

LVMH

MOËT HENNESSY ♦ LOUIS VUITTON

30 JUIN 2011

RAPPORT FINANCIER SEMESTRIEL

SOMMAIRE GÉNÉRAL

ORGANES DE DIRECTION ET DE CONTRÔLE	1
CHIFFRES CLÉS	2
LE GROUPE LVMH	5
RAPPORT SEMESTRIEL D'ACTIVITÉ	5
COMPTES CONSOLIDÉS RÉSUMÉS	17
RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES	47
LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY • LOUIS VUITTON SA	49
DONNÉES COMPTABLES SIMPLIFIÉES	49
DÉCLARATION DU RESPONSABLE DU RAPPORT FINANCIER SEMESTRIEL	51

ORGANES DE DIRECTION ET DE CONTRÔLE

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Bernard Arnault
Président-Directeur Général

Antoine Bernheim ^{(1) (2) (3)}
Vice-Président

Pierre Godé
Vice-Président

Antonio Belloni
Directeur Général délégué

Antoine Arnault
Delphine Arnault

Nicolas Bazire

Bernadette Chirac ⁽¹⁾

Nicholas Clive Worms ^{(1) (2)}

Charles de Croisset ^{(1) (3)}

Diego Della Valle ⁽¹⁾

Albert Frère ⁽³⁾

Gilles Hennessy ⁽²⁾

Marie-Josée Kravis ⁽¹⁾

Lord Powell of Bayswater

Yves-Thibault de Silguy ⁽¹⁾

Francesco Trapani

Hubert Védrine ⁽¹⁾

Censeurs

Paolo Bulgari

Patrick Houël

Felix G. Rohatyn

COMMISSAIRES AUX COMPTES

ERNST & YOUNG et Autres
représenté par Olivier Breillot et Gilles Cohen

DELOITTE & ASSOCIÉS
représenté par Thierry Benoit

COMITÉ EXÉCUTIF

Bernard Arnault
Président-Directeur Général

Antonio Belloni
Directeur Général délégué

Pierre Godé
Vice-Président

Nicolas Bazire
Développement et Acquisitions

Ed Brennan
Travel retail

Yves Carcelle
Mode et Maroquinerie

Chantal Gaemperle
Ressources Humaines, Synergies

Jean-Jacques Guiony
Finances

Christopher de Lapuente
Sephora

Christophe Navarre
Vins et Spiritueux

Patrick Quart
Conseiller du Président

Philippe Pascal
Conseiller du Président

Daniel Piette
Fonds d'investissement

Pierre-Yves Roussel
Mode

Francesco Trapani
Montres et Joaillerie

Mark Weber
Donna Karan, LVMH Inc.

Secrétariat général

Marc-Antoine Jamet

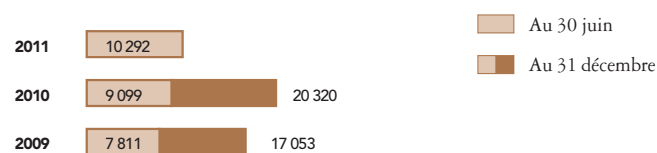
(1) Personnalité indépendante.

(2) Membre du Comité d'Audit de la Performance.

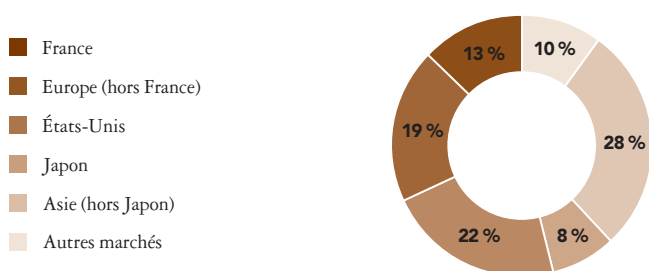
(3) Membre du Comité de Sélection des Administrateurs et des Rémunérations.

CHIFFRES CLÉS

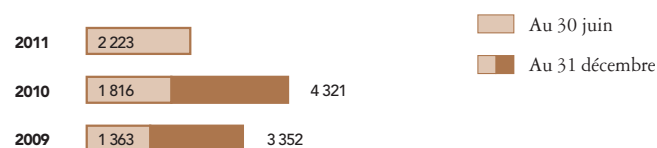
Ventes (en millions d'euros)



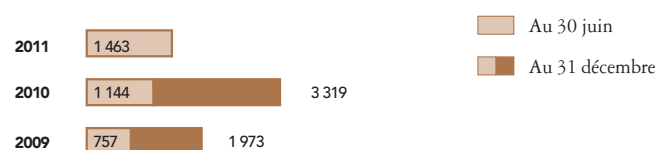
Ventes par zone géographique de destination au 30 juin 2011 (en pourcentage)



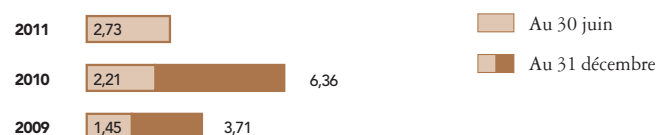
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)



Résultat net (en millions d'euros)



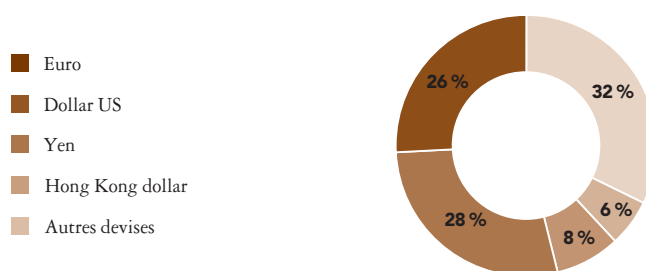
Résultat net, part du Groupe par action (avant dilution) (en euros)



Ventes par groupe d'activités

(en millions d'euros)	30 juin 2011	31 déc. 2010	30 juin 2010
Vins et Spiritueux	1 435	3 261	1 302
Mode et Maroquinerie	3 971	7 581	3 516
Parfums et Cosmétiques	1 518	3 076	1 441
Montres et Joaillerie	576	985	443
Distribution sélective	2 831	5 378	2 419
Autres activités et éliminations	(39)	39	(22)
Total	10 292	20 320	9 099

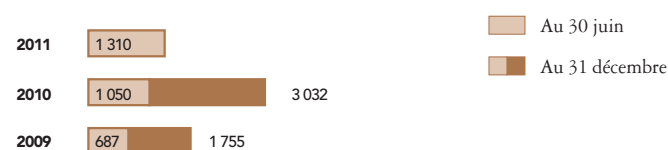
Ventes par devise de facturation au 30 juin 2011 (en pourcentage)



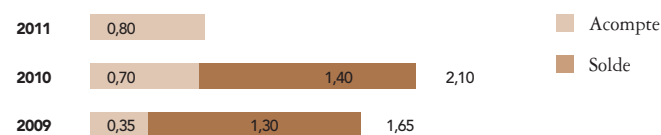
Résultat opérationnel courant par groupe d'activités

(en millions d'euros)	30 juin 2011	31 déc. 2010	30 juin 2010
Vins et Spiritueux	413	930	326
Mode et Maroquinerie	1 381	2 555	1 179
Parfums et Cosmétiques	181	332	181
Montres et Joaillerie	85	128	49
Distribution sélective	287	536	176
Autres activités et éliminations	(124)	(160)	(95)
Total	2 223	4 321	1 816

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

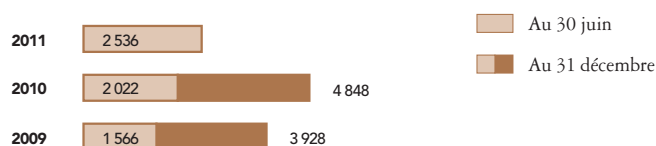


Dividende par action ⁽¹⁾ (en euros)



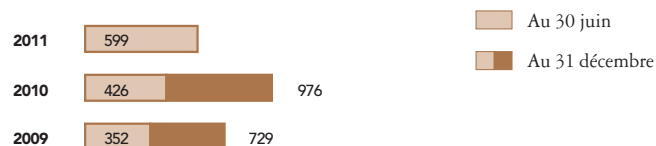
(1) Montant brut global versé au titre de l'exercice, avant effets de la réglementation fiscale applicable au bénéficiaire.

Capacité d'autofinancement générée par l'activité ⁽¹⁾ (en millions d'euros)

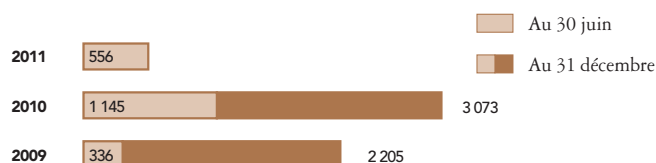


(1) Avant paiement de l'impôt et des frais financiers.

Investissements d'exploitation (en millions d'euros)



Cash flow disponible ⁽¹⁾ (en millions d'euros)



(1) Variation de la trésorerie issue des opérations et investissements d'exploitation.

Réseau de magasins par région au 30 juin 2011

France	371
Europe (hors France)	794
États-Unis	583
Japon	312
Asie (hors Japon)	518
Autres marchés	151
Nombre de magasins	2 729

Dette financière nette ⁽¹⁾ (en millions d'euros)



(1) La dette financière nette exclut les engagements d'achat de titres de minoritaires, classés en Autres passifs non courants, ainsi que l'engagement résultant de l'offre publique d'achat des minoritaires de Bulgari, classé en Autres passifs courants. Voir analyse en Note 16.1 de l'annexe aux comptes consolidés résumés.

Capitaux propres ⁽¹⁾ (en millions d'euros) Ratio Dette financière nette / Capitaux propres (en pourcentage)



(1) Y compris intérêts minoritaires.

Répartition du capital et des droits de vote au 30 juin 2011

	Nombre d'actions	Nombre de droits de vote ⁽¹⁾	% du capital	% des droits de vote
Groupe Arnault	233 759 436	448 392 626	46,05	62,02
Autres	273 910 429	274 575 147	53,95	37,98
Total	507 669 865	722 967 773	100,00	100,00

(1) Nombre total de droits de vote exerçables en Assemblée Générale.

LE GROUPE LVMH

RAPPORT SEMESTRIEL D'ACTIVITÉ

	<i>Page</i>
COMMENTAIRES SUR L'ACTIVITÉ	6
COMMENTAIRES SUR LE BILAN CONSOLIDÉ	14
COMMENTAIRES SUR LA VARIATION DE LA TRÉSORERIE CONSOLIDÉE	15

COMMENTAIRES SUR L'ACTIVITÉ

1. COMMENTAIRES SUR LE COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

Ventes par groupe d'activités

(en millions d'euros)	30 juin 2011	31 déc. 2010	30 juin 2010
Vins et Spiritueux	1 435	3 261	1 302
Mode et Maroquinerie	3 971	7 581	3 516
Parfums et Cosmétiques	1 518	3 076	1 441
Montres et Joaillerie	576	985	443
Distribution sélective	2 831	5 378	2 419
Autres activités et éliminations	(39)	39	(22)
Total	10 292	20 320	9 099

Résultat opérationnel courant par groupe d'activités

(en millions d'euros)	30 juin 2011	31 déc. 2010	30 juin 2010
Vins et Spiritueux	413	930	326
Mode et Maroquinerie	1 381	2 555	1 179
Parfums et Cosmétiques	181	332	181
Montres et Joaillerie	85	128	49
Distribution sélective	287	536	176
Autres activités et éliminations	(124)	(160)	(95)
Total	2 223	4 321	1 816

Ventes et résultat opérationnel courant à taux de change et périmètre constants

(en millions d'euros)	Ventes	Résultat opérationnel courant
Premier semestre 2010	9 099	1 816
Croissance organique	1 358	428
Effets de l'évolution des parités monétaires sur les comptes des entités en devises ⁽¹⁾	(127)	(20)
Effets des variations de périmètre ⁽¹⁾	(38)	(1)
Premier semestre 2011	10 292	2 223

(1) Les principes de détermination des effets de l'évolution des parités monétaires et des variations de périmètre sont décrits en page 8.

