui lie Louis Vuitton au Japon depuis la fin du XIX^e siècle.

Fendi connaît une forte croissance et gagne des parts de marché dans toutes les régions du monde. La Maison romaine continue de renforcer sa désirabilité en cultivant audace, raffinement et

sophistication. Elle fait preuve d'une excellente dynamique dans toutes ses catégories de produits, en particulier les collections Printemps-Été 2016 de prêt-à-porter et de souliers qui ont reçu un excellent accueil. En maroquinerie, les bandoulières personnalisables *Strap You*, qui s'adaptent aux différents sacs de la Maison, rencontrent un grand succès. Le nouveau concept de boutiques poursuit son déploiement avec l'inauguration d'un magasin phare à Moscou.

Fort de son savoir-faire textile et de ses sources exclusives d'approvisionnement en matières naturelles, **Loro Piana** poursuit son développement avec l'ambition constante de maintenir une qualité sans égal. La collection *Gift of Kings*, réalisée dans la laine la plus fine au monde, continue de réaliser une belle avancée et se décline désormais en une série de pièces féminines. Une boutique phare a ouvert récemment avenue Montaigne à Paris.

La dynamique solide de **Céline** est portée par le développement de toutes ses catégories de produits. Ses lignes de souliers et de prêt-à-porter en particulier contribuent à l'excellente performance de la Maison au premier semestre. La première boutique de Céline en Espagne ouvre au cœur du Paseo de Gràcia, en plein centre de Barcelone.

Kenzo accélère sa progression avec une belle performance de son réseau de boutiques et de son site de vente en ligne. Fort du succès de ses collections de prêt-à-porter, la marque étend son offre de produits, notamment dans la maroquinerie et les souliers. **Givenchy** met l'accent sur le prêt-à-porter féminin, la maroquinerie et les souliers, et renforce sa présence sur les réseaux sociaux.

Donna Karan et **Marc Jacobs** poursuivent le repositionnement stratégique de leurs collections. Le succès des dernières créations de **Loewe** comme le sac *Puzzle*, parfaite illustration du savoir-faire de la Maison madrilène, se confirme au premier semestre. L'activité de **Berluti** est dynamique. L'expansion internationale de la Maison se poursuit avec l'ouverture, à Francfort, de son premier magasin allemand.

Perspectives

Louis Vuitton illustrera encore au second semestre sa forte capacité d'innovation avec de belles initiatives, en particulier dans l'univers de la maroquinerie et des objets du voyage, notamment une valise exceptionnelle créée par M. Newson. La Maison continuera de renforcer et revisiter ses lignes de produits intemporelles. L'un des temps forts du semestre sera le lancement d'un parfum Louis Vuitton et l'inauguration de l'atelier de création installé à Grasse pour servir les ambitions de la Maison dans la conquête de ce nouveau territoire. L'amélioration qualitative de son réseau de magasins se poursuivra avec la volonté constante d'offrir à ses clients une expérience et un service uniques. L'activité de **Fendi** restera soutenue avec une série d'événements à Rome, parmi lesquels un défilé organisé sur la fontaine de Trevi à l'occasion de ses 90 ans. La Maison romaine ouvrira de nouvelles boutiques à Paris et Hong Kong, et inaugurera à Vienne sa présence en Autriche. **Loro Piana** continuera à dédier ses investissements à la recherche textile

et au contrôle de ses sources d'approvisionnement. La Maison maintient le cap d'une expansion sélective de son réseau de boutiques. En se concentrant sur leurs objectifs spécifiques,

l'ensemble des marques de mode continueront d'affirmer leur créativité et leur identité, et de renforcer leur modèle de développement.

4. PARFUMS ET COSMÉTIQUES

	30 juin 2016	31 déc. 2015 ⁽¹⁾	30 juin 2015 ⁽¹⁾
Ventes (en millions d'euros)	2 337	4 671	2 228
Ventes par ligne de produits (en %)			
Parfums	37	41	38
Maquillage	45	40	42
Produits de soins	18	19	20
Total	100	100	100
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	11	12	12
Europe (hors France)	24	26	25
États-Unis	17	14	14
Japon	5	4	4
Asie (hors Japon)	28	29	30
Autres marchés	15	15	15
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	272	524	249
Marge opérationnelle (en %)	11,6	11,2	11,2
Investissements d'exploitation de la période (en millions d'euros)	110	233	103
Nombre de magasins	224	204	176

(1) Voir Note 23.1. Informations par groupe d'activités de l'annexe aux comptes consolidés résumés.

Faits marquants

Le groupe Parfums et Cosmétiques enregistre une croissance soutenue de ses ventes et continue de gagner des parts de marché au sein d'un secteur très concurrentiel. La dynamique est particulièrement forte en Europe et aux États-Unis. L'image des Maisons de LVMH, la créativité des produits et l'attention portée à leur distribution sont les vecteurs de cette performance.

Parfums Christian Dior gagne des parts de marché sur l'ensemble des pays, confirmant son excellente dynamique, portée par la vitalité continue de ses parfums emblématiques *J'adore* et *Miss Dior*, et par le succès exceptionnel de *Sauvage*, qui consolide sa position de leader dans de nombreux marchés. Sa nouvelle fragrance *Poison Girl*, lancée début 2016, contribue également à la bonne performance de la Maison. L'année 2016 est aussi l'occasion pour Parfums Christian Dior de mettre en lumière sa vision d'excellence et son savoir-faire dans le domaine de la haute parfumerie en réaffirmant son ancrage dans la ville de

Grasse avec la réhabilitation, au premier semestre, du Château de La Colle Noire – ancienne propriété de Monsieur Dior – et l'installation prochaine de son Parfumeur François Demachy aux Fontaines Parfumées, son studio de création au cœur de la ville provençale. Fort de son lien privilégié avec la mode et de la vision créative de son Directeur de création Peter Philips, le maquillage confirme son leadership à l'international, en Asie en particulier où les nouveautés comme le fond de teint *Forever* et le rouge à lèvres *Dior Addict* ont reçu un accueil très favorable. Le soin Dior consolide ses positions en Asie, renforcé dans son positionnement premium avec le succès de sa ligne emblématique anti-âge *Prestige*.

Guerlain poursuit son développement et décline le parfum *La Petite Robe Noire* dans l'univers du maquillage avec le lancement mondial d'une gamme de rouges à lèvres et de vernis. Dans l'univers du soin, les lignes *Abeille Royale* et *Orchidée Impériale* portent la croissance de la Maison en Asie et illustrent l'engagement durable de la Maison en faveur de la protection environnementale et de la biodiversité. L'inauguration à Paris de sa première boutique exclusivement dédiée au parfum constitue un temps fort du premier semestre. À travers une mise en scène exceptionnelle, cet espace rend hommage au métier de parfumeur qui fait la renommée de la Maison depuis 1828.

Les ventes de **Parfums Givenchy** sont soutenues par le succès de la nouvelle variante olfactive *Live Irrésistible* lancée à l'automne 2015 et par la forte progression de son maquillage notamment grâce à la ligne *Prisme Libre* et à sa gamme de rouge à lèvres. **Kenzo Parfums** bénéficie de la vitalité de son pilier historique *Flower* et de la bonne performance de sa ligne de soins *Kenzoki*.

Après le succès de son innovation majeure de 2015, le mascara *Roller Lash*, **Benefit** confirme sa forte dynamique. Sa dernière création, la nouvelle *Collection Sourcils* connaît un démarrage exceptionnel. Elle constitue le plus important lancement dans l'histoire de la marque. **Make Up For Ever** enregistre une croissance rapide de ses ventes. La marque inaugure en exclusivité mondiale au sein du magasin Sephora des Champs-Élysées, le *Go Pro Makeup*, un bar à maquillage ludique et convivial mettant à l'honneur ses produits sur un tapis roulant. **Fresh** poursuit une forte croissance, portée par une forte dynamique en Asie et en Europe. En France en particulier, après l'ouverture en 2015 d'un comptoir au sein des Galeries Lafayette à Paris, la marque accélère son expansion avec un nouveau point de vente au Bon Marché. **Acqua di Parma** célèbre son 100^e anniversaire dans sa ville natale de Parme en Italie. Le portefeuille de marques **Kendo** enregistre une forte progression, soutenue par les succès de *Kat von D* et *Marc Jacobs Beauty*. Un contrat vient d'être signé avec la chanteuse Rihanna pour le lancement en 2017 d'une ligne complète de maquillage à son nom.

Perspectives

Avec un nouvel objectif de gains de parts de marché, les marques de LVMH continueront de s'appuyer sur la mise en avant de leurs lignes phares et sur une forte politique d'innovation. **Parfums Christian Dior** dévoilera le nouveau *Rouge Dior*, le rouge à lèvres emblématique de la Maison, avec une réinvention majeure mise en scène dans une nouvelle communication portée par Natalie Portman. **Guerlain** innovera dans l'univers du parfum

comme dans ceux du soin et du maquillage, avec notamment le lancement d'un nouvel opus de *La Petite Robe Noire*. L'actualité de **Kenzo Parfums** sera marquée par le lancement du nouveau parfum féminin, *Kenzo World*, marquant la première collaboration avec Carol Lim et Humberto Leon, directeurs artistiques de Kenzo Mode. **Benefit** continuera de soutenir le déploiement de sa nouvelle *Collection Sourcils*. De nombreux autres lancements se concrétiseront dans les mois à venir pour l'ensemble des marques du Groupe, maintenant la dynamique du premier semestre.

5. MONTRES ET JOAILLERIE

	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
Ventes (en millions d'euros)	1 609	3 308	1 552
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	5	7	7
Europe (hors France)	25	25	25
États-Unis	10	11	10
Japon	14	13	14
Asie (hors Japon)	28	27	27
Autres marchés	18	17	17
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	205	432	205
Marge opérationnelle (en %)	12,7	13,1	13,2
Investissements d'exploitation de la période (en millions d'euros)	95	204	102
Nombre de magasins	390	395	390

Faits marquants

L'activité Montres et Joaillerie poursuit sa croissance, soutenue par la force des lignes iconiques des Maisons et la créativité des nouveaux produits. La notoriété des marques horlogères et joaillières est renforcée par l'ouverture et la rénovation de boutiques dans des lieux prestigieux et par des investissements continus en communication.

Bvlgari maintient une forte dynamique créative et connaît une croissance de ses ventes à un rythme bien supérieur à celui du marché. Sa progression est particulièrement soutenue en Chine et au Moyen-Orient. La joaillerie poursuit son développement avec l'enrichissement des lignes emblématiques *B.Zero1* et *Diva*. Les créations horlogères féminines *Serpenti Incantati* et *Lucea Piccola* ont été très bien accueillies lors du Salon de Bâle. En février, la Maison a réouvert son magasin de Londres à New Bond Street, complètement rénové et embelli. La richesse créative de la marque, ses liens particuliers avec le monde des arts et du cinéma et son savoir-faire unique en matière de combinaison de pierres de couleur ont été célébrés à nouveau

dans des expositions organisées à travers le monde comme *Serpenti Form* à Rome, *Bulgari, Cinecittà and Beyond* à Pékin et *Bellissima* à Fort Lauderdale. L'événement *Magnificent Inspirations* à Cap-Ferrat fut l'occasion de présenter des pièces de Haute Joaillerie exceptionnelles de la *Scuola Bulgari*.