Au 30 juin 2011, les ventes consolidées s'élèvent à 10 292 millions d'euros, en croissance de 13 % par rapport au premier semestre 2010. Les ventes ont été affectées par la baisse des principales devises de facturation du Groupe par rapport à l'euro notamment la baisse de 5 % du dollar US.

Depuis le 1er janvier 2010, le périmètre des activités consolidées a enregistré les évolutions suivantes : dans le groupe d'activités Vins et Spiritueux, cession de la marque Montaudon au quatrième trimestre 2010 ; dans les Parfums et Cosmétiques, déconsolidation au quatrième trimestre 2010 de La Brosse et Dupont ; dans la Distribution sélective, consolidation de Sack's au second semestre 2010 et de Ile de Beauté en juin 2011. Ces évolutions du périmètre de consolidation impactent négativement de 0,4 point la croissance du chiffre d'affaires semestriel. La consolidation de Bulgari n'a pas eu d'effet sur le compte de résultat du premier semestre, cette acquisition ayant été réalisée le 30 juin 2011.

À taux de change et périmètre comparables, les ventes sont en hausse de 15 %.

Ventes par devise de facturation

(en pourcentage)	30 juin 2011	31 déc. 2010	30 juin 2010
Euro	26	28	27
Dollar US	28	27	28
Yen	8	9	9
Hong Kong dollar	6	6	5
Autres devises	32	30	31
Total	100	100	100

La répartition des ventes entre les différentes devises de facturation évolue comme suit : le poids de l'euro et du yen japonais baisse de 1 point à respectivement 26 % et 8 %, le poids du dollar US reste stable à 28 % alors que la part des autres devises augmente de 2 points à 38 %.

Ventes par zone géographique de destination

(en pourcentage)	30 juin 2011	31 déc. 2010	30 juin 2010
France	13	13	14
Europe (hors France)	19	21	19
États-Unis	22	23	23
Japon	8	9	9
Asie (hors Japon)	28	25	26
Autres marchés	10	9	9
Total	100	100	100

Par zone géographique, on constate une baisse de 1 point du poids relatif, dans les ventes du Groupe, de la France, des États-Unis

et du Japon, respectivement 13 %, 22 % et 8 %. L'Europe (hors France) reste stable à 19 %, tandis que l'Asie (hors Japon) et les autres marchés progressent de, respectivement, 2 et 1 point pour atteindre 28 % et 10 %.

Par groupe d'activités, la répartition des ventes du Groupe évolue peu. La part des Vins et Spiritueux, de la Mode et Maroquinerie et des Montres et Joaillerie reste stable à respectivement 14 %, 39 % et 5 %. La part de la Distribution sélective augmente de 1 point à 27 % tandis que la part des Parfums et Cosmétiques baisse de 1 point à 15 %.

Les ventes du groupe d'activités Vins et Spiritueux sont en hausse de 10 % en données publiées. Elles sont pénalisées par un effet de change négatif de 2 points, l'évolution des ventes à taux de change et périmètre comparables étant en hausse de 13 %. Le premier semestre confirme la forte demande pour l'activité Vins et Spiritueux, s'accompagnant d'une amélioration du mix produit en ligne avec la stratégie de valeur poursuivie. La forte reprise des ventes se confirme notamment dans les pays asiatiques, où la demande est très dynamique. La Chine reste le deuxième marché du groupe d'activités Vins et Spiritueux.

La croissance organique des activités Mode et Maroquinerie est de 14 %, et de 13 % en données publiées. La performance de ce groupe d'activités est toujours dominée par l'exceptionnelle dynamique de Louis Vuitton qui enregistre une croissance des ventes à deux chiffres. Les autres marques confirment également leur potentiel avec notamment des croissances significatives chez Céline, Givenchy, Marc Jacobs, Fendi et Donna Karan.

Les ventes du groupe d'activités Parfums et Cosmétiques sont en hausse de 11 % à taux de change et périmètre comparables et de 5 % en données publiées. Toutes les marques ont enregistré de bonnes performances. Ce rebond confirme l'efficacité de la stratégie de valeur fermement poursuivie par les marques du Groupe face aux tensions concurrentielles engendrées sur les marchés par la crise économique. Durant ce premier semestre, les ventes sont en forte augmentation aux États-Unis et en Asie, notamment en Chine.

Les ventes du groupe d'activités Montres et Joaillerie sont en hausse de 27 % à taux de change et périmètre comparables et de 30 % en données publiées. Le premier semestre 2011 est marqué par une forte progression des ventes horlogères et joaillières. L'effet de restockage des détaillants et la reprise de la demande des clients favorisent la relance des ventes. L'Asie constitue, pour l'ensemble des marques, la zone la plus dynamique.

Les ventes des activités de la Distribution sélective sont en hausse de 17 % en données publiées, et de 18 % à taux de change et périmètre comparables. La performance est tirée à la fois par Sephora dont les ventes progressent fortement aux États-Unis et en Asie ainsi qu'en Europe, et par DFS qui réalise une excellente progression, portée tout particulièrement par le développement continu du tourisme chinois dont bénéficient ses implantations à Hong Kong et Macao.

La marge brute du Groupe s'élève à 6 847 millions d'euros, en hausse de 16 % par rapport à fin juin 2010 ; le taux de marge brute sur les ventes s'élève à 67 %, en hausse de 2 points grâce notamment à la maîtrise des coûts de revient.

Les charges commerciales s'élèvent à 3 718 millions d'euros et sont en augmentation de 14 % en données publiées et de 15 % à taux de change constants. Cette augmentation provient principalement du renforcement des investissements en communication des principales marques, mais aussi du développement des réseaux de distribution. Néanmoins le niveau de ces charges reste stable en pourcentage des ventes et s'établit à 36 %. Parmi ces charges commerciales, les frais de publicité et de promotion représentent 12 % des ventes et sont en augmentation de 21 % à taux de change constants.

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

(en nombre)	30 juin 2011	31 déc. 2010	30 juin 2010
France	371	364	353
Europe (hors France)	794	646	629
Etats-Unis	583	570	546
Japon	312	303	305
Asie (hors Japon)	518	518	495
Autres marchés	151	144	140
Total	2 729	2 545	2 468

Les charges administratives sont de 906 millions d'euros, en hausse de 11 % en données publiées et 12 % à devises constantes. Elles représentent 9 % des ventes, un niveau identique à celui enregistré en 2010.

Le résultat opérationnel courant du Groupe s'élève à 2 223 millions d'euros, en hausse de 22 % par rapport au premier semestre 2010. Le taux de marge opérationnelle sur ventes du Groupe s'établit à 22 %, en hausse de 2 points. Cette progression traduit une maîtrise des coûts de revient des produits ainsi que des charges administratives. Elle matérialise également la forte amélioration de la rentabilité des activités Montres et Joaillerie (plus 4 points à 15 %), Vins et Spiritueux (plus 4 points à 29 %) et Distribution sélective (plus 3 points à 10 %) et dans une moindre mesure, celle de la Mode et Maroquinerie (plus 1 point à 35 %).

L'effet global négatif de l'évolution des parités monétaires sur le résultat opérationnel courant, par rapport à fin juin 2010, est de -20 millions d'euros. Ce chiffre intègre les trois éléments suivants : l'effet des variations des parités monétaires sur les ventes et les achats des sociétés du Groupe exportatrices et importatrices, la variation du résultat de la politique de couverture de l'exposition du Groupe aux différentes devises, et l'effet des variations des devises sur la consolidation des résultats opérationnels courants des filiales hors zone euro.

Le résultat opérationnel courant du groupe d'activités Vins et Spiritueux s'établit à 413 millions d'euros, en hausse de 27 %. Cette

performance résulte essentiellement de l'augmentation des ventes en volume ainsi que d'un mix produit favorable. La maîtrise des coûts a permis de compenser le renforcement des investissements publi-promotionnels, ciblés sur les marchés stratégiques. Le taux de marge opérationnelle sur ventes des Vins et Spiritueux progresse de près de 4 points et s'élève à 29 %.

Le groupe d'activités Mode et Maroquinerie génère un résultat opérationnel courant de 1 381 millions d'euros, en croissance de 17 %. Les variations monétaires ont eu un effet négatif sur les résultats de 11 millions d'euros. Louis Vuitton enregistre une forte hausse de son résultat opérationnel courant, Fendi et Donna Karan confirment leur dynamique de croissance rentable, tandis que Céline et Loewe enregistrent les effets très positifs de leur relance créative. Le taux de marge opérationnelle sur ventes du groupe d'activités augmente également de 1 point et s'établit à 35 %.

Le résultat opérationnel courant des Parfums et Cosmétiques est de 181 millions d'euros, stable par rapport à 2010. Le taux de marge opérationnelle sur ventes de ce groupe d'activités est en baisse de 1 point et s'établit à 12 %. La forte hausse de la marge brute a permis de réaliser des investissements visant à renforcer l'image des principales marques.

Le groupe d'activités Montres et Joaillerie présente une très forte augmentation de son résultat opérationnel courant qui atteint 85 millions d'euros. Ce groupe d'activités améliore fortement sa rentabilité avec un taux de marge opérationnelle sur ventes de 15 %, en hausse de 4 points.

Le résultat opérationnel courant des activités de Distribution sélective est de 287 millions d'euros, en hausse de 63 %. Le niveau de rentabilité est en amélioration de 3 points et s'établit à 10 %.

Le résultat opérationnel courant des Autres activités et éliminations s'établit à - 124 millions d'euros ; il était de - 95 millions d'euros à fin juin 2010. Outre les frais de holdings, le groupe Autres activités intègre le pôle Média et les yachts Royal Van Lent.

Le montant des autres produits et charges opérationnels est de - 46 millions d'euros au 30 juin 2011. Ce montant comprend les effets des prises de contrôle d'entités consolidées réalisées au cours du semestre, de deux natures : la réévaluation des titres acquis antérieurement à la prise de contrôle à leur valeur au jour de l'opération, soit un gain global de 22 millions d'euros, et les frais liés

à ces opérations, de 16 millions d'euros. Les autres produits et charges comprennent en outre des amortissements et dépréciations d'actifs d'un montant de 51 millions d'euros.

Le résultat opérationnel du Groupe s'élève à 2 177 millions d'euros contre 1 753 millions d'euros au premier semestre 2010, soit une augmentation de 24 %.

Le résultat financier s'établit à - 95 millions d'euros, il était de - 150 millions d'euros au 30 juin 2010.

Le coût global de la dette financière nette est resté stable, à 75 millions d'euros contre 77 millions d'euros en 2010. Bien que la dette financière nette soit en légère augmentation, le résultat financier bénéficie sur ce semestre d'une baisse des taux moyens sur emprunts, en raison du renouvellement d'une partie de l'encours, et d'une meilleure rémunération de la trésorerie.

Les autres produits et charges financiers représentent une charge de 20 millions d'euros au 30 juin 2011, contre 73 millions d'euros en 2010. Le coût financier des couvertures de change est de 73 millions d'euros, il était de 100 millions d'euros en 2010. Les gains résultant des investissements, placements financiers et dividendes reçus de participations non consolidées s'élèvent à 53 millions d'euros, contre 27 millions d'euros en 2010, en raison notamment des dividendes perçus de Hermès International.

Le taux effectif d'imposition du Groupe, de 28,9 % au 30 juin 2010, s'établit à 29,8 % pour le premier semestre 2011 ; cette variation reflète l'évolution géographique des activités du Groupe.

Après prise en compte des résultats des sociétés mises en équivalence, de 2 millions d'euros au 30 juin 2011, à comparer à 4 millions d'euros en 2010, le résultat net total du semestre est de 1 463 millions d'euros ; il était de 1 144 millions d'euros au premier semestre 2010.

La part des intérêts minoritaires dans le résultat est de 153 millions d'euros contre 94 millions d'euros au premier semestre 2010. Il s'agit principalement des intérêts minoritaires dans les résultats de Moët Hennessy et de DFS, leur progression reflétant la hausse des résultats de ces entités.

Au 30 juin 2011, le résultat net part du Groupe s'élève à 1 310 millions d'euros ; il était de 1 050 millions d'euros au premier semestre 2010. En hausse de 25 %, il représente 13 % des ventes du semestre.

Commentaires sur les notions de périmètre et taux de change constants

Les effets de l'évolution des parités monétaires sont déterminés par conversion des comptes de la période des filiales ayant une monnaie fonctionnelle autre que l'euro aux taux de change de l'exercice précédent, sans prise en compte de l'impact des dérivés de change sur le résultat opérationnel courant, dénoués ou non sur l'exercice.

Les effets des variations de périmètre sont déterminés en déduisant :

- pour les acquisitions de l'exercice, les ventes réalisées durant l'exercice par les entités acquises, à compter de leur entrée en consolidation ;
- pour les acquisitions de l'exercice précédent, les ventes de l'exercice réalisées au cours des mois durant lesquels les entités acquises n'étaient pas consolidées lors de l'exercice précédent.

Et en ajoutant :

- pour les cessions de l'exercice, les ventes de l'exercice précédent réalisées au cours des mois durant lesquels les entités cédées ne sont plus consolidées durant l'exercice ;
- pour les cessions de l'exercice précédent, les ventes réalisées durant l'exercice précédent par les entités cédées.

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

2. VINS ET SPIRITUEUX

	30 juin 2011	31 déc. 2010	30 juin 2010
Ventes (en millions d'euros)	1 435	3 261	1 302
Ventes en volume (en millions de bouteilles)			
Champagne	19,9	55,2	19,3
Cognac	29,8	59,8	27,7
Autres spiritueux	5,9	12,4	5,1
Vins tranquilles et pétillants	17,0	39,9	15,3
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	7	9	8
Europe (hors France)	18	24	20
États-Unis	24	26	27
Japon	6	6	6
Asie (hors Japon)	31	23	27
Autres marchés	14	12	12
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	413	930	326
Marge opérationnelle (en %)	28,8	28,5	25,0
Investissements d'exploitation (en millions d'euros)	63	83	42

Faits marquants

Après le fort ralentissement de 2009 dû à la crise économique mondiale, le rebond des ventes de Vins et Spiritueux enregistré en 2010 s'est confirmé au cours du premier semestre 2011. La reprise actuelle, nourrie par une forte demande, s'avère même supérieure aux prévisions. Pour le groupe d'activités Vins et Spiritueux, la croissance des ventes recouvre un mix produit favorable, en ligne avec sa stratégie de valeur.

Les ventes de Champagne et Vins s'élèvent à 645 millions d'euros, dégagant un résultat opérationnel courant de 158 millions d'euros,

en hausse de 33% par rapport au premier semestre 2010. Toutes les marques de champagne voient leurs ventes progresser, avec une croissance particulièrement marquée des cuvées haut de gamme. La hausse des volumes de champagne est de 3%. Cette progression est de 10% à périmètre comparable, c'est-à-dire en excluant les ventes de la marque Montaudon, cédée fin 2010. Les ventes de vins pétillants et tranquilles, regroupés au sein d'Estates & Wines sont en forte croissance dans toutes les régions du monde sur leurs marchés clés.

Les ventes de Cognac et Spiritueux s'élèvent à 790 millions d'euros, dégagant un résultat opérationnel courant de 255 millions d'euros, en hausse de 23% par rapport au premier semestre 2010. La hausse des volumes de cognac est de 8%. La croissance d'**Hennessy** est particulièrement portée par les qualités premium en Asie (Chine et Vietnam). La progression est également forte dans les pays émergents comme le Mexique, le Nigéria ou l'Europe Centrale. Les marques de spiritueux accélèrent leur développement, en particulier les whiskies **Glenmorangie** et **Ardbeg** et la vodka **Belvedere**.

Moët Hennessy s'est doté d'un nouveau relais de croissance en concluant un partenariat avec une grande entreprise chinoise pour élaborer, dans la province de Ningxia, des vins pétillants haut de gamme qui seront vendus à terme sous la marque **Chandon**.

Perspectives

Dans le contexte actuel de demande soutenue dans les pays clés et de montée en puissance de nombreux marchés émergents, le groupe Vins et Spiritueux maintient une stratégie de développement ambitieuse, portée par le puissant réseau de distribution de Moët Hennessy. Cette stratégie reste fondée prioritairement sur l'excellence des marques et des produits, l'innovation et le renforcement du positionnement de chaque marque. En Champagne et à Cognac, elle s'accompagne d'un objectif de hausse maîtrisée des volumes. Dans cette optique, la bonne maîtrise des prix et la gestion des stocks font toujours l'objet d'une attention particulière et s'accompagnent d'une politique très dynamique dans le domaine des approvisionnements. Ceci tant pour les mois qui viennent que dans une perspective à plus long terme afin de continuer à bâtir le socle d'une croissance harmonieuse et durable.

3. MODE ET MAROQUINERIE

	30 juin 2011	31 déc. 2010	30 juin 2010
Ventes (en millions d'euros)	3 971	7 581	3 516
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	8	8	8
Europe (hors France)	19	21	19
États-Unis	18	18	18
Japon	14	16	16
Asie (hors Japon)	33	30	31
Autres marchés	8	7	8
Total	100	100	100
Nature des ventes en pourcentage du total des ventes (hors Louis Vuitton)			
Ventes au détail	50	52	50
Ventes de gros	43	41	42
Licences	7	7	8
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	1 381	2 555	1 179
Marge opérationnelle (en %)	34,8	33,7	33,5
Investissements d'exploitation (en millions d'euros)	163	370	170
Nombre de magasins	1 197	1 188	1 167

Faits marquants

Louis Vuitton réalise une nouvelle croissance organique à deux chiffres de ses ventes avec d'excellentes performances sur l'ensemble des marchés mondiaux. Au Japon, malgré les événements ayant frappé le pays en mars, l'activité a bien résisté. Tous les métiers de Louis Vuitton participent à la progression d'ensemble, confirmant la légitimité de la marque et la forte attractivité de ses produits dans ses différents territoires d'expression. La croissance des ventes s'accompagne toujours d'une rentabilité exceptionnelle.

Fendi enregistre une forte croissance qui fait suite à une année 2010 déjà très dynamique. Toutes les catégories de produits, maroquinerie, souliers, prêt-à-porter et fourrure, bénéficient d'une hausse des ventes à deux chiffres. La marque développe avec succès une offre de réalisations sur mesure. La dynamique des produits et les progrès constants réalisés dans l'ensemble de l'organisation génèrent une rentabilité élevée.

Donna Karan poursuit une progression soutenue de ses ventes et de son résultat. L'activité est portée par le succès des créations, en particulier celui de la ligne de luxe *Collection*, développée récemment par l'introduction d'une déclinaison *Casual* qui vient enrichir l'offre de la marque pour le jour et élargir sa base de clientèle. La ligne plus urbaine *DKNY* connaît aussi une forte croissance, en particulier dans le domaine des accessoires.

Les marques de Mode continuent d'améliorer leurs performances. Elles confirment ainsi les progrès accomplis par chacune d'entre elles sur l'ensemble des paramètres d'un modèle de développement efficace et rentable. Parmi les plus avancées dans ce processus, **Céline** connaît actuellement un succès remarquable avec les créations de sa nouvelle Directrice artistique et son résultat est porté par la forte accélération de son activité. Evolution très positive également pour **Loewe** sous l'impulsion des actions entreprises dans le domaine des produits, de la structuration de l'offre, de la productivité des magasins et de l'organisation générale. En croissance rapide depuis plusieurs années, **Marc Jacobs** poursuit la consolidation de son modèle de développement. La ligne *Marc by Marc Jacobs* et les accessoires de la ligne *Marc Jacobs Collection* sont particulièrement dynamiques. **Givenchy** et **Pucci** enregistrent de belles croissances grâce au succès de leurs relances créatives. **Thomas Pink** accroît ses ventes et son résultat et renforce son positionnement de spécialiste des chemises au chic très britannique. **Berluti** vient d'accueillir un Directeur artistique, Alessandro Sartori, qui développera de nouveaux territoires créatifs, le prêt-à-porter en particulier, dans le respect de l'histoire et des valeurs de la Maison. **Kenzo** se concentre sur son repositionnement autour des codes originaux de la marque.

Perspectives

Au second semestre, **Louis Vuitton** continuera de renforcer ses différents pôles de compétence. De nombreux projets se concrétiseront dans un avenir proche : finalisation de l'atelier de prêt-à-porter réalisant sur mesure des pièces rares et exceptionnelles, ouverture d'un atelier de haute joaillerie, organisation d'un futur pôle « accessoires » en Italie... De nouvelles Maisons Louis Vuitton sont aussi en préparation. La Maison renforcera sa signature horlogère.

Les marques de Mode devraient conserver une excellente dynamique au second semestre. Au-delà de cette échéance, les progrès accomplis les placent en bonne position pour continuer à construire une croissance pérenne reposant à la fois sur une identité et un style de mieux en mieux affirmés, une forte dynamique des produits, une gestion rigoureuse et une excellente maîtrise de leurs opérations de l'amont à l'aval.

4. PARFUMS ET COSMÉTIQUES

	30 juin 2011	31 déc. 2010	30 juin 2010
Ventes (en millions d'euros)	1 518	3 076	1 441
Ventes par ligne de produits (en %)			
Parfums	45	48	43
Maquillage	36	34	35
Produits de soins	19	18	22
Total	100	100	100
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	11	14	16
Europe (hors France)	37	39	37
États-Unis	9	8	8
Japon	6	6	6
Asie (hors Japon)	21	18	19
Autres marchés	16	15	14
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	181	332	181
Marge opérationnelle (en %)	11,9	10,8	12,6
Investissements d'exploitation (en millions d'euros)	73	104	41
Nombre de magasins	78	75	68

Faits marquants

Parfums Christian Dior maintient sa forte dynamique, portée par la puissance de ses lignes iconiques et l'affirmation de ses valeurs d'excellence et de créativité en liaison toujours plus étroite avec la Couture. Sur un marché mondial très concurrentiel, la croissance a été soutenue par d'importants investissements média. La progression de l'axe parfums est particulièrement vigoureuse : *J'adore* consolide sa place de n° 1 sur les marchés clés ; *Miss Dior Chérie* bénéficie de la stature internationale de sa nouvelle égérie Natalie Portman et la ligne gagne des parts de marché avec une croissance importante du segment stratégique, l'eau de parfum ; les lignes *Dior Homme* et *Fabrebeit* enregistrent aussi des progressions significatives ; la *Collection Privée Christian Dior* a poursuivi son déploiement international tandis qu'une Maison de Parfums Dior proposant une expérience unique au cœur des créations olfactives a été ouverte chez Selfridges à Londres.

Guerlain accomplit de bonnes performances. Les différentes initiatives de la marque, bien relayées en communication, ont reçu un excellent accueil. *Orchidée Impériale* confirme son statut de pilier

du soin Guerlain. Au plan géographique, la marque se concentre plus que jamais sur ses marchés prioritaires, la France et la Chine, mais bénéficie d'une dynamique soutenue dans toutes les régions.

Parfums Givenchy réalise un très bon premier semestre, marqué par une progression de ses trois axes produits, avec une forte contribution du parfum *Play* dans ses deux versions masculine et féminine et de la nouvelle déclinaison *L'Intense* de *Very Irresistible Givenchy*. L'évolution positive de **Kenzo Parfums** est soutenue par la vitalité de sa ligne phare *FlowerbyKenzo* et la persistance des très bons résultats de *Kenzo Homme Boisé* lancé en 2010.