La bonne progression des ventes de **TAG Heuer** dans un marché des Montres globalement difficile démontre la pertinence de la stratégie de la Maison visant à développer son cœur de gamme. Son dynamisme s'exprime avec les nouveautés présentées dans ses collections phares *Formula 1*, *Carrera* et *Aquaracer*. Les modèles *Carrera Heuer 02* et *Formula 1 Chronograph* ont été tout particulièrement appréciés à Bâle. Innovation majeure dévoilée fin 2015, la Montre Connectée confirme son succès. La marque continue d'améliorer son réseau de magasins et ouvre des points de vente à Tianjin, Macao et New Delhi. La visibilité de TAG Heuer auprès de ses clientèles cibles est renforcée grâce à de nouveaux partenariats parmi lesquels le festival de Coachella, les Marathons de Paris et de Londres ou, dans le football, la Premier League anglaise et la Super League chinoise.

Hublot poursuit son développement, porté par la ligne *Classic Fusion* qui s'enrichit à côté de l'iconique *Big Bang*. La créativité et la capacité d'innovation de la Maison s'affirment plus que jamais dans des modèles inédits comme la *Big Bang Unico Sapphire*, la *Meca-10* ou encore la *Classic Fusion Berluti*, qui ont été très remarqués à Bâle. La notoriété de la marque est servie par une forte dynamique de communication et d'événements en lien avec les univers sportifs et culturels avec, en particulier, une participation active à l'Euro 2016. Un nouveau magasin a été ouvert sur la Cinquième Avenue à New York, une vitrine exceptionnelle pour la marque.

Zenith se concentre sur les modèles de sa collection *El Primero* et consolide son organisation.

La croissance de **Chaumet** s'accélère en Asie et au Moyen-Orient, tirée par le succès de ses lignes *Joséphine* et *Lien*, et la poursuite de sa montée en gamme. Les collections sont enrichies par des créations nouvelles comme *Voie Lactée* et *Aube Rosée*. L'événement *Promenade Bucolique* à Taïwan a été l'occasion de dévoiler des pièces joaillières inspirées des thèmes naturalistes chers à la Maison. **De Beers** consolide son statut de référence dans le domaine du diamant. **Fred** développe activement sa ligne *Force 10* et connaît un bon démarrage de sa nouvelle boutique de Hong Kong.

Perspectives

Le groupe d'activités Montres et Joaillerie poursuit son objectif de gain de parts de marché. Dans le contexte actuel d'incertitudes économiques et monétaires, la sélectivité dans l'allocation des ressources et une approche très attentive de l'évolution des

marchés sont les mots d'ordre des Maisons. Les investissements en marketing seront soutenus, notamment sur les canaux digitaux, et les programmes d'amélioration des boutiques en propre seront poursuivis. À la fin de l'année, **Bulgari** mettra en service son nouvel atelier de joaillerie à Valenza, conjuguant de manière inédite excellence artisanale et avance technologique.

6. DISTRIBUTION SÉLECTIVE

	30 juin 2016	31 déc. 2015 ⁽¹⁾	30 juin 2015 ⁽¹⁾
Ventes (en millions d'euros)	5 480	11 193	5 275
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	13	13	13
Europe (hors France)	7	8	7
États-Unis	40	39	37
Japon	1	2	2
Asie (hors Japon)	28	29	32
Autres marchés	11	9	9
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	410	940	433
Marge opérationnelle (en %)	7,5	8,4	8,2
Investissements d'exploitation de la période (en millions d'euros)	235	395	138
Nombre de magasins			
Sephora	1 661	1 626	1 584
Autres	52	52	54

(1) Voir Note 23.1. Informations par groupe d'activités de l'annexe aux comptes consolidés résumés.

Faits marquants

Au premier semestre, **Sephora** continue de gagner des parts de marché partout dans le monde et enregistre une nouvelle croissance à deux chiffres de ses ventes. Ses performances sont remarquables. L'expansion se poursuit au premier semestre avec l'ouverture d'une cinquantaine de magasins à travers le monde. Plusieurs magasins phares ouverts au premier semestre, comme ceux de Prudential à Boston et de La Canopée à Paris, offrent une expérience client enrichie autour du digital et des services. Sephora a également inauguré sa présence en Suisse. L'intégration de la plate-forme d'e-commerce Luxola, acquise en 2015, s'est effectuée dans les meilleures conditions, permettant à Sephora de disposer d'une présence digitale dans huit pays d'Asie du Sud-Est. La stratégie de développement omnicanal s'accélère aussi en Europe avec le lancement de sites de vente en ligne en Espagne et en Roumanie. Sephora continue de mettre l'accent sur l'innovation dans ses produits, étoffant encore son offre exclusive et proposant une nouvelle sélection à destination des clientèles

jeunes. De nombreuses initiatives sur les réseaux sociaux donnent une visibilité forte à l'enseigne.

Le Bon Marché poursuit sa croissance au premier semestre, portée par son atmosphère unique, la qualité de son accueil et le succès du programme de fidélité. Le grand magasin a poursuivi sa modernisation, dévoilant un espace détaxe réaménagé et des concepts inédits dans le nouvel espace Mode. La première exposition en France de créations originales de l'artiste chinois Ai Weiwei figure parmi les temps forts de l'animation du semestre. Le lancement de la marque propre de La Grande Épicerie de Paris constitue une initiative marquante du début d'année.

Les activités de « travel retail » continuent de faire face en Asie à un contexte touristique difficile, en particulier à Macao et Hong Kong où les ventes de **DFS** sont en recul. En conséquence, **DFS** intensifie et innove par ses programmes de marketing et de fidélisation, ainsi que par la transformation de son offre produits en vue de s'adapter à une clientèle en forte évolution et de gagner des parts de marché. L'expansion vers des destinations touristiques nouvelles s'est poursuivie, avec l'ouverture du premier grand magasin de luxe au Cambodge, **T Galleria** à Siem Reap, près des fabuleuses ruines d'Angkor. À Macao, après le lancement en 2015 de nouveaux concepts dédiés à la beauté, l'extension et la transformation de la **T Galleria – City of Dreams** est en cours de finalisation.

Starboard Cruise Services bénéficie du développement des itinéraires en Asie et affine ses sélections de produits en fonction de ses lignes de croisière.

Perspectives

Sephora continuera de renforcer ses piliers stratégiques que sont l'innovation dans l'offre produits et le développement de services exclusifs et personnalisés. L'enseigne poursuivra ses ouvertures de magasins à un rythme soutenu. Sera inauguré au second semestre le magasin du World Trade Center à New York. **Le Bon Marché** poursuivra la transformation de son espace Mode Femme, continuant de cultiver sa différence et son profil de magasin prescripteur. L'automne sera ponctué par différentes initiatives, notamment une exposition de grande ampleur consacrée à Paris. **DFS** continuera de développer l'attractivité de son réseau par l'adaptation à ses clientèles, en termes de destinations et de préférences produits et services. Un des temps forts du second semestre sera l'inauguration de la **T Galleria** de Venise, destination touristique incontournable, dans un immeuble historique sur le Grand Canal, marquant le début de l'expansion de **DFS** en Europe.

7. COMMENTAIRES SUR LE BILAN CONSOLIDÉ

<i>(en milliards d'euros)</i>	30 juin 2016	31 déc. 2015	Variation
Immobilisations corporelles et incorporelles	35,4	34,9	0,5
Autres	4,1	3,8	0,3
Actifs non courants	39,5	38,7	0,8
Stocks	10,7	10,1	0,6
Autres	7,6	8,8	(1,2)
Actifs courants	18,3	18,9	(0,6)
Actif	57,8	57,6	0,2

Le total du bilan consolidé de LVMH à fin juin 2016 s'élève à 57,8 milliards d'euros, stable par rapport à fin 2015. Les actifs non courants, qui augmentent de 0,8 milliards d'euros, représentent 68 % du total du bilan, contre 67 % à fin 2015.

Les immobilisations corporelles et incorporelles progressent de 0,5 milliard d'euros, dont 0,4 milliard lié à la revalorisation des engagements d'achat d'intérêts minoritaires. Les investissements de l'année, nets des dotations aux amortissements et des cessions, représentent une augmentation additionnelle de 0,2 milliard d'euros ; ils sont commentés dans le cadre des analyses de variations de trésorerie. À l'inverse, l'effet de l'évolution des parités monétaires est négatif de 0,1 milliard d'euros.

Les autres actifs non courants sont en hausse de 0,3 milliard d'euros, pour s'établir à 4,1 milliards d'euros en raison, pour 0,1 milliard d'euros, de la progression des impôts différés actifs et, pour 0,2 milliard d'euros, de la hausse de la valeur des instruments dérivés et des investissements financiers.

<i>(en milliards d'euros)</i>	30 juin 2016	31 déc. 2015	Variation
Capitaux propres	26,1	25,8	0,3
Dette financière à plus d'un an	4,2	4,5	(0,3)
Autres passifs non courants	15,1	14,6	0,5
Capitaux permanents	45,4	44,9	0,5
Dette financière à moins d'un an	4,6	3,7	0,9
Autres	7,8	9,0	(1,2)
Passifs courants	12,4	12,7	(0,3)
Passif	57,8	57,6	0,2

Les stocks augmentent 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 baisse de 1,2 milliard d'euros, dont 0,7 milliard liés à la réduction du niveau de trésorerie et 0,4 milliard liés à celle des créances clients.

Les autres passifs non courants, à 15,1 milliards d'euros, sont en progression de 0,5 milliard d'euros, sous l'effet de la progression de 0,5 milliard d'euros de la dette au titre des engagements d'achat de titres de minoritaires.

Enfin, les autres passifs courants reculent de 1,2 milliard d'euros, pour s'établir à 7,8 milliards d'euros. Ce recul est lié à la baisse des dettes fiscales et sociales pour 0,4 milliard d'euros, à celle des dettes envers les fournisseurs pour 0,4 milliard, et à celle de la dette d'impôt sur les résultats pour 0,2 milliard. Ces évolutions sont liées à la saisonnalité des activités du Groupe.

Dettes financières nettes et capitaux propres

(en milliards d'euros ou en pourcentage)	30 juin 2016	31 déc. 2015	Variation
Dettes financières à plus d'un an	4,2	4,5	(0,3)
Dettes financières à moins d'un an et instruments dérivés	4,5	3,7	0,8
Dettes financières brutes après effet des instruments dérivés	8,7	8,2	0,5
Trésorerie et équivalents de trésorerie, et placements financiers	(3,4)	(4,0)	0,6
Dettes financières nettes	5,3	4,2	1,1
Capitaux propres	26,1	25,8	0,3
Ratio dettes financières nettes/ Capitaux propres	20 %	16 %	4 %

Le ratio dettes financières nettes sur capitaux propres, qui était de 16 % au 31 décembre 2015, augmente de 4 points et s'établit à 20 %. En effet, le rythme de progression des capitaux propres durant le semestre a été inférieur à celui de la dette financière nette, une évolution caractéristique de la saisonnalité des activités du Groupe.

Le total des capitaux propres s'élève à 26,1 milliards d'euros à fin juin 2016, en progression de 0,3 milliard d'euros par rapport à fin 2015. Le résultat du semestre, net des distributions de dividendes, contribue à cette progression à hauteur de

0,6 milliard d'euros. L'effet de l'évolution des parités monétaires sur les réserves des entités en devises est négatif de 0,2 milliard d'euros ; il concerne en majeure partie des réserves des entités en Livres sterling. La variation des écarts de réévaluation représente un effet négatif additionnel de 0,1 milliard d'euros, dû principalement à la baisse des taux d'actualisation utilisés pour valoriser les engagements à long terme envers le personnel. Au 30 juin 2016, le total des capitaux propres représente 45 % du total du bilan, comme à fin 2015.

La dette financière brute après effet des instruments dérivés s'élève à fin juin 2016 à 8,7 milliards d'euros, en hausse de 0,5 milliard par rapport à fin 2015. Durant le semestre, LVMH a émis des obligations convertibles à 5 ans (dénouables exclusivement en espèces – voir Note 18.1 des Annexes aux comptes consolidés résumés) pour un montant total de 750 millions de dollars US. L'encours de billets de trésorerie est en légère baisse, de 0,1 milliard d'euros. La réduction des encours de lignes de crédit et découverts bancaires, de 0,2 milliard d'euros, contribue également au recul de la dette. La trésorerie et équivalents de trésorerie, et les placements et investissements financiers en couverture de dettes financières s'élèvent à 3,4 milliards d'euros à fin juin 2016, inférieurs de 0,6 milliard d'euros aux 4,0 milliards atteints fin 2015, la dette financière nette progresse ainsi de 1,1 milliard d'euros.

À fin juin 2016, 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 30 juin 2016 atteint 2,2 milliards d'euros.

8. COMMENTAIRES SUR LA VARIATION DE TRÉSORERIE CONSOLIDÉE

(en millions d'euros)	30 juin 2016	30 juin 2015	Variation
Capacité d'autofinancement générée par l'activité	3 650	3 368	282
Coût de la dette financière nette : intérêts payés	(23)	(51)	28
Impôt payé	(884)	(801)	(83)
Capacité d'autofinancement après intérêts financiers et impôt	2 743	2 516	227
Variation du besoin en fonds de roulement	(1 111)	(1 022)	(89)
Investissements d'exploitation	(871)	(816)	(55)
Cash flow disponible	761	678	83
Investissements financiers	(311)	(13)	(298)
Opérations en capital	(1 428)	(1 424)	(4)
Variation de la trésorerie avant opérations de financement	(978)	(759)	(219)

La capacité d'autofinancement générée par l'activité, à 3 650 millions d'euros, progresse de 8 % par rapport aux 3 368 millions enregistrés un an plus tôt. Après paiement des intérêts financiers et de l'impôt, la capacité d'autofinancement atteint 2 743 millions d'euros, en progression de 9 % par rapport au premier semestre 2015.

Les intérêts payés, à 23 millions d'euros, sont en baisse significative par rapport au montant des six premiers mois de 2015, grâce aux effets de la baisse des taux sur les emprunts, et à l'évolution de l'échéancier de paiement des intérêts suite à la modification du portefeuille de dettes.

Les impôts payés atteignent 884 millions d'euros, en progression de 10 % par rapport aux 801 millions décaissés au cours du premier semestre 2015.

La progression du besoin en fonds de roulement, de 1 111 millions d'euros, est similaire à celle observée un an plus tôt, qui s'élevait à 1 022 millions d'euros. Les stocks progressent de 795 millions d'euros, contre 594 millions d'euros un an plus tôt. Cette progression concerne l'ensemble des groupes d'activités. Le recul des dettes fiscales et sociales et celui des dettes fournisseurs génèrent un besoin de financement de 392 millions d'euros et 300 millions d'euros, respectivement. Ces effets négatifs sur la variation de trésorerie sont compensés à hauteur de 376 millions d'euros par la réduction du besoin de financement résultant de la baisse des créances clients. Ces évolutions sont représentatives de la saisonnalité des activités du Groupe.

Les investissements d'exploitation, nets des cessions, représentent au premier semestre un débours de 871 millions d'euros, contre 816 millions d'euros un an plus tôt. Les acquisitions d'immobilisations corporelles incluent principalement les investissements des marques du Groupe dans leurs réseaux de distribution, notamment DFS, Sephora, Louis Vuitton, Bvlgari et Parfums Christian Dior. Ils comprennent également les investissements liés au projet de La Samaritaine, ainsi que ceux des marques de champagne et de Hennessy dans leur outil de production.

Au cours du premier semestre, 311 millions d'euros ont été consacrés aux investissements financiers et acquisitions de titres consolidés, dont 110 millions d'euros pour les acquisitions de titres consolidés. Le solde, relatif à la gestion des investissements financiers, inclut un décaissement de 260 millions d'euros au titre de l'impôt relatif aux investissements financiers ainsi qu'un montant positif de 64 millions d'euros lié aux cessions de la période.

La variation de trésorerie issue des opérations en capital représente un débours de 1 428 millions d'euros. Ce montant correspond, à hauteur de 1 106 millions d'euros, aux dividendes versés au cours du semestre par LVMH SE, hors actions auto-détenues, au titre du solde du dividende 2015. À cela s'ajoutent les dividendes versés aux actionnaires minoritaires des filiales consolidées, pour 222 millions d'euros, et l'impôt payé relatif aux dividendes versés, pour 92 millions d'euros.

Le besoin de trésorerie après toutes opérations d'exploitation, d'investissement et en capital s'est ainsi élevé à 978 millions d'euros. Les opérations de financement ayant généré un excédent de trésorerie de 398 millions d'euros, le niveau de trésorerie en fin d'exercice est en baisse de 626 millions d'euros par rapport à fin 2015, incluant l'effet négatif de 46 millions d'euros de la fluctuation des cours de change. Le niveau de trésorerie au 30 juin 2016 s'élève ainsi à 2 764 millions d'euros contre 3 390 millions d'euros au 31 décembre 2015.

COMPTES SEMESTRIELS CONSOLIDÉS RÉSUMÉS

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

COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

<i>(en millions d'euros, sauf résultats par action)</i>	Notes	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
Ventes	23	17 188	35 664	16 707
Coût des ventes		(5 917)	(12 553)	(5 881)
Marge brute		11 271	23 111	10 826
Charges commerciales		(6 935)	(13 830)	(6 601)
Charges administratives		(1 381)	(2 663)	(1 267)
Part dans les résultats des sociétés mises en équivalence	7	4	(13)	(3)
Résultat opérationnel courant	23-24	2 959	6 605	2 955
Autres produits et charges opérationnels	25	(40)	(221)	(64)
Résultat opérationnel		2 919	6 384	2 891
Coût de la dette financière nette		(33)	(78)	(52)
Autres produits et charges financiers		(133)	(336)	(207)
Résultat financier	26	(166)	(414)	(259)
Impôts sur les bénéfices	27	(890)	(1 969)	(880)
Résultat net avant part des minoritaires		1 863	4 001	1 752
Part des minoritaires	17	(152)	(428)	(172)
Résultat net, part du Groupe		1 711	3 573	1 580
Résultat net, part du Groupe par action <i>(en euros)</i>	28	3,40	7,11	3,15
Nombre d'actions retenu pour le calcul		502 956 395	502 395 491	502 206 295
Résultat net, part du Groupe par action après dilution <i>(en euros)</i>	28	3,39	7,08	3,13
Nombre d'actions retenu pour le calcul		504 892 969	504 894 946	504 727 629

ÉTAT GLOBAL DES GAINS ET PERTES CONSOLIDÉS

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
Résultat net avant part des minoritaires	1 863	4 001	1 752
Variation du montant des écarts de conversion	(147)	631	706
Effets d'impôt	(9)	135	128
	(156)	766	834
Variation de valeur des investissements et placements financiers	(73)	(32)	23
Montants transférés en résultat	(20)	(91)	(89)
Effets d'impôt	5	20	18
	(88)	(103)	(48)
Variation de valeur des couvertures de flux de trésorerie futurs en devises	39	(63)	9
Montants transférés en résultat	(12)	33	(6)
Effets d'impôt	(3)	3	3
	24	(27)	6
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres, transférables en compte de résultat	(220)	636	792
Variation de valeur des terres à vignes	-	64	-
Montants transférés en réserves consolidées	-	-	-
Effets d'impôt	-	(21)	-
	-	43	-
Engagements envers le personnel : variation de valeur liée aux écarts actuariels	(81)	42	-
Effets d'impôt	23	(16)	-
	(58)	26	-
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres, non transférables en compte de résultat	(58)	69	-
Résultat global	1 585	4 706	2 544
Part des minoritaires	(124)	(558)	(257)
Résultat global, part du Groupe	1 461	4 148	2 287

BILAN CONSOLIDÉ

ACTIF	Notes	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
<i>(en millions d'euros)</i>				
Marques et autres immobilisations incorporelles	3	13 519	13 572	13 502
Écarts d'acquisition	4	10 611	10 122	9 723
Immobilisations corporelles	6	11 283	11 157	10 697
Participations mises en équivalence	7	754	729	526
Investissements financiers	8	643	574	622
Autres actifs non courants	9	669	552	521
Impôts différés		2 066	1 945	1 955
Actifs non courants		39 545	38 651	37 546
Stocks et en-cours	10	10 669	10 096	10 381
Créances clients et comptes rattachés	11	2 161	2 521	2 086
Impôts sur les résultats		338	384	422
Autres actifs courants	12	2 228	2 355	2 090
Trésorerie et équivalents de trésorerie	14	2 882	3 594	2 556
Actifs courants		18 278	18 950	17 535
Total de l'actif		57 823	57 601	55 081
PASSIF ET CAPITAUX PROPRES				
<i>(en millions d'euros)</i>				
Capital	15.1	152	152	152
Primes	15.1	2 619	2 579	2 669
Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH	15.2	(271)	(240)	(349)
Écarts de conversion	15.4	1 005	1 137	1 240
Écarts de réévaluation		831	949	978
Autres réserves		18 615	16 189	16 862
Résultat net, part du Groupe		1 711	3 573	1 580
Capitaux propres, part du Groupe		24 662	24 339	23 132
Intérêts minoritaires	17	1 411	1 460	1 313
Capitaux propres		26 073	25 799	24 445
Dette financière à plus d'un an	18	4 165	4 511	5 201
Provisions à plus d'un an	19	1 996	1 950	2 354
Impôts différés		4 667	4 685	4 822
Autres passifs non courants	20	8 470	7 957	7 260
Passifs non courants		19 298	19 103	19 637
Dette financière à moins d'un an	18	4 579	3 769	3 695
Fournisseurs et comptes rattachés	21.1	3 607	3 960	3 374
Impôts sur les résultats		411	640	383
Provisions à moins d'un an	19	353	421	320
Autres passifs courants	21.2	3 502	3 909	3 227
Passifs courants		12 452	12 699	10 999
Total du passif et des capitaux propres		57 823	57 601	55 081