Benefit maintient son rythme de croissance à deux chiffres. Sa dynamique est amplifiée par le succès généralisé de ses *Brow Bars* (Bars à Sourcils). *The Porefessional*, produit lancé récemment, s'affirme comme un best-seller et contribue à renforcer la notoriété de la marque de San Francisco.

Make Up For Ever réalise de très belles performances dans toutes les régions. La marque s'appuie sur le savoir-faire unique des « make up artists » de son Académie et sur le développement continu de ses lignes emblématiques, *HD – High Definition* et *Aqua*, bien soutenues en communication.

Perspectives

Le second semestre, période traditionnellement la plus importante en termes de ventes et de résultat dans le secteur des Parfums et Cosmétiques, sera marqué par une forte dynamique d'innovation et de communication pour l'ensemble des marques de LVMH.

Parfums Christian Dior poursuivra sa croissance rentable en s'appuyant sur le développement de ses lignes stars toujours fortement soutenues en média, en particulier *J'adore*. La marque continuera de renforcer son image d'excellence et d'expertise à travers la qualité de ses créations et de ses points de vente dans le monde. Ses nouvelles égéries contribueront à accroître sa désirabilité. Entre autres événements, l'actrice, réalisatrice et chanteuse Mélanie Laurent deviendra l'image du parfum *Hypnotic Poison*.

Guerlain maintiendra une forte dynamique d'innovation au cours des mois qui viennent : lancement international de *Shalimar Parfum Initial*, développement du fond de teint *Lingerie de Peau* et des lignes de soin *Orchidée Impériale* et *Abeille Royale*, nouveau décor, toujours plus contemporain, pour la boutique éphémère du 68 Champs-Élysées.

Parfums Givenchy lancera au second semestre dans quelques pays phares une nouvelle ligne de parfum *Dalbia Noir* développée sous la Direction artistique de Riccardo Tisci, produit marquant une étape importante de la convergence d'image entre les activités Parfums et Couture sous la marque Givenchy. **Kenzo Parfums** lancera un nouveau parfum féminin, *Madly Kenzo*, sur quelques marchés clés dont la France.

5. MONTRES ET JOAILLERIE

	30 juin 2011	31 déc. 2010	30 juin 2010
Ventes (en millions d'euros)	576	985	443
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	8	8	8
Europe (hors France)	24	25	24
États-Unis	17	17	18
Japon	10	12	12
Asie (hors Japon)	23	21	19
Autres marchés	18	17	19
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	85	128	49
Marge opérationnelle (en %)	14,8	13,0	11,1
Investissements d'exploitation (en millions d'euros)	22	36	16
Nombre de magasins	144	122	115

Faits marquants

Le groupe d'activités Montres et Joaillerie réalise de très fortes croissances de ses ventes et de son résultat au premier semestre 2011. Il en découle une progression de 4 points de sa marge opérationnelle qui atteint 15 %. Cette performance, qui vient consolider la forte augmentation des ventes et le doublement du résultat opérationnel courant enregistrés en 2010, confirme les gains de parts de marché des marques du Groupe tant en horlogerie qu'en joaillerie.

Après le restockage opéré par les détaillants horlogers au premier semestre 2010, l'année 2011 est caractérisée par une demande

soutenue pour les marques de montres de LVMH sur tous les continents. La Grande Chine et la Russie génèrent les plus fortes progressions, suivies des zones Amériques et Europe. Le Japon enregistre une légère croissance en yen.

Le salon de Bâle a généré d'importantes prises de commande pour les Maisons horlogères dont les innovations ont été saluées par la presse et les professionnels.

Les ventes des Maisons de joaillerie, réalisées principalement dans leurs propres boutiques, connaissent une croissance organique à deux chiffres à périmètre constant.

En mars 2011, un accord a été conclu avec la famille Bulgari, actionnaire de la célèbre Maison italienne, prévoyant l'apport de sa participation majoritaire à LVMH. Après avoir obtenu l'accord des autorités compétentes, le Conseil d'Administration de LVMH a approuvé cet apport le 30 juin 2011, opération qui porte à 76,1 % la participation de LVMH dans le capital de Bulgari avant l'offre publique qui sera lancée au deuxième semestre. L'alliance de LVMH et Bulgari permettra de renforcer le développement à long terme de la Maison italienne dans le respect de son héritage et de ses valeurs de créativité et d'excellence.

Perspectives

Au second semestre, avec notamment la livraison très attendue des nouveautés présentées à Bâle, les marques du groupe d'activités poursuivront une croissance soutenue. Cette progression devrait être plus modérée qu'au premier semestre compte tenu des contraintes de production. Entre autres innovations, TAG Heuer relancera sa ligne iconique *Link*. Les investissements consacrés au développement des capacités horlogères et aux ouvertures très sélectives de magasins seront poursuivis.

Le second semestre sera marqué par l'intégration de la Maison Bulgari qui viendra doubler la taille du groupe d'activités.

6. DISTRIBUTION SÉLECTIVE

	30 juin 2011	31 déc. 2010	30 juin 2010
Ventes (en millions d'euros)	2 831	5 378	2 419
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	21	22	22
Europe (hors France)	9	8	8
États-Unis	36	37	38
Japon	2	2	2
Asie (hors Japon)	26	24	24
Autres marchés	6	7	6
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	287	536	176
Marge opérationnelle (en %)	10,1	10,0	7,3
Investissements d'exploitation (en millions d'euros)	80	196	93
Nombre de magasins			
Sephora	1 226	1 070	1 020
Autres	70	76	84

Faits marquants

Les ventes et le résultat de **DFS** sont en forte progression. Dans un contexte de ralentissement des flux de voyageurs japonais consécutif aux événements tragiques du mois de mars, l'activité est portée principalement par la croissance soutenue des autres touristes asiatiques. Les magasins servant les destinations de Hong Kong, Macao et Singapour réalisent des performances remarquables. L'Amérique du Nord est également très dynamique.

Les ventes de **Miami Cruiseline** enregistrent une bonne croissance, favorisée par l'internationalisation du marché et la mise en service de navires de grande taille. Grâce à des stratégies commerciales adaptées spécifiquement à la clientèle de chaque compagnie, les achats des passagers sont en augmentation. Les ventes sont particulièrement élevées en Amérique du Sud.

Sephora gagne des parts de marché dans toutes ses zones d'implantation. En Europe, les ventes enregistrent de solides progressions dans les pays clés comme la France – où l'enseigne accroît son leadership –, la Pologne ou l'Italie et font preuve d'une bonne résistance sur certains marchés pénalisés par le contexte économique (Grèce, Espagne) ; la Turquie, marché prometteur abordé récemment, est en forte croissance. **Sephora** maintient sa dynamique exceptionnelle aux États-Unis et confirme son succès au Canada. L'enseigne accélère sa croissance en Chine et ses ventes connaissent un essor remarquable au Moyen-Orient. Les différents sites de vente en ligne poursuivent un développement soutenu.

Le Bon Marché continue de renforcer son positionnement de lieu d'exception et réalise un excellent premier semestre, porté tout particulièrement par le succès de son offre en produits de luxe. Cette croissance qualitative entraîne une nouvelle amélioration de la rentabilité.

Perspectives

Avec de bonnes perspectives de croissance au cours des mois qui viennent, **DFS** concentre ses efforts sur la montée en gamme de ses **Gallerias**, la qualité des services proposés et les opportunités d'expansion au sein de destinations asiatiques à fort potentiel.

En bonne position pour tirer parti de l'internationalisation du marché des croisières, **Miami Cruiseline** continuera de s'appuyer sur l'excellence de ses équipes, le ciblage de son offre en fonction de chaque catégorie de clientèle et l'optimisation de la chaîne logistique.

Sephora poursuivra une expansion mondiale ambitieuse et sélective sur les marchés porteurs. Le second semestre 2011 verra la première implantation au Mexique et une accélération des ouvertures dans les autres régions. L'enseigne accentuera sa politique d'innovation du point de vue de l'offre et des services et continuera d'approfondir les vecteurs de son succès mondial : la formation très poussée de ses conseillers de vente et managers, la volonté d'offrir une expérience unique de la beauté dans ses magasins et l'adaptation de son concept aux spécificités locales.

Au **Bon Marché**, le second semestre sera consacré à préparer les grands chantiers à venir visant à renforcer durablement le profil unique du grand magasin parisien de la rive gauche.

COMMENTAIRES SUR LE BILAN CONSOLIDÉ

Le total du bilan consolidé de LVMH s'élève au 30 juin 2011 à 44,6 milliards d'euros, en progression de 20 % par rapport au 31 décembre 2010.

D'un montant de 30,8 milliards d'euros, l'actif immobilisé enregistre une augmentation sensible par rapport aux 26,0 milliards d'euros constatés à fin 2010 ; celle-ci s'explique principalement par l'intégration globale du groupe Bulgari dans les comptes consolidés à la date du 30 juin 2011. L'actif immobilisé s'établit ainsi à 69 % du total du bilan, stable par rapport au pourcentage au 31 décembre 2010.

Les immobilisations corporelles et incorporelles s'élèvent à 24,6 milliards d'euros, contre 20,9 milliards à la fin de l'année 2010. Les marques et autres immobilisations incorporelles représentent 11,2 milliards d'euros, en augmentation sensible par rapport aux 9,1 milliards au 31 décembre 2010, en raison de la comptabilisation de la marque Bulgari, évaluée provisoirement à 2,1 milliards d'euros. Cette progression est partiellement compensée par l'incidence des variations du dollar US sur les marques et autres immobilisations incorporelles comptabilisées dans cette devise, telles l'enseigne DFS et la marque Donna Karan.

Le montant des écarts d'acquisition progresse sensiblement, à 6,4 milliards d'euros, contre 5,0 milliards d'euros à fin 2010, résultant de la consolidation de Bulgari, dont l'écart d'acquisition provisoire s'élève à 1,4 milliard d'euros.

La croissance des immobilisations corporelles, à 7,0 milliards d'euros au 30 juin 2011, provient du solde positif dégagé par les investissements opérationnels du Groupe au regard des dotations aux amortissements du semestre. S'y ajoutent les immobilisations du groupe Bulgari, dont le montant est partiellement compensé par l'incidence des fluctuations des devises par rapport à l'euro, en particulier la baisse du dollar US et du yen japonais. Les investissements du semestre portent principalement sur les réseaux de distribution de Louis Vuitton, Sephora et DFS, ainsi que sur certains actifs immobiliers, dans les centres villes où se déploient les marques du Groupe.

À 6,2 milliards d'euros, l'ensemble formé par les participations dans les sociétés mises en équivalence, les investissements financiers, les autres actifs non courants et les impôts différés, augmente de 1,1 milliard d'euros, en raison principalement de l'effet de la réévaluation à valeur de marché de l'investissement dans Hermès International. À la clôture, cette participation représente un montant de 4,6 milliards d'euros.

Les stocks progressent à 7,2 milliards d'euros, contre 6,0 milliards fin 2010, en raison de la comptabilisation des stocks du groupe Bulgari, pour 0,7 milliard d'euros, à laquelle s'ajoutent les effets de la croissance des activités du Groupe, en partie compensés par l'incidence négative des variations des parités de change, notamment la baisse du dollar US et du yen japonais par rapport à l'euro.

Les créances clients sont en baisse, à 1,4 milliard d'euros, contre 1,6 milliard six mois plus tôt, en raison principalement de la saisonnalité des activités du Groupe.

Les placements de trésorerie, hors placements financiers s'élèvent à 3,3 milliards d'euros, en hausse sensible par rapport aux 2,3 milliards du 31 décembre 2010, suite, notamment, à la levée de fonds effectuée

au cours du semestre dans un environnement favorable en anticipation de besoins importants au deuxième semestre.

Les capitaux propres part du Groupe atteignent 20,3 milliards d'euros contre 17,2 milliards fin 2010. Cette progression est liée, à hauteur de 2,2 milliards d'euros, à l'augmentation de capital réalisée en rémunération des titres Bulgari apportés par ses actionnaires familiaux, au résultat net part du Groupe et à la variation positive des écarts de réévaluation enregistrés en capitaux propres ; ces variations excèdent très largement le montant des dividendes versés, de 0,7 milliard d'euros, et l'effet de l'enregistrement en déduction des réserves consolidées de la différence entre l'engagement d'achat des titres des actionnaires minoritaires de Bulgari et leur quote-part dans l'actif net de Bulgari, soit un impact négatif de 0,6 milliard d'euros.

Les intérêts minoritaires sont en légère baisse, à 0,9 milliard d'euros contre 1,0 milliard fin 2010. Cette évolution résulte principalement de l'effet négatif de la baisse du dollar US sur les intérêts minoritaires dans DFS, la part du résultat du semestre revenant aux minoritaires étant proche du montant des dividendes qui leur ont été versés.

Le total des capitaux propres s'établit à 21,2 milliards d'euros, représentant 48 % du total de bilan, en légère baisse par rapport aux 49 % atteints à fin 2010.

Les passifs non courants s'élèvent au 30 juin 2011 à 13,0 milliards d'euros, contre 11,9 milliards au 31 décembre 2010. Cette progression est imputable à la progression de la dette financière, à 3,9 milliards, contre 3,4 milliards à fin 2010, à laquelle s'ajoute l'augmentation des impôts différés, qui évoluent de 3,4 à 3,9 milliards d'euros, en raison principalement de la comptabilisation de l'impôt différé passif attaché à la marque Bulgari, pour 0,7 milliard d'euros. La part relative des passifs non courants dans le total du bilan décroît, en s'établissant à 29 % contre 32 % à fin 2010.

Les capitaux permanents atteignent 34,2 milliards d'euros, et excèdent de 3,4 milliards le montant des actifs non courants.

Les passifs courants évoluent de 7,1 milliards fin 2010 à 10,4 milliards d'euros au 30 juin 2011 en raison de la progression de la dette financière à moins d'un an, de 2,1 milliards d'euros et de l'enregistrement pour 1,5 milliard d'euros de l'engagement d'achat correspondant au prix des actions Bulgari à acquérir dans le cadre de l'offre publique d'achat. La part des passifs courants dans le total du bilan progresse à 23 %, par rapport à 19 % au 31 décembre 2010.

La dette financière à plus et moins d'un an, y compris la valeur de marché des instruments dérivés de taux venant en couverture, et nette des placements financiers et de la trésorerie, ressort au 30 juin 2011 à 4,0 milliards d'euros contre 2,7 milliards six mois plus tôt. Elle représente 19 % du montant des capitaux propres, contre 15 % à fin 2010.

La trésorerie, équivalents de trésorerie et les placements financiers, à 3,8 milliards d'euros, sont peu différents du montant de la dette financière à moins d'un an, de 3,9 milliards d'euros.

À fin juin 2011, le montant disponible de lignes de crédit confirmées non tirées est de 3,3 milliards d'euros, et couvre largement le programme de billets de trésorerie, dont l'encours au 30 juin 2011 atteint 1,6 milliard d'euros.

COMMENTAIRES SUR LA VARIATION DE TRÉSORERIE CONSOLIDÉE

Le tableau de variation de la trésorerie consolidée, présenté dans les comptes consolidés résumés, détaille les principaux flux financiers du premier semestre 2011.

La capacité d'autofinancement générée par l'activité s'est élevée à 2 536 millions d'euros, soit une progression de 25 % par rapport aux 2 022 millions enregistrés un an plus tôt.

Après intérêts financiers et impôt, la capacité d'autofinancement atteint 1 757 millions d'euros, soit une augmentation de 6 % par rapport au premier semestre 2010.

Les intérêts payés, à 92 millions d'euros, sont en légère augmentation par rapport aux 89 millions d'euros payés lors du premier semestre 2010, les effets de la progression de la dette financière nette au cours du deuxième trimestre ayant été compensés par la baisse des taux sur les emprunts et une meilleure rémunération de la trésorerie disponible.

Les impôts payés atteignent 687 millions d'euros, en hausse sensible par rapport aux 282 millions décaissés l'an dernier à la même date, en raison de la progression du résultat imposable et d'un cadencement différent pour le paiement des acomptes.

Le besoin en fonds de roulement progresse de 602 millions d'euros. L'augmentation des stocks, liée principalement à la croissance des activités du Groupe, génère des besoins de trésorerie s'élevant à 508 millions d'euros. La variation des créances clients apporte une contribution positive de 302 millions d'euros, principalement dans les Maisons de vins et spiritueux, tandis que la baisse du poste fournisseurs génère un besoin de 124 millions d'euros, notamment dans les Maisons de Champagne. Ces évolutions reflètent la saisonnalité des besoins en fonds de roulement du Groupe.

Au total, la variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation est positive de 1 155 millions d'euros, contre 1 571 millions en 2010.

Les investissements d'exploitation, nets des cessions, représentent sur le semestre un débours de trésorerie de 599 millions d'euros, contre 426 millions d'euros un an plus tôt. Ces investissements, portant principalement sur les réseaux de distribution des marques phares telles Louis Vuitton et Sephora, l'outil de production des Vins et Spiritueux, et des investissements immobiliers destinés principalement à l'exploitation commerciale, reflètent la dynamique de développement du Groupe.

Ainsi, la variation de trésorerie issue des opérations et des investissements d'exploitation atteint 556 millions d'euros au premier semestre 2011, contre 1 145 millions sur la même période en 2010.

Les acquisitions d'investissements financiers, nettes des cessions, ainsi que le solde des incidences des acquisitions et cessions de titres consolidés, constituent au premier semestre 2011 un emploi à hauteur de 900 millions d'euros, contre 5 millions un an plus tôt. Les investissements financiers correspondent à hauteur de 196 millions d'euros à l'augmentation de la participation dans Hermès International. Les incidences des acquisitions et cessions de titres consolidés résultent, à hauteur de 617 millions d'euros, de l'acquisition de titres Bulgari sur le marché au cours du premier trimestre, nette de la trésorerie acquise.

La variation de trésorerie issue des opérations en capital représente un débours de 778 millions d'euros.

L'exercice d'options de souscription a permis de réunir 42 millions d'euros. La Société a procédé à l'annulation d'un nombre d'actions plus élevé que celui des actions émises dans le cadre de l'exercice des options de souscription.

Les cessions de titres LVMH et instruments dénouables en actions LVMH effectuées par le Groupe, nettes des acquisitions, ont constitué une ressource de 5 millions d'euros.

Les dividendes versés au cours du semestre par LVMH SA, hors actions auto-détenues, se sont élevés à 671 millions d'euros au titre du solde du dividende 2010. En outre, les actionnaires minoritaires des filiales consolidées ont reçu des dividendes à hauteur de 140 millions d'euros ; il s'agit pour l'essentiel de Diageo du fait de sa participation de 34 % dans Moët Hennessy et des minoritaires de DFS. Enfin, le Groupe a acquis pour 14 millions d'euros des titres détenus par les actionnaires minoritaires dans les entités consolidées.

Les besoins de financement, après toutes opérations d'exploitation, d'investissement et en capital, se sont ainsi élevés à 1 122 millions d'euros.

Des emprunts et des dettes financières ont été amortis au cours du premier semestre pour un montant de 455 millions d'euros, et 171 millions d'euros ont été investis en placements financiers.

À l'inverse, les émissions ou souscriptions d'emprunts et dettes financières ont permis de recueillir 2 820 millions d'euros. LVMH a notamment procédé fin mars à une émission obligataire publique en euros, comportant deux tranches, à 4 et 7 ans, d'un montant nominal de 500 millions d'euros chacune. Le Groupe a eu recours au placement privé d'un montant équivalent à 173 millions d'euros, ainsi qu'à l'émission de billets de trésorerie pour 1 627 millions d'euros. L'encours de billets de trésorerie est de 1 627 millions d'euros au 30 juin 2011.

À l'issue des opérations du semestre, la trésorerie nette s'élève à 3 039 millions d'euros.

LE GROUPE LVMH

COMPTES CONSOLIDÉS RÉSUMÉS

	<i>Page</i>
COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ	18
ÉTAT GLOBAL DES GAINS ET PERTES CONSOLIDÉS	18
BILAN CONSOLIDÉ	19
TABLEAU DE VARIATION DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDÉS	20
TABLEAU DE VARIATION DE LA TRÉSORERIE CONSOLIDÉE	22
ANNEXE AUX COMPTES CONSOLIDÉS RÉSUMÉS (EXTRAITS)	23

COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

(en millions d'euros, sauf résultats par action)	Notes	30 juin 2011	31 déc. 2010	30 juin 2010
Ventes	21	10 292	20 320	9 099
Coût des ventes		(3 445)	(7 184)	(3 192)
Marge brute		6 847	13 136	5 907
Charges commerciales		(3 718)	(7 098)	(3 275)
Charges administratives		(906)	(1 717)	(816)
Résultat opérationnel courant	21-22	2 223	4 321	1 816
Autres produits et charges opérationnels	23	(46)	(152)	(63)
Résultat opérationnel		2 177	4 169	1 753
Coût de la dette financière nette		(75)	(151)	(77)
Autres produits et charges financiers		(20)	763	(73)
Résultat financier	24	(95)	612	(150)
Impôts sur les bénéfices	25	(621)	(1 469)	(463)
Part dans les résultats des sociétés mises en équivalence	6	2	7	4
Résultat net avant part des minoritaires		1 463	3 319	1 144
Part des minoritaires	15	(153)	(287)	(94)
Résultat net, part du Groupe		1 310	3 032	1 050
Résultat net, part du Groupe par action (en euros)	26	2,73	6,36	2,21
Nombre d'actions retenu pour le calcul		479 265 976	476 870 920	475 907 142
Résultat net, part du Groupe par action après dilution (en euros)	26	2,71	6,32	2,19
Nombre d'actions retenu pour le calcul		482 955 715	479 739 697	479 078 515

ÉTAT GLOBAL DES GAINS ET PERTES CONSOLIDÉS

(en millions d'euros)	30 juin 2011	31 déc. 2010	30 juin 2010
Résultat net avant part des minoritaires	1 463	3 319	1 144
Variation du montant des écarts de conversion	(268)	701	986
Effets d'impôt	(53)	89	98
	(321)	790	1 084
Variation de valeur des investissements et placements financiers	1 106	294	115
Montants transférés en résultat	(38)	38	25
Effets d'impôt	(47)	(35)	(22)
	1 021	297	118
Variation de valeur des couvertures de flux de trésorerie futurs en devises	201	(20)	(115)
Montants transférés en résultat	(95)	(30)	(31)
Effets d'impôt	(30)	14	42
	76	(36)	(104)
Variation de valeur des terres à vignes	2	206	5
Effets d'impôt	(1)	(71)	(3)
	1	135	2
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres	777	1 186	1 101
Total des gains et pertes	2 240	4 505	2 245
Part des minoritaires	(108)	(375)	(222)
Total des gains et pertes, part du Groupe	2 132	4 130	2 023