TABLEAU DE VARIATION DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDÉS

<i>(en millions d'euros)</i>													
	Nombre d'actions	Capital	Primes	Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH	Écarts de conversion	Investissements et placements financiers		Écarts de réévaluation		Résultat et autres réserves	Total des capitaux propres		
						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 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
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					(132)	(88)	22	-	(52)		(250)	(28)	(278)
Résultat net										1 711	1 711	152	1 863
Résultat global		-	-	-	(132)	(88)	22	-	(52)	1 711	1 461	124	1 585
Charges liées aux plans d'options										20	20	1	21
(Acquisitions)/cessions d'actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH				(39)						(8)	(47)	-	(47)
Levées d'options de souscription d'actions LVMH	688 700		48								48	-	48
Annulation d'actions LVMH	(158 811)		(8)	8							-	-	-
Augmentations de capital des filiales											-	6	6
Dividendes et acomptes versés										(1 106)	(1 106)	(222)	(1 328)
Prises et pertes de contrôle dans les entités consolidées										10	10	20	30
Acquisitions et cessions de parts d'intérêts minoritaires										(5)	(5)	(1)	(6)
Engagements d'achat de titres de minoritaires										(58)	(58)	23	(35)
Au 30 juin 2016	507 668 999	152	2 619	(271)	1 005	16	11	964	(160)	20 326	24 662	1 411	26 073
Au 31 décembre 2014	507 711 713	152	2 655	(374)	492	207	14	931	(133)	17 819	21 763	1 240	23 003
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					748	(48)	7				707	85	792
Résultat net										1 580	1 580	172	1 752
Résultat global		-	-	-	748	(48)	7	-	-	1 580	2 287	257	2 544
Charges liées aux plans d'options										18	18	1	19
(Acquisitions)/cessions d'actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH				24						(13)	11	-	11
Levées d'options de souscription d'actions LVMH	271 426		15								15	-	15
Annulation d'actions LVMH	(41 848)		(1)	1							-	-	-
Augmentations de capital des filiales											-	3	3
Dividendes et acomptes versés										(980)	(980)	(198)	(1 178)
Prises et pertes de contrôle dans les entités consolidées										(9)	(9)	-	(9)
Acquisitions et cessions de parts d'intérêts minoritaires											-	(1)	(1)
Engagements d'achat de titres de minoritaires										27	27	11	38
Au 30 juin 2015	507 941 291	152	2 669	(349)	1 240	159	21	931	(133)	18 442	23 132	1 313	24 445

TABLEAU DE VARIATION DE LA TRÉSORERIE CONSOLIDÉE

(en millions d'euros)	Notes	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
I. OPÉRATIONS ET INVESTISSEMENTS D'EXPLOITATION				
Résultat opérationnel		2 919	6 384	2 891
Part dans le résultat et dividendes reçus des sociétés mises en équivalence	7	7	27	8
Dotations nettes aux amortissements et provisions		843	2 081	850
Autres charges calculées		(82)	(456)	(351)
Autres retraitements		(37)	(91)	(30)
Capacité d'autofinancement générée par l'activité		3 650	7 945	3 368
Coût de la dette financière nette : intérêts payés		(23)	(75)	(51)
Impôt payé		(884)	(1 807)	(801)
Capacité d'autofinancement après intérêts financiers et impôt		2 743	6 063	2 516
Variation du besoin en fonds de roulement	14.2	(1 111)	(429)	(1 022)
Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation		1 632	5 634	1 494
Investissements d'exploitation	14.3	(871)	(1 955)	(816)
Variation de la trésorerie issue des opérations et investissements d'exploitation (cash flow disponible)		761	3 679	678
II. INVESTISSEMENTS FINANCIERS				
Acquisitions d'investissements financiers ^[a]	8, 13	(7)	(78)	(18)
Cessions d'investissements financiers	8	64	68	39
Dividendes reçus		2	4	4
Impôt payé relatif aux investissements financiers		(260)	(265)	(15)
Incidences des acquisitions et cessions de titres consolidés		(110)	(240)	(23)
Variation de la trésorerie issue des investissements financiers		(311)	(511)	(13)
III. OPÉRATIONS EN CAPITAL				
Augmentations de capital de la société LVMH	15.1	48	35	15
Augmentations de capital des filiales souscrites par les minoritaires	17	6	81	3
Acquisitions et cessions d'actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH	15.2	(51)	1	3
Dividendes et acomptes versés par la société LVMH	15.3	(1 106)	(1 671)	(992)
Impôt payé relatif aux dividendes et acomptes versés		(92)	(304)	(258)
Dividendes et acomptes versés aux minoritaires des filiales consolidées	17	(222)	(228)	(195)
Acquisitions et cessions d'intérêts minoritaires	2	(11)	(4)	-
Variation de la trésorerie issue des opérations en capital		(1 428)	(2 090)	(1 424)
Variation de la trésorerie avant opérations de financement		(978)	1 078	(759)
IV. OPÉRATIONS DE FINANCEMENT				
Émissions ou souscriptions d'emprunts et dettes financières		927	1 008	807
Remboursements d'emprunts et dettes financières		(414)	(2 443)	(1 451)
Acquisitions et cessions de placements financiers ^[a]	8, 13	(115)	(3)	(241)
Variation de la trésorerie issue des opérations de financement		398	(1 438)	(885)
V. INCIDENCE DES ÉCARTS DE CONVERSION		(46)	(33)	94
VARIATION NETTE DE LA TRÉSORERIE (I+II+III+IV+V)		(626)	(393)	(1 550)
TRÉSORERIE NETTE À L'OUVERTURE	14.1	3 390	3 783	3 783
TRÉSORERIE NETTE À LA CLÔTURE	14.1	2 764	3 390	2 233
TOTAL DE L'IMPÔT PAYÉ		(1 236)	(2 376)	(1 074)

[a] Les effets sur la trésorerie des investissements financiers en couverture de dette financière nette (voir Note 18) sont présentés dans la section « IV. Opérations de financement », au niveau de la ligne Acquisitions et cessions de placements financiers.

ANNEXE AUX COMPTES CONSOLIDÉS (EXTRAITS)

1.	PRINCIPES COMPTABLES	26
2.	VARIATIONS DE POURCENTAGE D'INTÉRÊT DANS LES ENTITÉS CONSOLIDÉES	26
3.	MARQUES, ENSEIGNES ET AUTRES IMMOBILISATIONS INCORPORELLES	27
4.	ÉCARTS D'ACQUISITION	28
5.	ÉVALUATION DES ACTIFS INCORPORELS À DURÉE DE VIE INDÉFINIE	28
6.	IMMOBILISATIONS CORPORELLES	29
7.	PARTICIPATIONS MISES EN ÉQUIVALENCE	30
8.	INVESTISSEMENTS FINANCIERS	30
9.	AUTRES ACTIFS NON COURANTS	31
10.	STOCKS ET EN-COURS	31
11.	CLIENTS	32
12.	AUTRES ACTIFS COURANTS	32
13.	PLACEMENTS FINANCIERS	33
14.	TRÉSORERIE ET VARIATIONS DE TRÉSORERIE	33
15.	CAPITAUX PROPRES	34
16.	PLANS D'OPTIONS ET ASSIMILÉS	36
17.	INTÉRÊTS MINORITAIRES	37
18.	EMPRUNTS ET DETTES FINANCIÈRES	37
19.	PROVISIONS	39
20.	AUTRES PASSIFS NON COURANTS	39
21.	AUTRES PASSIFS COURANTS ET FOURNISSEURS	40
22.	INSTRUMENTS FINANCIERS ET GESTION DES RISQUES DE MARCHÉ	40
23.	INFORMATION SECTORIELLE	43
24.	CHARGES PAR NATURE	46
25.	AUTRES PRODUITS ET CHARGES OPÉRATIONNELS	47
26.	RÉSULTAT FINANCIER	47
27.	IMPÔTS SUR LES RÉSULTATS	48
28.	RÉSULTAT PAR ACTION	48
29.	ENGAGEMENTS HORS BILAN	49
30.	FAITS EXCEPTIONNELS ET LITIGES	49
31.	ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE	49

1. PRINCIPES COMPTABLES

1.1. Cadre général et environnement

Les comptes consolidés résumés du premier semestre 2016 ont été arrêtés par le Conseil d'administration le 26 juillet 2016. Ces comptes sont établis en conformité avec la norme IAS 34 sur l'établissement des comptes semestriels ainsi qu'avec les normes et interprétations comptables internationales (IAS/IFRS) adoptées par l'Union européenne en vigueur au 30 juin 2016 ; ces normes et interprétations sont appliquées de façon constante sur les périodes présentées.

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

1.2. Évolutions du référentiel comptable applicable à LVMH

Normes, amendements et interprétations dont l'application est obligatoire en 2016

Seuls les amendements d'IAS 16 et IAS 41 concernant les actifs biologiques sont applicables à LVMH à compter du 1^{er} janvier 2016. L'application de ces amendements n'a pas eu d'impact sur les comptes du Groupe ; LVMH ne pratique en effet aucune réévaluation de ces actifs, leur valeur de marché étant proche de leur valeur historique (voir Note 1.13 des comptes consolidés au 31 décembre 2015).

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

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

Les effets de l'application, à partir du 1^{er} janvier 2018, de la norme IFRS 9 sur les instruments financiers, ainsi que ceux de l'application, à partir du 1^{er} janvier 2019, de la norme IFRS 16 relative aux contrats de location sont également en cours d'analyse.

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 des comptes consolidés au 31 décembre 2015 concernant le mode de comptabilisation de ces engagements par LVMH.

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

Le Groupe n'a réalisé aucune acquisition ou cession significative sur la période.