BILAN CONSOLIDÉ

ACTIF	Notes	30 juin 2011	31 déc. 2010	30 juin 2010
<i>(en millions d'euros)</i>				
Marques et autres immobilisations incorporelles, nettes	3	11 156	9 104	9 247
Écarts d'acquisition, nets	4	6 416	5 027	4 408
Immobilisations corporelles, nettes	5	6 977	6 733	6 498
Participations mises en équivalence	6	108	223	228
Investissements financiers	7	5 169	3 891	569
Autres actifs non courants		381	319	806
Impôts différés		559	668	633
Actifs non courants		30 766	25 965	22 389
Stocks et en-cours	8	7 155	5 991	6 172
Créances clients et comptes rattachés	9	1 399	1 565	1 164
Impôts sur les résultats		166	96	197
Autres actifs courants	10	1 742	1 255	1 410
Trésorerie et équivalents de trésorerie	12	3 349	2 292	1 897
Actifs courants		13 811	11 199	10 840
Total de l'actif		44 577	37 164	33 229
PASSIF ET CAPITAUX PROPRES				
<i>(en millions d'euros)</i>				
Capital		152	147	147
Primes		3 776	1 782	1 732
Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH		(512)	(607)	(747)
Écarts de réévaluation		2 332	1 244	900
Autres réserves		13 270	11 370	11 837
Écarts de conversion		(36)	230	449
Résultat net, part du Groupe		1 310	3 032	1 050
Capitaux propres, part du Groupe	13	20 292	17 198	15 368
Intérêts minoritaires	15	897	1 006	1 123
Capitaux propres		21 189	18 204	16 491
Dette financière à plus d'un an	16	3 910	3 432	4 144
Provisions à plus d'un an	17	1 226	1 167	1 006
Impôts différés		3 896	3 354	3 283
Autres passifs non courants	18	3 965	3 947	3 146
Passifs non courants		12 997	11 900	11 579
Dette financière à moins d'un an	16	3 922	1 834	694
Fournisseurs et comptes rattachés		2 392	2 298	1 880
Impôts sur les résultats		532	446	262
Provisions à moins d'un an	17	307	339	348
Autres passifs courants	19	3 238	2 143	1 975
Passifs courants		10 391	7 060	5 159
Total du passif et des capitaux propres		44 577	37 164	33 229

TABLEAU DE VARIATION DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDÉS

(en millions d'euros)	Nombre d'actions	Capital	Primes	Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH	Écarts de conversion	Écarts de réévaluation			Résultat et autres réserves	Total des capitaux propres		
						Invest. et placements financiers	Couverture de flux de trésorerie futurs en devises	Terres à vignes		Part du Groupe	Intérêts minoritaires	Total
Notes		13.1		13.2	13.4					15		
Au 31 décembre 2009	490 405 654	147	1 763	(929)	(495)	213	63	595	12 439	13 796	989	14 785
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					725	297	(32)	108		1 098	88	1 186
Résultat net									3 032	3 032	287	3 319
Total des gains et pertes		-	-	-	725	297	(32)	108	3 032	4 130	375	4 505
Charges liées aux plans d'options									41	41	3	44
(Acquisitions)/ cessions d'actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH				221					(43)	178	-	178
Levées d'options de souscription d'actions	2 012 478		120							120	-	120
Annulation d'actions LVMH	(1 775 900)		(101)	101						-	-	-
Augmentations de capital des filiales										-	1	1
Dividendes et acomptes versés									(953)	(953)	(158)	(1 111)
Effets des prises et pertes de contrôle dans les entités consolidées										-	(3)	(3)
Effets des acquisitions et cessions de parts d'intérêts minoritaires									(83)	(83)	(104)	(187)
Effets des engagements d'achat de titres									(31)	(31)	(97)	(128)
Au 31 décembre 2010	490 642 232	147	1 782	(607)	230	510	31	703	14 402	17 198	1 006	18 204
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					(266)	1 021	66	1		822	(45)	777
Résultat net									1 310	1 310	153	1 463
Total des gains et pertes		-	-	-	(266)	1 021	66	1	1 310	2 132	108	2 240
Charges liées aux plans d'options									23	23	2	25
(Acquisitions)/ cessions d'actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH				16					(7)	9	-	9
Effets de la prise de contrôle de Bulgari	18 037 011	5	2 031						202	2 238	847	3 085
Levées d'options de souscription d'actions	674 521		42							42	-	42
Annulation d'actions LVMH	(1 683 899)		(79)	79						-	-	-
Augmentations de capital des filiales										-	-	-
Dividendes et acomptes versés									(671)	(671)	(140)	(811)
Effets des prises et pertes de contrôle dans les entités consolidées, hors Bulgari										-	-	-
Effets des acquisitions et cessions de parts d'intérêts minoritaires										-	(14)	(14)
Effets des engagements d'achat de titres									(679)	(679)	(912)	(1 591)
Au 30 juin 2011	507 669 865	152	3 776	(512)	(36)	1 531	97	704	14 580	20 292	897	21 189

(en millions d'euros)	Nombre d'actions	Capital	Primes	Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH	Écarts de conversion	Écarts de réévaluation			Résultat et autres réserves	Total des capitaux propres		
						Invest. et placements financiers	Couverture de flux de trésorerie futurs en devises	Terres à vignes		Part du Groupe	Intérêts minoritaires	Total
Notes		13.1		13.2	13.4					15		
Au 31 décembre 2009	490 405 654	147	1 763	(929)	(495)	213	63	595	12 439	13 796	989	14 785
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					944	118	(90)	1		973	128	1 101
Résultat net									1 050	1 050	94	1 144
Total des gains et pertes		-	-	-	944	118	(90)	1	1 050	2 023	222	2 245
Charges liées aux plans d'options									20	20	2	22
(Acquisitions)/ cessions d'actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH				115					(4)	111		111
Levées d'options de souscription d'actions	630 098		36							36		36
Annulation d'actions LVMH	(1 053 545)		(67)	67						-		-
Augmentations de capital des filiales										-	1	1
Dividendes et acomptes versés									(618)	(618)	(124)	(742)
Effets des prises et pertes de contrôle dans les entités consolidées										-		-
Effets des acquisitions et cessions de parts d'intérêts minoritaires										-		-
Effets des engagements d'achat de titres										-	33	33
Au 30 juin 2010	489 982 207	147	1 732	(747)	449	331	(27)	596	12 887	15 368	1 123	16 491

TABLEAU DE VARIATION DE LA TRÉSORERIE CONSOLIDÉE

(en millions d'euros)	Notes	30 juin 2011	31 déc. 2010	30 juin 2010
I. OPÉRATIONS ET INVESTISSEMENTS D'EXPLOITATION				
Résultat opérationnel		2 177	4 169	1 753
Dotations nettes aux amortissements et provisions, hors éléments fiscaux et financiers		393	788	350
Autres charges calculées, hors éléments financiers		(66)	(126)	(76)
Dividendes reçus		51	20	12
Autres retraitements		(19)	(3)	(17)
Capacité d'autofinancement générée par l'activité		2 536	4 848	2 022
Coût de la dette financière nette : intérêts payés		(92)	(149)	(89)
Impôt payé		(687)	(897)	(282)
Capacité d'autofinancement après intérêts financiers et impôt		1 757	3 802	1 651
Variation des stocks et en-cours		(508)	(126)	(156)
Variation des créances clients et comptes rattachés		302	(13)	426
Variation des fournisseurs et comptes rattachés		(124)	295	(159)
Variation des autres créances et dettes		(272)	91	(191)
Variation du besoin en fonds de roulement		(602)	247	(80)
Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation		1 155	4 049	1 571
Acquisitions d'immobilisations incorporelles et corporelles		(603)	(1 002)	(435)
Cessions d'immobilisations incorporelles et corporelles		14	33	12
Dépôts de garantie versés et autres flux d'investissements d'exploitation		(10)	(7)	(3)
Investissements d'exploitation		(599)	(976)	(426)
Variation de la trésorerie issue des opérations et investissements d'exploitation (cash flow disponible)		556	3 073	1 145
II. INVESTISSEMENTS FINANCIERS				
Acquisitions d'investissements financiers	7	(233)	(1 724)	(7)
Cessions d'investissements financiers	7	2	70	18
Incidences des acquisitions et cessions de titres consolidés ⁽¹⁾	2	(669)	(61)	(16)
Variation de la trésorerie issue des investissements financiers		(900)	(1 715)	(5)
III. OPÉRATIONS EN CAPITAL				
Augmentations de capital de la société LVMH ⁽¹⁾	13	42	120	36
Augmentations de capital des filiales souscrites par les minoritaires	15	-	1	1
Acquisitions et cessions d'actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH	13.2	5	155	89
Dividendes et acomptes versés par la société LVMH	13.3	(671)	(953)	(618)
Dividendes et acomptes versés aux minoritaires des filiales consolidées	15	(140)	(158)	(121)
Acquisitions et cessions d'intérêts minoritaires	15	(14)	(185)	-
Variation de la trésorerie issue des opérations en capital		(778)	(1 020)	(613)
IV. OPÉRATIONS DE FINANCEMENT				
Émissions ou souscriptions d'emprunts et dettes financières		2 820	564	102
Remboursements d'emprunts et dettes financières		(455)	(1 290)	(1 296)
Acquisitions et cessions de placements financiers	11	(171)	(32)	(120)
Variation de la trésorerie issue des opérations de financement		2 194	(758)	(1 314)
V. INCIDENCE DES ÉCARTS DE CONVERSION		(75)	188	263
VARIATION NETTE DE LA TRÉSORERIE (I+II+III+IV+V)		997	(232)	(524)
TRÉSORERIE NETTE À L'OUVERTURE	12	2 042	2 274	2 274
TRÉSORERIE NETTE À LA CLÔTURE	12	3 039	2 042	1 750
Opérations comprises dans le tableau ci-dessus, sans incidence sur la variation de la trésorerie :				
- investissements par location financement		2	6	4

(1) Pour mémoire, n'apparaissent pas dans ces rubriques les effets de la prise de contrôle de Bulgari, réalisée par un apport des titres rémunéré par une augmentation de capital réservée de LVMH.

ANNEXE AUX COMPTES CONSOLIDÉS RÉSUMÉS (EXTRAITS)

	<i>Page</i>
1. PRINCIPES COMPTABLES	24
2. VARIATIONS DE POURCENTAGE D'INTÉRÊT DANS LES ENTITÉS CONSOLIDÉES	24
3. MARQUES, ENSEIGNES ET AUTRES IMMOBILISATIONS INCORPORELLES	26
4. ÉCARTS D'ACQUISITION	27
5. IMMOBILISATIONS CORPORELLES	28
6. PARTICIPATIONS MISES EN ÉQUIVALENCE	29
7. INVESTISSEMENTS FINANCIERS	30
8. STOCKS ET EN-COURS	30
9. CLIENTS	31
10. AUTRES ACTIFS COURANTS	32
11. PLACEMENTS FINANCIERS	32
12. TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE	32
13. CAPITAUX PROPRES	33
14. PLANS D'OPTIONS ET ASSIMILÉS	35
15. INTÉRÊTS MINORITAIRES	36
16. EMPRUNTS ET DETTE FINANCIÈRE	37
17. PROVISIONS	38
18. AUTRES PASSIFS NON COURANTS	39
19. AUTRES PASSIFS COURANTS	39
20. INSTRUMENTS FINANCIERS ET GESTION DES RISQUES DE MARCHÉ	40
21. INFORMATION SECTORIELLE	42
22. CHARGES PAR NATURE	44
23. AUTRES PRODUITS ET CHARGES OPÉRATIONNELS	44
24. RÉSULTAT FINANCIER	45
25. IMPÔTS SUR LES RÉSULTATS	45
26. RÉSULTATS PAR ACTION	46
27. ENGAGEMENTS HORS BILAN	46
28. LITIGES	46
29. PARTIES LIÉES	46
30. ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE	46

ANNEXE AUX COMPTES CONSOLIDÉS RÉSUMÉS (EXTRAITS)

1. PRINCIPES COMPTABLES

1.1 Cadre général et environnement

Les comptes consolidés résumés du premier semestre 2011 ont été arrêtés par le Conseil d'Administration le 26 juillet 2011. Ces comptes sont établis en conformité avec la norme IAS 34 sur l'établissement des comptes semestriels, ainsi que les normes et interprétations comptables internationales (IAS/IFRS) adoptées par l'Union européenne en vigueur au 30 juin 2011 ; 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 21 Information sectorielle).

1.2 Évolutions du référentiel comptable

Les nouvelles normes, amendements et interprétations qui s'appliquent au groupe LVMH depuis le 1^{er} janvier 2011 sont les suivants :

- amendement d'IAS 24 sur les opérations avec les parties liées ;
- amendement d'IAS 34 précisant le contenu de l'information semestrielle.

L'application de ces textes n'a pas eu d'impacts significatifs sur les comptes consolidés résumés du premier semestre.

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

Vins et Spiritueux

En mars 2011, le Groupe a acquis la part non encore détenue du capital de sa filiale de distribution de vins et spiritueux en Russie, Moët Hennessy Whitehall, soit 50%, pour un montant de 24 millions d'euros ; 12 millions d'euros font l'objet d'un paiement différé. Moët Hennessy Whitehall était consolidée par intégration globale antérieurement à cette opération, en raison du contrôle exercé par le Groupe.

Montres et Joaillerie

Le 30 juin 2011, le Conseil d'Administration de LVMH a approuvé l'apport par la famille Bulgari de sa participation majoritaire dans la société Bulgari, société cotée à la Bourse de Milan, et a réalisé l'augmentation de capital de LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA destinée à le rémunérer.

Cette opération résulte d'un protocole d'accord entre LVMH et les actionnaires familiaux de Bulgari SpA signé le 5 mars 2011. Par ce protocole, il a été convenu que, sous réserve de réalisation de conditions suspensives, les actionnaires familiaux apporteraient à LVMH leur participation de 55 % dans Bulgari (48 % après dilution), apport rémunéré par 18 millions d'actions nouvelles émises par la société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA, soit 3,55 % du capital augmenté. Dans le cadre de ce protocole,

les actions LVMH et Bulgari ont été évaluées respectivement à 113 euros et 12,25 euros, soit une parité de 0,108 action LVMH pour une action Bulgari.

À la date du 30 juin 2011, la participation de LVMH dans Bulgari est de 76,1 % du capital (66 % après dilution), soit 230,1 millions d'actions, résultant, d'une part, des opérations précitées et, d'autre part, d'acquisitions antérieures sur le marché : 57,9 millions d'actions acquises au cours du premier trimestre 2011 et 5,9 millions d'actions déjà détenues au 31 décembre 2010.

Conformément à la réglementation boursière italienne, LVMH lancera dans les prochaines semaines une offre publique d'achat obligatoire (OPA) sur la totalité du capital résiduel, au prix de 12,25 euros par action, avec l'intention de retirer in fine la société Bulgari SpA de la cote.

Compte tenu de ce qui précède, au 30 juin 2011, seul le bilan de Bulgari à cette date est consolidé par intégration globale. Des intérêts minoritaires ont été reconnus à hauteur de 34 % du capital (après dilution). L'engagement de LVMH vis-à-vis des minoritaires, résultant de l'OPA à venir, a été comptabilisé en « Autres passifs courants », la différence entre ce montant et la quote-part des minoritaires dans les capitaux propres de Bulgari venant en déduction des réserves consolidées.

À la date de prise de contrôle, le 30 juin 2011, la valeur de la participation dans Bulgari s'établit de la façon suivante :

	Valeur à la date de prise de contrôle (en millions d'euros)	Nombre d'actions (en millions)	Valeur par action (en euros)
Prix de revient historique des actions	739	63,8	11,58
Réévaluation à la date de prise de contrôle	42		
Valeur des actions acquises antérieurement à la prise de contrôle	781	63,8	
Valeur d'apport des actions apportées par les actionnaires familiaux	2 038	166,3	12,25
Réévaluation à la date de prise de contrôle	200		
Valeur des actions apportées à la date de prise de contrôle	2 238	166,3	
Actions détenues au 30 juin 2011	3 019	230,1	

La réévaluation à 12,25 euros par action des titres acquis antérieurement à la prise de contrôle a généré un produit de 42 millions d'euros, enregistré en Autres produits et Charges opérationnels (voir Note 23). En application des normes IFRS,

les actions apportées par les actionnaires familiaux ont fait l'objet d'une réévaluation à la date de prise de contrôle soit le 30 juin 2011. L'effet de cette réévaluation a été enregistré en réserves consolidées.

L'engagement d'achat comptabilisé, portant sur les titres détenus par les actionnaires minoritaires, est calculé de la façon suivante :

	Valeur totale (en millions d'euros)	Nombre d'actions (en millions)	Valeur par action (en euros)
Actions en circulation au 30 juin 2011	886	72,4	
Actions à émettre au titre des obligations convertibles ⁽¹⁾	451	36,8	
Actions à émettre au titre des options de souscription ⁽²⁾	116	9,5	
Valeur de l'engagement d'achat	1 453	118,7	12,25

(1) Obligations émises en 2009. Conformément aux termes et conditions de l'émission, Bulgari a exercé, le 15 juillet 2011, l'option de remboursement anticipé prévue en cas de conversion de plus de 85% des obligations. Les obligations non converties le 22 août seront ainsi remboursées le 29 août.

(2) Options consenties antérieurement à la prise de contrôle par LVMH au bénéfice des dirigeants et salariés de Bulgari.

Sur la base de l'engagement d'achat des minoritaires de 1 453 millions d'euros détaillé ci-dessus et d'une quote-part d'actif net leur revenant de 846 millions d'euros, l'écart provisoire, porté en déduction des réserves consolidées, est de 607 millions d'euros.

Le tableau figurant page suivante présente les effets de l'intégration de Bulgari sur le bilan de LVMH au 30 juin 2011. Sont retenues ici les données arrêtées par le Conseil d'Administration de Bulgari le 25 juillet 2011, dans le format de publication du bilan LVMH,

avant harmonisation des principes comptables ; l'écart de première consolidation a été alloué à la marque à hauteur de 2 100 millions d'euros, sur la base d'une estimation provisoire, l'impôt différé attaché s'élevant à 680 millions d'euros. L'allocation définitive du prix payé sera réalisée au cours des prochains mois. En outre, pour les besoins de l'intégration dans les comptes consolidés de LVMH au 30 juin 2011, les obligations convertibles émises par Bulgari ont été considérées converties en actions, et les options de souscription en circulation ont été considérées exercées.

(en millions d'euros)	Actif		Prix d'acquisition et passif
Marques et autres immobilisations incorporelles, nettes	2 182	Prix d'acquisition des titres détenus au 30 juin	3 019
Ecart d'acquisition provisoire	1 375	Intérêt minoritaires	847
Immobilisations corporelles, nettes	179		
Investissements financiers	5	Dette financière à plus d'un an	75
Autres actifs non courants	59	Provisions à plus d'un an	31
Impôts différés	53	Impôts différés	691
Actifs non courants	3 853	Passifs non courants	797
Stocks et en-cours	741		
Créances clients et comptes rattachés	169	Dette financière à moins d'un an	41
Impôts sur les résultats	12	Fournisseurs et comptes rattachés	225
Autres actifs courants	90	Impôts sur les résultats	25
Trésorerie et équivalents de trésorerie	89	Provisions à moins d'un an	-
Actifs courants	1 101	Passifs courants	291
Total de l'actif	4 954	Prix d'acquisition et total du passif	4 954

Sur la base d'une valeur des titres Bulgari à la date de prise de contrôle de 3 019 millions d'euros, et d'un actif net retraité de 2 490 millions d'euros, l'écart d'acquisition provisoire, pour la part du Groupe, s'élève à 1 375 millions d'euros.

Les ventes consolidées de Bulgari au premier semestre 2011 sont de 548 millions d'euros, pour un résultat opérationnel de 15 millions d'euros, après charges non récurrentes de 16 millions d'euros liées au rapprochement avec LVMH.

Distribution sélective

La participation de Sephora dans la société détentrice des magasins Ile de Beauté, l'une des principales enseignes de distribution de Parfums et Cosmétiques en Russie, a été portée de 45 % à 65 % en juin 2011. Le partenaire de Sephora bénéficie d'une option de

Les frais d'acquisition de Bulgari ont été enregistrés en Autres produits et charges opérationnels ; ils représentent un montant de 15 millions d'euros, voir Note 23.

L'effet de ces opérations sur la trésorerie du Groupe au cours du premier semestre est un décaissement de 617 millions d'euros, net de la trésorerie acquise de 89 millions d'euros, représentant essentiellement le coût d'acquisition des titres sur le marché et les frais d'acquisition associés.

vente à Sephora portant sur le solde de 35%, exerçable par tranches de 2013 à 2016. Cette participation, antérieurement consolidée par mise en équivalence, a été consolidée par intégration globale à compter du 1^{er} juin 2011.

3. MARQUES, ENSEIGNES ET AUTRES IMMOBILISATIONS INCORPORELLES

(en millions d'euros)	30 juin 2011			31 déc. 2010	30 juin 2010
	Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net	Net
Marques	9 230	(434)	8 796	6 717	6 719
Enseignes	3 110	(1 262)	1 848	1 977	2 130
Licences de distribution	96	(71)	25	26	42
Droits au bail	347	(189)	158	109	111
Logiciels	614	(441)	173	138	120
Autres	338	(182)	156	137	125
Total	13 735	(2 579)	11 156	9 104	9 247
dont : immobilisations en location financement	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	Autres immobilisations incorporelles	Total
Au 31 décembre 2010	7 142	3 339	1 143	11 624
Acquisitions	-	-	66	66
Cessions, mises hors service	-	-	(14)	(14)
Effets des variations de périmètre	2 101	-	212	2 313
Effets des variations de change	(13)	(229)	(18)	(260)
Autres mouvements, y compris transferts	-	-	6	6
Au 30 juin 2011	9 230	3 110	1 395	13 735

Amortissements et dépréciations <i>(en millions d'euros)</i>	Marques	Enseignes	Autres immobilisations incorporelles	Total
Au 31 décembre 2010	(425)	(1 362)	(733)	(2 520)
Amortissements	(16)	-	(54)	(70)
Dépréciations	-	-	-	-
Cessions, mises hors service	-	-	12	12
Effets des variations de périmètre	-	-	(117)	(117)
Effets des variations de change	7	100	13	120
Autres mouvements, y compris transferts	-	-	(4)	(4)
Au 30 juin 2011	(434)	(1 262)	(883)	(2 579)

Valeur nette au 30 juin 2011	8 796	1 848	512	11 156
-------------------------------------	--------------	--------------	------------	---------------

Les effets des variations de change proviennent principalement des valeurs incorporelles comptabilisées en dollars US, en raison de l'évolution de la parité de celui-ci vis-à-vis de l'euro au cours du semestre. Il s'agit notamment de l'enseigne DFS et de la marque Donna Karan.

Les effets des variations de périmètre sont principalement liés à l'acquisition de Bulgari. Voir Note 2.

4. ÉCARTS D'ACQUISITION

<i>(en millions d'euros)</i>	30 juin 2011			31 déc. 2010	30 juin 2010
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Écarts d'acquisition sur titres consolidés	5 965	(1 090)	4 875	3 409	3 466
Écarts d'acquisition sur engagements d'achat de titres de minoritaires	1 541	-	1 541	1 618	942
Total	7 506	(1 090)	6 416	5 027	4 408

Voir également Note 18 pour les écarts d'acquisition sur engagements d'achat de titres de minoritaires.

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

(en millions d'euros)	30 juin 2011			31 déc. 2010	30 juin 2010
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Au 1^{er} janvier	6 143	(1 116)	5 027	4 270	4 270
Effets des variations de périmètre	1 529	-	1 529	21	2
Variation des engagements d'achat de titres de minoritaires	(89)	-	(89)	702	37
Variation des dépréciations	-	(18)	(18)	(54)	(18)
Effets des variations de change	(77)	44	(33)	88	117
À la clôture	7 506	(1 090)	6 416	5 027	4 408

Les effets des variations de périmètre sont principalement liés à l'acquisition de Bulgari. Voir Note 2.