3. MARQUES, ENSEIGNES ET AUTRES IMMOBILISATIONS INCORPORELLES

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2016		31 déc. 2015	30 juin 2015
	Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net
Marques	10 764	(604)	10 160	10 239
Enseignes	3 962	(1 632)	2 330	2 315
Licences de distribution	97	(80)	17	18
Droits au bail	656	(334)	322	350
Logiciels, sites Internet	1 298	(988)	310	280
Autres	815	(435)	380	300
Total	17 592	(4 073)	13 519	13 502
<i>dont : immobilisations en location financement</i>	14	(14)	-	-

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

Valeur brute <i>(en millions d'euros)</i>	Marques	Enseignes	Logiciels, sites Internet	Droits au bail	Autres immobilisations incorporelles	Total
Au 31 décembre 2015	10 805	4 033	1 239	652	818	17 547
Acquisitions	-	-	33	3	149	185
Cessions, mises hors service	-	-	-	(1)	(17)	(18)
Effets des variations de périmètre	18	-	-	-	-	18
Effets des variations de change	(59)	(71)	(3)	(5)	1	(137)
Reclassements	-	-	29	7	(39)	(3)
Au 30 juin 2016	10 764	3 962	1 298	656	912	17 592

Amortissements et dépréciations <i>(en millions d'euros)</i>	Marques	Enseignes	Logiciels, sites Internet	Droits au bail	Autres immobilisations incorporelles	Total
Au 31 décembre 2015	(601)	(1 663)	(920)	(318)	(473)	(3 975)
Amortissements	(11)	-	(69)	(19)	(58)	(157)
Dépréciations	-	-	-	(1)	-	(1)
Cessions, mises hors service	-	-	-	1	17	18
Effets des variations de périmètre	-	-	-	-	-	-
Effets des variations de change	8	31	1	1	(3)	38
Reclassements	-	-	-	2	2	4
Au 30 juin 2016	(604)	(1 632)	(988)	(334)	(515)	(4 073)
Valeur nette au 30 juin 2016	10 160	2 330	310	322	397	13 519

4. ÉCARTS D'ACQUISITION

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2016			31 déc. 2015	30 juin 2015
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Écarts d'acquisition sur titres consolidés	7 976	(1 707)	6 269	6 223	6 232
Écarts d'acquisition sur engagements d'achat de titres de minoritaires	4 342	-	4 342	3 899	3 491
Total	12 318	(1 707)	10 611	10 122	9 723

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

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2016			31 déc. 2015	30 juin 2015
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Au 1^{er} janvier	11 843	(1 721)	10 122	8 810	8 810
Effets des variations de périmètre	67	-	67	111	2
Variation des engagements d'achat de titres de minoritaires	416	-	416	1 195	820
Variation des dépréciations	-	(8)	(8)	(116)	(36)
Effets des variations de change	(8)	22	14	122	127
À la clôture	12 318	(1 707)	10 611	10 122	9 723

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

5. ÉVALUATION DES ACTIFS INCORPORELS À DURÉE DE VIE INDÉFINIE

Les marques, enseignes et autres actifs incorporels à durée de vie indéfinie ainsi que les écarts d'acquisition ont fait l'objet d'un test annuel de perte de valeur au 31 décembre 2015. Il n'a pas été enregistré de dépréciation significative au cours du premier semestre 2016, aucun indice de perte de valeur n'ayant été identifié.

6. IMMOBILISATIONS CORPORELLES

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2016			31 déc. 2015	30 juin 2015
	Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net	Net
Terrains	1 332	(83)	1 249	1 236	1 231
Terres à vignes et vignobles	2 536	(100)	2 436	2 441	2 370
Constructions	3 243	(1 546)	1 697	1 685	1 590
Immeubles locatifs	618	(51)	567	562	564
Agencements, matériels et installations	9 783	(6 679)	3 104	3 176	3 121
Immobilisations en-cours	896	(4)	892	755	644
Autres immobilisations corporelles	1 762	(424)	1 338	1 302	1 177
Total	20 170	(8 887)	11 283	11 157	10 697
<i>dont : immobilisations en location financement coût historique des terres à vignes et vignobles</i>	<i>330</i>	<i>(196)</i>	<i>134</i>	<i>92</i>	<i>101</i>
	<i>739</i>	<i>(100)</i>	<i>639</i>	<i>642</i>	<i>634</i>

La variation des immobilisations corporelles au cours du semestre s'analyse de la façon suivante :

<i>Valeur brute (en millions d'euros)</i>	Terres à vignes et vignobles	Terrains et cons- tructions	Immeubles locatifs	Agencements, matériels et installations			Immobili- sations en-cours	Autres immobili- sations corporelles	Total
				Magasins	Production, logistique	Autres			
Au 31 décembre 2015	2 538	4 505	610	6 190	2 153	1 179	759	1 727	19 661
Acquisitions	-	82	-	169	38	26	365	82	762
Variation de la valeur de marché des terres à vignes	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cessions, mises hors service	-	(27)	(1)	(136)	(12)	(11)	(1)	(6)	(194)
Effets des variations de périmètre	-	42	-	1	(4)	(2)	-	-	37
Effets des variations de change	(3)	(40)	(3)	(23)	(13)	(6)	(4)	(4)	(96)
Autres mouvements, y compris transferts	1	13	12	227	36	(29)	(223)	(37)	-
Au 30 juin 2016	2 536	4 575	618	6 428	2 198	1 157	896	1 762	20 170

<i>Amortissements et dépréciations (en millions d'euros)</i>	Terres à vignes et vignobles	Terrains et cons- tructions	Immeubles locatifs	Agencements, matériels et installations			Immobili- sations en-cours	Autres immobili- sations corporelles	Total
				Magasins	Production, logistique	Autres			
Au 31 décembre 2015	(97)	(1 584)	(48)	(4 019)	(1 487)	(840)	(4)	(425)	(8 504)
Amortissements	(3)	(73)	(3)	(383)	(64)	(54)	-	(29)	(609)
Dépréciations	-	(1)	-	9	-	-	-	-	8
Cessions, mises hors service	-	27	1	136	11	11	-	6	192
Effets des variations de périmètre	-	(3)	-	(1)	2	1	-	-	(1)
Effets des variations de change	-	(5)	(1)	20	7	6	-	2	29
Autres mouvements, y compris transferts	-	10	-	(77)	1	42	-	22	(2)
Au 30 juin 2016	(100)	(1 629)	(51)	(4 315)	(1 530)	(834)	(4)	(424)	(8 887)
Valeur nette au 30 juin 2016	2 436	2 946	567	2 113	668	323	892	1 338	11 283

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

Les acquisitions d'immobilisations corporelles incluent principalement les investissements des marques du Groupe dans leurs réseaux de distribution, notamment ceux de DFS,

Sephora, Louis Vuitton, Bulgari et Parfums Christian Dior. Ils comprennent également les investissements liés au projet de La Samaritaine, ainsi que ceux des marques de champagne et de Hennessy dans leur outil de production.

7. PARTICIPATIONS MISES EN ÉQUIVALENCE

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2016				31 déc. 2015		30 juin 2015	
	Brut	Dépréciations	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 1^{er} janvier	729	-	729	353	519	351	519	351
Part dans le résultat de la période	4	-	4	2	(13)	(4)	(3)	3
Dividendes versés	(11)	-	(11)	-	(14)	(6)	(11)	(6)
Effets des variations de périmètre	27	-	27	-	212	-	-	-
Effets des souscriptions aux augmentations de capital	-	-	-	-	3	3	3	3
Effets des variations de change	(1)	-	(1)	(2)	5	4	5	4
Autres, y compris transferts	6	-	6	4	17	5	13	7
Part dans l'actif net des participations mises en équivalence à la clôture	754	-	754	357	729	353	526	362

8. INVESTISSEMENTS FINANCIERS

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2016			31 déc. 2015	30 juin 2015
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Total	848	(205)	643	574	622

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

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
Au 1^{er} janvier	574	580	580
Acquisitions	127	74	16
Cessions à valeur de vente	(16)	(68)	(39)
Variations de valeur de marché	(33)	(3)	41
Variation du montant des dépréciations	(5)	(22)	-
Effets des variations de périmètre	-	-	-
Effets des variations de change	(4)	31	24
Reclassements	-	(18)	-
À la clôture	643	574	622

Les acquisitions du premier semestre 2016 comprennent, à hauteur de 120 millions d'euros, l'effet de la souscription d'investissements financiers venant en couverture d'émissions obligataires convertibles dénouables en espèces réalisées sur la période. Voir Note 18.

9. AUTRES ACTIFS NON COURANTS

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
Dépôts de garantie	291	273	266
Instruments dérivés ^(a)	147	60	66
Créances et prêts	196	187	162
Autres	35	32	27
Total	669	552	521

(a) Voir Note 22.

10. STOCKS ET EN-COURS

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2016			31 déc. 2015	30 juin 2015
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Vins et eaux-de-vie en cours de vieillissement	4 269	(41)	4 228	4 213	4 089
Autres matières premières et en-cours	1 630	(346)	1 284	1 135	1 258
	5 899	(387)	5 512	5 348	5 347
Marchandises	1 856	(185)	1 671	1 572	1 560
Produits finis	4 305	(819)	3 486	3 176	3 474
	6 161	(1 004)	5 157	4 748	5 034
Total	12 060	(1 391)	10 669	10 096	10 381

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

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2016			31 déc. 2015	30 juin 2015
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Au 1^{er} janvier	11 426	(1 330)	10 096	9 475	9 475
Variation du stock brut	795	-	795	569	594
Effet de la provision pour retours	(7)	-	(7)	(2)	-
Effets de la mise à valeur de marché des vendanges	-	-	-	(16)	(1)
Variation de la provision pour dépréciation	-	(198)	(198)	(317)	(111)
Effets des variations de périmètre	-	-	-	6	4
Effets des variations de change	(19)	2	(17)	381	421
Autres, y compris reclassements	(135)	135	-	-	(1)
À la clôture	12 060	(1 391)	10 669	10 096	10 381

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

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
Mise à valeur de marché de la récolte de l'exercice	12	18	11
Effets des sorties de stocks	(12)	(34)	(12)
Incidence nette sur le coût des ventes de la période	-	(16)	(1)

11. CLIENTS

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
Créances à valeur nominale	2 423	2 820	2 361
Provision pour dépréciation	(68)	(64)	(67)
Provision pour retours et reprise de produits	(194)	(235)	(208)
Montant net	2 161	2 521	2 086

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

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2016			31 déc. 2015	30 juin 2015
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Au 1^{er} janvier	2 820	(299)	2 521	2 274	2 274
Variation des créances brutes	(392)	-	(392)	46	(310)
Variation de la provision pour dépréciation	-	-	-	-	-
Variation de la provision pour retours et reprises de produits	-	35	35	(20)	8
Effets des variations de périmètre	(3)	-	(3)	141	-
Effets des variations de change	(6)	2	(4)	88	118
Reclassements	4	-	4	(8)	(4)
À la clôture	2 423	(262)	2 161	2 521	2 086

Le solde clients est constitué essentiellement d'en-cours sur des clients grossistes ou des agents, en nombre limité et avec lesquels le Groupe entretient des relations le plus souvent continues. Au 30 juin 2016, 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 87 % de leur montant, contre 88 % au 31 décembre 2015 et 91 % au 30 juin 2015.

12. AUTRES ACTIFS COURANTS

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
Placements financiers ^(a)	351	385	257
Instruments dérivés ^(b)	294	297	394
Créances d'impôts et taxes, hors impôt sur les résultats	560	602	477
Fournisseurs : avances et acomptes	116	159	136
Charges constatées d'avance	412	357	377
Autres créances	495	555	449
Total	2 228	2 355	2 090

(a) Voir Note 13.

(b) Voir Note 22.

13. PLACEMENTS FINANCIERS

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
Valeurs mobilières de placement non cotées, parts de SICAV et de fonds non monétaires	151	151	-
Valeurs mobilières de placement cotées	200	234	257
Total	351	385	257
<i>dont : coût historique des placements financiers</i>	<i>429</i>	<i>393</i>	<i>272</i>

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

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
Au 1^{er} janvier	385	253	253
Acquisitions	157	377	256
Cessions à valeur de vente	(150)	(241)	(241)
Variations de valeur de marché	(41)	(29)	(18)
Variation du montant des dépréciations	-	7	7
Effets des variations de périmètre	-	-	-
Effets des variations de change	-	-	-
Reclassements	-	18	-
À la clôture	351	385	257

14. TRÉSORERIE ET VARIATIONS DE TRÉSORERIE

14.1. Trésorerie et équivalents de trésorerie

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
Dépôts à terme à moins de trois mois	471	808	516
Parts de SICAV et FCP monétaires	457	577	325
Comptes bancaires	1 954	2 209	1 715
Trésorerie et équivalents de trésorerie au bilan	2 882	3 594	2 556

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

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
Trésorerie et équivalents de trésorerie	2 882	3 594	2 556
Découverts bancaires	(118)	(204)	(323)
Trésorerie nette du tableau de variation de trésorerie	2 764	3 390	2 233

14.2. Variation du besoin en fonds de roulement

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

<i>(en millions d'euros)</i>	Notes	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
Variation des stocks et en-cours	10	(795)	(569)	(594)
Variation des créances clients et comptes rattachés ^(a)	11	376	(49)	295
Variation des dettes fournisseurs et comptes rattachés	21	(300)	93	(359)
Variation des autres créances et dettes		(392)	96	(364)
Variation du besoin en fonds de roulement^(b)		(1 111)	(429)	(1 022)

(a) Dont un effet négatif de 16 millions d'euros lié aux clients créditeurs [négatif de 3 millions d'euros au 31 décembre 2015 et de 15 millions d'euros au 30 juin 2015].

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

14.3. Investissements d'exploitation

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

<i>(en millions d'euros)</i>	Notes	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
Acquisitions d'immobilisations incorporelles	3	(185)	(316)	(105)
Acquisitions d'immobilisations corporelles ^(a)	6	(762)	(1 739)	(629)
Déduction des acquisitions en location financement		46	-	-
Variation des dettes envers les fournisseurs d'immobilisations		26	81	(68)
Effet sur la trésorerie des acquisitions d'immobilisations^(b)		(875)	(1 974)	(802)
Effet sur la trésorerie des cessions d'immobilisations^(b)		4	41	5
Dépôts de garantie versés et autres flux d'investissement d'exploitation		-	(22)	(19)
Investissements d'exploitation		(871)	(1 955)	(816)

(a) Y compris acquisitions en location-financement.

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

15. CAPITAUX PROPRES

15.1. Capital social et primes

Au 30 juin 2016, le capital social, entièrement libéré, est constitué de 507 668 999 actions (507 139 110 au 31 décembre 2015, 507 941 291 au 30 juin 2015), au nominal de 0,30 euro ; 229 631 995 actions bénéficient d'un droit de vote double, accordé aux actions détenues sous forme nominative depuis plus de trois ans (229 780 453 au 31 décembre 2015, 230 147 034 au 30 juin 2015).

Au cours du semestre, 688 700 actions ont été émises à la suite de levées d'options de souscription d'actions, représentant une augmentation de capital et primes d'émission de 48 millions d'euros, et 158 811 actions ont été annulées, représentant une réduction de capital et primes d'émission de 8 millions d'euros.

15.2. Actions LVMH

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

<i>(en nombre d'actions ou en millions d'euros)</i>	30 juin 2016		31 déc. 2015	30 juin 2015
	Nombre	Montant	Montant	Montant
Plans d'options de souscription	2 812 329	131	140	155
Plans d'attribution d'actions gratuites	1 226 845	95	86	81
Autres plans	-	-	-	5
Couverture des plans d'options et assimilés^(a)	4 039 174	226	226	241
Contrat de liquidité	120 000	17	14	13
Actions destinées à être annulées	209 815	28	-	95
Actions LVMH	4 368 989	271	240	349

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

Les « Autres plans » correspondent aux plans futurs.

Au 30 juin 2016, la valeur boursière des actions LVMH détenues dans le cadre du contrat de liquidité est de 16 millions d'euros.

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

<i>(en nombre d'actions ou en millions d'euros)</i>	Nombre	Montant	Effet sur la trésorerie
Au 31 décembre 2015	4 339 921	240	
Achats d'actions ^(a)	1 297 315	184	(184)
Attribution définitive d'actions gratuites	(196 936)	(12)	-
Annulation d'actions	(158 811)	(8)	-
Cessions à valeur de vente ^(a)	(912 500)	(133)	133
Plus value/(moins value) de cession	-	-	-
Au 30 juin 2016	4 368 989	271	(51)

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

15.3. Dividendes versés par la société mère LVMH SE

<i>(en millions d'euros, sauf données par action, en euros)</i>	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
Acompte au titre de l'exercice en cours (2015 : 1,35 euro)	-	685	-
Effet des actions auto-détenues	-	(6)	-
Montant brut versé au titre de l'exercice	-	679	-
Solde au titre de l'exercice précédent (2015 : 2,20 euros ; 2014 : 1,95 euro)	1 115	998	990
Effet des actions auto-détenues	(9)	(18)	(10)
Montant brut versé au titre de l'exercice précédent	1 106	980	980
Montant brut total versé au cours de la période^(a)	1 106	1 659	980

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

Le solde du dividende pour l'exercice 2015 a été mis en distribution le 21 avril 2016, conformément aux résolutions de l'Assemblée générale du 14 avril 2016.

Le Conseil d'administration du 26 juillet 2016 a approuvé la mise en paiement, le 1^{er} décembre 2016, d'un acompte sur dividendes au titre de l'exercice 2016 de 1,40 euro par action.

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'analyse par devise de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2016	Variation	31 déc. 2015	30 juin 2015
Dollar US	421	(65)	486	400
Franc suisse	727	(6)	733	842
Yen japonais	114	35	79	67
Hong Kong dollar	425	(29)	454	404
Livre sterling	(61)	(97)	36	70
Autres devises	(121)	12	(133)	(37)
Couvertures d'actifs nets en devises	(500)	18	(518)	(506)
Total, part du Groupe	1 005	(132)	1 137	1 240

16. PLANS D'OPTIONS ET ASSIMILÉS

16.1. Plans d'options de souscription

	30 juin 2016		31 déc. 2015		30 juin 2015	
	Nombre	Prix d'exercice moyen pondéré <i>(en euros)</i>	Nombre	Prix d'exercice moyen pondéré <i>(en euros)</i>	Nombre	Prix d'exercice moyen pondéré <i>(en euros)</i>
Options de souscription restant à exercer au 1^{er} janvier	2 821 150	66,79	3 384 313	66,15	3 384 313	66,15
Options devenues caduques	(9 794)	70,87	(11 026)	55,46	(9 219)	55,45
Options exercées	(688 700)	70,54	(552 137)	63,06	(271 426)	56,75
Options de souscription restant à exercer à la clôture	2 122 656	65,56	2 821 150	66,79	3 103 668	67,00

16.2. Plans d'attribution d'actions gratuites

<i>(en nombre d'actions)</i>	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
Attributions provisoires au 1^{er} janvier	1 456 068	1 492 627	1 492 627
Attributions provisoires de la période	-	388 794	73 262
Attributions devenues définitives	(196 936)	(386 709)	(385 786)
Attributions devenues caduques	(27 094)	(38 644)	(25 356)
Attributions provisoires à la clôture	1 232 038	1 456 068	1 154 747

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

16.3. Charge de la période

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
Charge de la période au titre des plans d'options de souscription et d'attribution d'actions gratuites	21	37	19

Aucun nouveau plan d'options et assimilés n'a été mis en place au cours du premier semestre 2016.

17. INTÉRÊTS MINORITAIRES

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
Au 1^{er} janvier	1 460	1 240	1 240
Part des minoritaires dans le résultat	152	428	172
Dividendes versés aux minoritaires	(222)	(229)	(198)
Effets des prises et pertes de contrôle dans les entités consolidées	20	1	-
Effets des acquisitions et cessions de titres de minoritaires	(1)	(3)	(1)
Total des effets des variations de pourcentage d'intérêt dans les entités consolidées	19	(2)	(1)
Augmentations de capital souscrites par les minoritaires	6	89	3
Part des minoritaires dans les gains et pertes enregistrés en capitaux propres	(28)	130	85
Part des minoritaires dans les charges liées aux plans d'options	1	2	1
Effets des variations des intérêts minoritaires bénéficiant d'engagements d'achat	23	(198)	11
À la clôture	1 411	1 460	1 313

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

<i>(en millions d'euros)</i>	Écarts de conversion	Couverture de flux de trésorerie futurs en devises	Terres à vignes	Écarts de réévaluation des avantages au personnel	Total part des minoritaires
Au 31 décembre 2015	180	(1)	223	(21)	381
Variations de la période	(24)	2	-	(6)	(28)
Au 30 juin 2016	156	1	223	(27)	353

18. EMPRUNTS ET DETTES FINANCIÈRES

18.1. Dette financière nette

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
Emprunts obligataires et Euro Medium Term Notes (EMTN)	3 877	4 202	4 894
Emprunts bancaires et location financement	288	309	307
Dette financière à plus d'un an	4 165	4 511	5 201
Emprunts obligataires et Euro Medium Term Notes (EMTN)	1 636	710	-
Billets de trésorerie	2 202	2 281	2 432
Découverts bancaires	118	205	323
Autres dettes financières à moins d'un an	623	573	940
Dette financière à moins d'un an	4 579	3 769	3 695
Dette financière brute	8 744	8 280	8 896
Instrument dérivé lié au risque de taux d'intérêt	(86)	(66)	(49)
Dette financière brute après effet des instruments dérivés	8 658	8 214	8 847
Placements financiers ^(a)	(351)	(385)	(257)
Investissements financiers en couverture de dettes financières ^(b)	(122)	-	-
Trésorerie et équivalents de trésorerie ^(c)	(2 882)	(3 594)	(2 556)
Dette financière nette	5 303	4 235	6 034

(a) Voir Note 13.

(b) Voir Note 8.

(c) Voir Note 14.1.

LVMH a procédé, en février 2016, à une émission d'obligations convertibles à cinq ans dont le dénouement s'effectue exclusivement en espèces, pour un montant nominal de 600 millions de dollars US ; cette émission a été abondée en avril 2016 pour un montant de 150 millions de dollars US. Émises respectivement à 103,00 % et 104,27 % de leur valeur nominale, ces obligations sont remboursables au pair (en l'absence de conversion) et ne portent pas intérêt.

Parallèlement à ces émissions, LVMH a souscrit à des instruments financiers de même maturité lui permettant de couvrir intégralement son exposition à l'évolution, positive ou négative, du cours de l'action. L'ensemble de ces opérations, qui ont été swappées en euros, procure ainsi au Groupe l'équivalent d'un financement obligataire classique en euros à un coût avantageux.

Conformément aux principes comptables applicables, les composantes optionnelles des obligations convertibles et des instruments financiers souscrits en couverture sont enregistrées au niveau du poste « Instruments dérivés » (voir Note 22), les instruments financiers de couverture hors composante optionnelle étant inscrits en « Investissements financiers » (voir Note 8). Compte tenu de leur lien avec les obligations émises, les instruments financiers de couverture (hors composante optionnelle) sont présentés en déduction de la dette financière brute dans le calcul de la dette financière nette et leur incidence sur la trésorerie est présentée au niveau du poste « Opérations de financement » du Tableau de variation de trésorerie.

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

	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
<i>(en millions d'euros)</i>									
Échéance : au 30 juin 2017	3 721	859	4 580	(925)	916	(9)	2 796	1 775	4 571
au 30 juin 2018	1 011	33	1 044	(475)	466	(9)	536	499	1 035
au 30 juin 2019	31	299	330	-	-	-	31	299	330
au 30 juin 2020	727	-	727	(349)	331	(18)	378	331	709
au 30 juin 2021	1 268	-	1 268	(400)	384	(16)	868	384	1 252
au 30 juin 2022	692	-	692	(650)	616	(34)	42	616	658
Au-delà	103	-	103	-	-	-	103	-	103
Total	7 553	1 191	8 744	(2 799)	2 713	(86)	4 754	3 904	8 658

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

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

	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
<i>(en millions d'euros)</i>			
Euro	6 628	6 302	6 743
Dollar US	570	366	157
Franc suisse	908	909	944
Yen japonais	227	228	220
Autres devises	325	409	783
Total	8 658	8 214	8 847

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

19. PROVISIONS

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés	726	632	672
Provisions pour risques et charges	1 245	1 297	1 634
Provisions pour réorganisation	25	21	48
Part à plus d'un an	1 996	1 950	2 354
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés	3	4	3
Provisions pour risques et charges	324	353	302
Provisions pour réorganisation	26	64	15
Part à moins d'un an	353	421	320
Total	2 349	2 371	2 674

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

<i>(en millions d'euros)</i>	31 déc. 2015	Dotations	Utilisations	Reprises	Variations de périmètre	Autres ^(a)	30 juin 2016
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés ^(b)	636	48	(31)	-	-	76	729
Provisions pour risques et charges	1 650	65	(139)	(20)	-	13	1 569
Provisions pour réorganisation	85	4	(35)	(3)	2	(2)	51
Total	2 371	117	(205)	(23)	2	87	2 349
<i>dont : résultat opérationnel courant</i>		110	(96)	(20)			
<i>résultat financier</i>		-	(1)	-			
<i>autres</i>		7	(108)	(3)			

(a) Inclut les effets des variations de change et des écarts de réévaluation.

(b) Suite à la baisse des taux d'intérêt au 30 juin 2016, les taux d'actualisation utilisés pour la valorisation des provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés ont été réduits de 0,5 % au 30 juin 2016.

20. AUTRES PASSIFS NON COURANTS

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
Engagements d'achat de titres de minoritaires	7 871	7 421	6 823
Instruments dérivés ^(a)	68	2	12
Participation du personnel aux résultats	77	93	79
Autres dettes	454	441	346
Total	8 470	7 957	7 260

(a) Voir Note 22.

Au 30 juin 2016, 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 %), Fresh (20 %), Ile de Beauté (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 périodes présentées provient des éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
Au 1^{er} janvier	3 960	3 606	3 606
Variation des fournisseurs et comptes rattachés	(300)	93	(359)
Variation des clients créditeurs	(16)	(3)	(15)
Effets des variations de périmètre	(5)	129	-
Effets des variations de change	(22)	133	150
Reclassements	(10)	2	(8)
À la clôture	3 607	3 960	3 374

21.2. Autres passifs courants

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
Instruments dérivés ^[a]	201	185	274
Personnel et organismes sociaux	1 064	1 260	1 022
Participation du personnel aux résultats	57	98	56
État et collectivités locales : impôts et taxes, hors impôt sur les résultats	404	553	373
Clients : avances et acomptes versés	212	205	148
Différé de règlement d'immobilisations corporelles ou financières	481	504	371
Produits constatés d'avance	205	208	221
Autres dettes	878	896	762
Total	3 502	3 909	3 227

[a] Voir Note 22.

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 :

<i>(en millions d'euros)</i>		Notes	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
Risque de taux d'intérêt	Actifs : non courants		75	57	45
	courants		22	14	16
	Passifs : non courants		-	-	(1)
	courants		(11)	(5)	(11)
		22.3	86	66	49
Risque de change	Actifs : non courants		45	3	21
	courants		266	283	378
	Passifs : non courants		(40)	(2)	(11)
	courants		(190)	(178)	(262)
		22.4	81	106	126
Autres risques	Actifs : non courants		27	-	-
	courants		6	-	-
	Passifs : non courants		(28)	-	-
	courants		-	(2)	(1)
			5	(2)	(1)
Total	Actifs : non courants	9	147	60	66
	courants	12	294	297	394
	Passifs : non courants	20	(68)	(2)	(12)
	courants	21	(201)	(185)	(274)
			172	170	174

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

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

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

Les instruments dérivés liés à la gestion du risque de taux en vie au 30 juin 2016 sont les suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	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	931	1 878	-	2 808	92	-	92
Swaps de devises	1 017	562	-	1 579	(6)	-	(6)
Autres dérivés de taux	575	276	-	851	-	-	-
Total					86	-	86

(a) Gain/(Perte).

(b) Voir Note 1.9 des comptes consolidés au 31 décembre 2015 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 30 juin 2016 sont les suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	Montants nominaux par exercice d'affectation				Valeur de marché ^{(a)(b)}				
	2016	2017	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	40	-	-	40	-	-	-	-	-
Put JPY	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Put GBP	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Autres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	40	-	-	40	-	-	-	-	-
Tunnels									
Vendeur USD	2 385	2 509	-	4 894	8	87	-	1	96
Vendeur JPY	569	734	-	1 303	(5)	(29)	-	(2)	(36)
Vendeur autres	161	-	-	161	7	11	-	2	20
	3 115	3 243	-	6 358	10	69	-	1	80
Contrats à terme^(c)									
USD	(11)	(2)	-	(13)	-	-	-	-	-
CHF	(74)	-	-	(74)	1	-	-	-	1
GBP	23	-	-	23	3	1	-	-	4
Autres	105	-	-	105	(1)	-	-	(1)	(2)
	43	(2)	-	41	3	1	-	(1)	3
Swaps cambistes^(c)									
USD	2 451	-	-	2 451	99	-	(23)	7	83
CHF	474	-	-	474	-	-	(33)	-	(33)
GBP	189	-	-	189	4	-	-	1	5
JPY	495	-	-	495	(31)	-	(3)	-	(34)
HKD	112	-	-	112	-	-	(3)	-	(3)
Autres	656	22	30	708	(20)	-	-	-	(20)
	4 377	22	30	4 429	52	-	(62)	8	(2)
Total					65	70	(62)	8	81

(a) Gain/(Perte).

(b) Voir Note 1.9 des comptes consolidés au 31 décembre 2015 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, de couvrir les plans de rémunérations liées au cours de l'action LVMH, ou de couvrir certains risques liés à l'évolution du 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 30 juin 2016 ont une valeur de marché de 6 millions d'euros. D'un montant nominal de 103 millions d'euros, ces instruments financiers auraient, en cas de variation uniforme de 1 % des cours de leurs sous-jacents au 30 juin 2016, un effet net sur les réserves consolidées du Groupe inférieur à 1 million d'euros. Ces instruments sont à échéance 2016 et 2017.

23. INFORMATION SECTORIELLE

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

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

23.1. Informations par groupe d'activités

Premier semestre 2016

<i>(en millions d'euros)</i>	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres et Holdings	Éliminations et non affecté ^(a)	Total
Ventes hors Groupe	2 041	5 865	1 926	1 582	5 467	307	-	17 188
Ventes intra-Groupe	15	20	411	27	13	8	(494)	-
Total des ventes	2 056	5 885	2 337	1 609	5 480	315	(494)	17 188
Résultat opérationnel courant	565	1 630	272	205	410	(96)	(27)	2 959
Autres produits et charges opérationnels	(43)	(15)	(2)	-	-	20	-	(40)
Charges d'amortissement	(71)	(297)	(97)	(99)	(180)	(22)	-	(766)
Charges de dépréciation	-	-	-	-	1	(2)	-	(1)
Immo. incorporelles et écarts d'acquisition ^(b)	5 335	7 151	1 297	5 860	3 470	1 017	-	24 130
Immobilisations corporelles	2 494	2 059	530	495	1 631	4 080	(6)	11 283
Stocks	4 980	1 618	580	1 526	2 021	196	(252)	10 669
Autres actifs opérationnels	1 086	839	783	706	740	1 133	6 454 ^(c)	11 741
Total actif	13 895	11 667	3 190	8 587	7 862	6 426	6 196	57 823
Capitaux propres	-	-	-	-	-	-	26 073	26 073
Passifs	1 276	2 337	1 331	895	2 200	1 178	22 533 ^(d)	31 750
Total passif et capitaux propres	1 276	2 337	1 331	895	2 200	1 178	48 606	57 823
Investissements d'exploitation ^(e)	(91)	(200)	(110)	(95)	(235)	(145)	5	(871)

Exercice 2015

<i>(en millions d'euros)</i>	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres et Holdings	Éliminations et non affecté ^(a)	Total
Ventes hors Groupe	4 575	12 333	3 907	3 250	11 166	433	-	35 664
Ventes intra-Groupe	28	36	764	58	27	15	(928)	-
Total des ventes	4 603	12 369	4 671	3 308	11 193	448	(928)	35 664
Résultat opérationnel courant	1 363	3 505	524	432	940	(154)	(5)	6 605
Autres produits et charges opérationnels	(15)	(154)	(4)	(31)	(7)	(10)	-	(221)
Charges d'amortissement	(132)	(641)	(184)	(199)	(365)	(42)	-	(1 563)
Charges de dépréciation	(15)	(96)	(1)	-	(5)	(19)	-	(136)
Immo. incorporelles et écarts d'acquisition ^(b)	4 900	7 207	1 283	5 850	3 508	946	-	23 694
Immobilisations corporelles	2 484	2 125	528	501	1 547	3 972	-	11 157
Stocks	4 795	1 566	502	1 361	1 873	230	(231)	10 096
Autres actifs opérationnels	1 392	874	812	731	755	920	7 170 ^(c)	12 654
Total actif	13 571	11 772	3 125	8 443	7 683	6 068	6 939	57 601
Capitaux propres	-	-	-	-	-	-	25 799	25 799
Passifs	1 426	2 451	1 440	922	2 408	1 131	22 024 ^(d)	31 802
Total passif et capitaux propres	1 426	2 451	1 440	922	2 408	1 131	47 823	57 601
Investissements d'exploitation ^(e)	(233)	(553)	(233)	(204)	(395)	(337)	-	(1 955)

Premier semestre 2015

<i>(en millions d'euros)</i>	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres et Holdings	Éliminations et non affecté ^(a)	Total
Ventes hors Groupe	1 917	5 914	1 855	1 524	5 261	236	-	16 707
Ventes intra-Groupe	13	19	373	28	14	7	(454)	-
Total des ventes	1 930	5 933	2 228	1 552	5 275	243	(454)	16 707
Résultat opérationnel courant	482	1 661	249	205	433	(69)	(6)	2 955
Autres produits et charges opérationnels	(6)	(46)	1	1	(3)	(11)	-	(64)
Charges d'amortissement	(63)	(302)	(85)	(90)	(174)	(19)	-	(733)
Charges de dépréciation	-	(25)	(1)	-	(2)	(11)	-	(39)
Immo. incorporelles et écarts d'acquisition ^(b)	4 615	7 270	1 227	5 914	3 339	860	-	23 225
Immobilisations corporelles	2 387	2 186	499	461	1 439	3 725	-	10 697
Stocks	4 814	1 695	490	1 500	1 882	234	(234)	10 381
Autres actifs opérationnels	1 133	895	749	693	670	505	6 133 ^(c)	10 778
Total actif	12 949	12 046	2 965	8 568	7 330	5 324	5 899	55 081
Capitaux propres	-	-	-	-	-	-	24 445	24 445
Passifs	1 189	2 338	1 264	792	1 974	860	22 219 ^(d)	30 636
Total passif et capitaux propres	1 189	2 338	1 264	792	1 974	860	46 664	55 081
Investissements d'exploitation ^(e)	(87)	(280)	(103)	(102)	(138)	(106)	-	(816)

(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 courant et différé.

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

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

À compter de 2016, l'activité de Kendo, antérieurement présentée dans le groupe d'activités Distribution sélective, est présentée dans le groupe d'activité Parfums et Cosmétiques ; les données comparatives ont été retraitées afin de refléter ce changement, dont l'effet est non significatif.

23.2. Informations par zone géographique

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

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
France	1 693	3 552	1 640
Europe (hors France)	2 994	6 408	2 827
États-Unis	4 483	9 345	4 051
Japon	1 259	2 487	1 164
Asie (hors Japon)	4 738	9 636	4 869
Autres pays	2 021	4 236	2 156
Ventes	17 188	35 664	16 707

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

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
France	361	633	274
Europe (hors France)	153	385	164
États-Unis	150	336	133
Japon	23	66	39
Asie (hors Japon)	140	411	154
Autres pays	44	124	52
Investissements d'exploitation	871	1 955	816

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

23.3. Informations trimestrielles

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

<i>(en millions d'euros)</i>	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres et Holdings	Éliminations	Total
Premier trimestre	1 033	2 965	1 213	774	2 747	154	(266)	8 620
Deuxième trimestre	1 023	2 920	1 124	835	2 733	161	(228)	8 568
Total premier semestre 2016	2 056	5 885	2 337	1 609	5 480	315	(494)	17 188

<i>(en millions d'euros)</i>	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres et Holdings	Éliminations	Total
Premier trimestre	992	2 975	1 129	723	2 648	90	(234)	8 323
Deuxième trimestre	938	2 958	1 099	829	2 627	153	(220)	8 384
Total premier semestre 2015	1 930	5 933	2 228	1 552	5 275	243	(454)	16 707
Troisième trimestre	1 199	2 939	1 143	852	2 603	83	(238)	8 581
Quatrième trimestre	1 474	3 497	1 300	904	3 315	122	(236)	10 376
Total deuxième semestre 2015	2 673	6 436	2 443	1 756	5 918	205	(474)	18 957
Total 2015	4 603	12 369	4 671	3 308	11 193	448	(928)	35 664

24. CHARGES PAR NATURE

Le résultat opérationnel courant inclut notamment les charges suivantes :

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
Frais de publicité et de promotion	2 000	4 017	1 871
Loyers commerciaux	1 683	3 388	1 649
Charges de personnel	3 226	6 249	3 079
Dépenses de recherche et développement	51	97	42

25. AUTRES PRODUITS ET CHARGES OPÉRATIONNELS

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
Résultat de cessions	(17)	1	(1)
Réorganisations	-	(98)	(30)
Frais liés aux acquisitions de sociétés consolidées	-	(2)	-
Dépréciation ou amortissement des marques, enseignes, écarts d'acquisition et autres actifs immobilisés	(19)	(136)	(46)
Autres, nets	(4)	14	13
Autres produits et charges opérationnels	(40)	(221)	(64)

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

26. RÉSULTAT FINANCIER

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
Coût de la dette financière brute	(38)	(111)	(63)
Produits de la trésorerie et des placements financiers	11	33	16
Effets des réévaluations de la dette financière et instruments de taux	(6)	-	(5)
Coût de la dette financière nette	(33)	(78)	(52)
Dividendes reçus au titre des investissements financiers	2	4	4
Part inefficace des dérivés de change	(132)	(437)	(296)
Résultat relatif aux investissements, placements et autres instruments financiers	13	129	99
Autres, nets	(16)	(32)	(14)
Autres produits et charges financiers	(133)	(336)	(207)
Résultat financier	(166)	(414)	(259)

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

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
Part inefficace des dérivés de change commerciaux	(85)	(378)	(281)
Part inefficace des dérivés de change relatifs aux actifs nets en devises	(9)	(2)	3
Part inefficace des autres dérivés de change	(38)	(57)	(18)
Part inefficace des dérivés de change	(132)	(437)	(296)

27. IMPÔTS SUR LES RÉSULTATS

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
Impôt courant de l'exercice	(981)	(2 245)	(996)
Impôt courant relatif aux exercices antérieurs	(13)	32	19
Impôt courant	(994)	(2 213)	(977)
Variation des impôts différés	109	137	94
Effet des changements de taux d'impôt sur les impôts différés	(5)	107	3
Impôts différés	104	244	97
Charge totale d'impôt au compte de résultat	(890)	(1 969)	(880)
Impôts sur éléments comptabilisés en capitaux propres	16	121	150

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

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
Résultat avant impôt	2 753	5 970	2 632
Charge totale d'impôt	(890)	(1 969)	(880)
Taux d'imposition effectif	32,3%	33,0%	33,4%

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

Celui-ci tient compte des différences entre les taux d'imposition français et étrangers, qui diminuent le taux d'imposition effectif de 6 points par rapport au taux d'impôt applicable en France au 30 juin 2016.

28. RÉSULTAT PAR ACTION

	30 juin 2016	31 déc. 2015	30 juin 2015
Résultat net, part du Groupe <i>(en millions d'euros)</i>	1 711	3 573	1 580
Nombre moyen d'actions en circulation sur l'exercice	507 291 402	507 543 064	507 824 670
Nombre moyen d'actions auto-détenues sur l'exercice	(4 335 007)	(5 147 573)	(5 618 375)
Nombre moyen d'actions pris en compte pour le calcul avant dilution	502 956 395	502 395 491	502 206 295
Résultat par action <i>(en euros)</i>	3,40	7,11	3,15
Nombre moyen d'actions en circulation pris en compte ci-dessus	502 956 395	502 395 491	502 206 295
Effet de dilution des plans d'options	1 936 574	2 499 455	2 521 334
Autres effets de dilution	-	-	-
Nombre moyen d'actions pris en compte pour le calcul après effets dilutifs	504 892 969	504 894 946	504 727 629
Résultat par action après dilution <i>(en euros)</i>	3,39	7,08	3,13

29. ENGAGEMENTS HORS BILAN

Les engagements hors bilan du Groupe, qui s'élevaient à 13,1 milliards d'euros au 31 décembre 2015, ont progressé de 0,2 milliards d'euros au cours du semestre 2016 essentiellement au titre des engagements d'achats d'eaux-de-vie.

30. FAITS EXCEPTIONNELS ET LITIGES

Aucun événement significatif n'est survenu au cours du semestre concernant les fait exceptionnels et litiges.

31. ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE

Le 22 juillet 2016, LVMH et G-III Apparel Group, Ltd ont signé un accord portant sur l'acquisition par G-III auprès de LVMH de la société Donna Karan International. Cette opération, qui devrait être menée à bien fin 2016 ou début 2017, est réalisée sur la base d'une valeur d'entreprise de 650 millions de dollars US, sous réserve des ajustements habituels.

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES CONSOLIDÉS

Aux Actionnaires,

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

- L'examen limité des comptes semestriels consolidés résumés de la société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton, relatifs à la période du 1^{er} janvier au 30 juin 2016, tels qu'ils sont joints au présent rapport ;
- La vérification des informations données dans le rapport semestriel d'activité.

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

I. Conclusion sur les comptes

Nous avons effectué notre examen limité selon les normes d'exercice professionnel applicables en France.

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

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

II. Vérification spécifique

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

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

Fait à Paris-La Défense, le 26 juillet 2016

Les Commissaires aux comptes

Ernst & Young Audit

Mazars

Jeanne Boillet

Benoit Schumacher

Simon Beillevaire

Loïc Wallaert

DÉCLARATION DU RESPONSABLE DU RAPPORT FINANCIER SEMESTRIEL

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

Paris, le 26 juillet 2016

Par délégation du Président-directeur général

Jean-Jacques GUIONY

Directeur financier, Membre du Comité exécutif

L V M H

MOËT HENNESSY ♦ LOUIS VUITTON

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