5. IMMOBILISATIONS CORPORELLES

(en millions d'euros)	30 juin 2011			31 déc. 2010	30 juin 2010
	Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net	Net
Terrains	888	-	888	916	938
Terres à vignes et vignobles	1 920	(92)	1 828	1 828	1 630
Constructions	1 777	(809)	968	988	944
Immeubles locatifs	351	(62)	289	297	303
Installations techniques, matériels et outillages	5 355	(3 578)	1 777	1 704	1 720
Autres immobilisations corporelles et en-cours	1 721	(494)	1 227	1 000	963
Total	12 012	(5 035)	6 977	6 733	6 498
dont : immobilisations en location financement	237	(132)	105	115	127
coût historique des terres à vignes et vignobles	632	(93)	539	538	536

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

Valeur brute (en millions d'euros)	Terres à vignes et vignobles	Terrains et constructions	Immeubles locatifs	Installations techniques, matériels et outillages	Autres immobilisations corporelles et en-cours	Total
Au 31 décembre 2010	1 919	2 697	358	4 858	1 522	11 354
Acquisitions	6	27	-	150	337	520
Variation de la valeur de marché des terres à vignes	2	-	-	-	-	2
Cessions, mises hors service	(1)	(7)	-	(63)	(17)	(88)
Effets des variations de périmètre	-	19	-	446	35	500
Effets des variations de change	(7)	(73)	(7)	(147)	(43)	(277)
Autres mouvements, y compris transferts	1	2	-	111	(113)	1
Au 30 juin 2011	1 920	2 665	351	5 355	1 721	12 012

Amortissements et dépréciations (en millions d'euros)	Terres à vignes et vignobles	Terrains et constructions	Immeubles locatifs	Installations techniques, matériels et outillages	Autres immobilisations corporelles et en-cours	Total
Au 31 décembre 2010	(91)	(793)	(61)	(3 154)	(522)	(4 621)
Amortissements	(3)	(30)	(2)	(247)	(35)	(317)
Dépréciations	-	-	-	-	-	-
Cessions, mises hors service	1	5	-	63	8	77
Effets des variations de périmètre	-	(8)	-	(301)	(3)	(312)
Effets des variations de change	1	17	1	96	23	138
Autres mouvements, y compris transferts	-	-	-	(35)	35	-
Au 30 juin 2011	(92)	(809)	(62)	(3 578)	(494)	(5 035)
Valeur nette au 30 juin 2011	1 828	1 856	289	1 777	1 227	6 977

Les effets des variations de périmètre sont principalement liés à l'acquisition de Bulgari. Voir Note 2.

Les acquisitions d'immobilisations corporelles incluent les investissements de Louis Vuitton et Sephora dans leurs réseaux de distribution, ceux de Hennessy et des Maisons de champagne dans leurs outils de production, ainsi que des investissements immobiliers affectés à l'exploitation commerciale.

6. PARTICIPATIONS MISES EN ÉQUIVALENCE

(en millions d'euros)	30 juin 2011			31 déc. 2010	30 juin 2010
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Part dans l'actif net des participations mises en équivalence au 1^{er} janvier	223	-	223	213	213
Part dans le résultat de la période	2	-	2	7	4
Dividendes versés	(7)	-	(7)	(5)	(5)
Effets des variations de périmètre	(109)	-	(109)	-	-
Effets des variations de change	(1)	-	(1)	8	16
Part dans l'actif net des participations mises en équivalence à la clôture	108	-	108	223	228

Les effets des variations de périmètre proviennent de la consolidation par intégration globale de Ile de Beauté, consolidée par mise en équivalence jusqu'à cette date. Voir Note 2.

Au 30 juin 2011, les titres mis en équivalence comprennent principalement :

- une participation de 40 % dans Mongoual SA, société immobilière propriétaire d'un immeuble de bureaux à Paris (France), siège social de la société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA ;
- une participation de 49 % dans Edun, société associant mode, commerce équitable et développement durable.

7. INVESTISSEMENTS FINANCIERS

(en millions d'euros)	30 juin 2011			31 déc. 2010	30 juin 2010
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Total	5 292	(123)	5 169	3 891	569

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

(en millions d'euros)	30 juin 2011		31 déc. 2010	30 juin 2010
	Total	Dont Hermès		
Au 1^{er} janvier	3 891	3 345	540	540
Acquisitions	219	196	2 756	7
Cessions à valeur de vente	(2)	-	(70)	(18)
Variations de valeur de marché	1 078	1 068	(114)	31
Variation des dépréciations	(2)	-	(12)	(5)
Reclassement de « Autres actifs non courants » à « Investissements financiers »	-	-	775	(13)
Autres reclassements	-	-	(3)	(11)
Effets des variations de périmètre	5	-	-	-
Effets des variations de change	(20)	-	19	38
À la clôture	5 169	4 609	3 891	569

Au cours du semestre, la participation de LVMH dans Hermès International SCA a été portée de 20,2 % à 21,4 % du capital par acquisition de titres sur le marché.

Au 30 juin 2011, le cours de l'action Hermès International SCA à la Bourse de Paris, retenu pour la valorisation de la participation, est de 203,90 euros (156,75 euros au 31 décembre 2010).

8. STOCKS ET EN-COURS

(en millions d'euros)	30 juin 2011	31 déc. 2010	30 juin 2010
Vins et eaux-de-vie en cours de vieillissement	3 203	3 235	3 207
Autres matières premières et en-cours	1 256	747	814
	4 459	3 982	4 021
Marchandises	718	659	635
Produits finis	2 714	2 015	2 204
	3 432	2 674	2 839
Valeur brute	7 891	6 656	6 860
Provision pour dépréciation	(736)	(665)	(688)
Valeur nette	7 155	5 991	6 172

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

(en millions d'euros)	30 juin 2011			31 déc. 2010	30 juin 2010
	Brut	Dépréciation	Net	Net	Net
Au 1^{er} janvier	6 656	(665)	5 991	5 644	5 644
Variation du stock brut	506	-	506	126	156
Effets de la mise à valeur de marché des vendanges	14	-	14	(3)	4
Variation de la provision pour dépréciation	-	(17)	(17)	16	5
Effets des variations de périmètre	876	(64)	812	(39)	(2)
Effets des variations de change	(156)	10	(146)	254	369
Reclassements	(5)	-	(5)	(7)	(4)
À la clôture	7 891	(736)	7 155	5 991	6 172

Les effets des variations de périmètre proviennent principalement de l'acquisition de Bulgari. Voir également Note 2.

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

(en millions d'euros)	30 juin 2011	31 déc. 2010	30 juin 2010
Mise à valeur de marché de la récolte de l'exercice	27	36	18
Effets des sorties de stocks	(13)	(39)	(14)
Incidence nette sur le coût des ventes de la période	14	(3)	4

9. CLIENTS

(en millions d'euros)	30 juin 2011	31 déc. 2010	30 juin 2010
Créances à valeur nominale	1 592	1 769	1 379
Provision pour dépréciation	(61)	(57)	(60)
Provision pour retours et reprises de produits	(132)	(147)	(155)
Montant net	1 399	1 565	1 164

Au 30 juin 2011, la répartition de la valeur brute et de la provision pour dépréciation des créances clients, en fonction de leur ancienneté, s'analyse de la façon suivante :

(en millions d'euros)		Valeur brute des créances	Dépréciation	Valeur nette des créances
Non échues :	moins de 3 mois	1 342	(7)	1 335
	plus de 3 mois	38	(1)	37
		1 380	(8)	1 372
Échues :	moins de 3 mois	113	(8)	105
	plus de 3 mois	99	(45)	54
		212	(53)	159
Total		1 592	(61)	1 531

10. AUTRES ACTIFS COURANTS

(en millions d'euros)	30 juin 2011	31 déc. 2010	30 juin 2010
Placements financiers	406	219	260
Instruments dérivés	333	209	360
Créances d'impôts et taxes, hors impôt sur les résultats	330	271	250
Fournisseurs : avances et acomptes	129	142	95
Charges constatées d'avance	241	191	207
Autres créances, nettes	303	223	238
Total	1 742	1 255	1 410

Voir également Note 11 Placements financiers et Note 20 Instruments financiers et gestion des risques de marché.

11. PLACEMENTS FINANCIERS

(en millions d'euros)	30 juin 2011	31 déc. 2010	30 juin 2010
Valeurs mobilières de placement non cotées, parts de SICAV et de fonds non monétaires	268	32	106
Valeurs mobilières de placement cotées	138	187	154
Total	406	219	260
dont coût historique des placements financiers	400	280	374

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

(en millions d'euros)	30 juin 2011	31 déc. 2010	30 juin 2010
Au 1^{er} janvier	219	218	218
Acquisitions	255	55	54
Cessions à valeur de vente	(26)	(106)	(48)
Variations de valeur de marché	28	74	35
Variation du montant des dépréciations	5	(26)	(21)
Reclassement de/(en) « Investissements financiers » ⁽¹⁾	-	-	13
Effets des variations de périmètre ⁽²⁾	(72)	-	-
Effets des variations de change	(3)	4	9
À la clôture	406	219	260

(1) Voir Note 7.

(2) Effets liés à l'acquisition de Bulgari. Voir Note 2.

12. TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE

(en millions d'euros)	30 juin 2011	31 déc. 2010	30 juin 2010
Dépôts à terme à moins de trois mois	1 532	545	225
Parts de SICAV et FCP monétaires	412	141	95
Comptes bancaires	1 405	1 606	1 577
Trésorerie et équivalents de trésorerie au bilan	3 349	2 292	1 897

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

(en millions d'euros)	30 juin 2011	31 déc. 2010	30 juin 2010
Trésorerie et équivalents de trésorerie	3 349	2 292	1 897
Découverts bancaires	(310)	(250)	(147)
Trésorerie nette du tableau de variation de trésorerie	3 039	2 042	1 750

13. CAPITAUX PROPRES

13.1 Capital

Au 30 juin 2011, le capital est constitué de 507 669 865 actions (490 642 232 au 31 décembre 2010, 489 982 207 au 30 juin 2010), entièrement libérées, au nominal de 0,30 euro ; 225 290 011 actions bénéficient d'un droit de vote double (225 670 153 au 31 décembre 2010, 227 354 918 au 30 juin 2010), accordé aux actions détenues sous forme nominative depuis plus de trois ans.

Au cours du semestre, 18 037 011 actions ont été émises en rémunération de l'apport d'actions Bulgari par les actionnaires familiaux (voir Note 2), 674 521 actions ont été émises en contrepartie de l'exercice de levées d'options de souscription et 1 683 899 actions ont été annulées.

13.2 Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH

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

(en millions d'euros)	30 juin 2011		31 déc. 2010	30 juin 2010
	Nombre	Valeur	Valeur	Valeur
Plans d'options de souscription	7 409 694	350	429	468
Plans d'options d'achat	287 815	21	41	92
Plans d'attribution d'actions gratuites	1 068 684	59	42	42
Autres plans ⁽¹⁾	1 089 910	54	70	65
Couverture des plans d'options et assimilés ⁽²⁾	9 856 103	484	582	667
Contrat de liquidité	136 000	16	13	9
Actions LVMH	9 992 103	500	595	676
Calls sur actions LVMH ⁽³⁾	300 000	12	12	71
Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH	10 292 103	512	607	747

(1) Les « Autres plans » correspondent aux plans futurs.

(2) Voir Note 14 relative aux plans d'options et assimilés.

(3) Nombre d'actions pouvant être obtenues en cas d'exercice de la totalité des calls en vie à la clôture et montant des primes versées au titre de ces contrats.

Au 30 juin 2011, la valeur boursière des actions LVMH détenues dans le cadre du contrat de liquidité est de 17 millions d'euros.

Au cours de la période, les mouvements de portefeuille ont été les suivants :

Actions LVMH

(en millions d'euros)	Nombre	Valeur	Effet sur la trésorerie
Au 31 décembre 2010	11 939 973	595	
Achats d'actions, y.c. par exercice de calls	1 262 954	145	(145)
Exercices d'options d'achat	(155 992)	(11)	8
Attribution définitive d'actions gratuites	(143 979)	(7)	-
Annulation d'actions	(1 683 899)	(79)	-
Cessions à valeur de vente	(1 226 954)	(143)	142
Plus-value/(moins-value) de cession		-	-
Au 30 juin 2011	9 992 103	500	5

Calls sur actions LVMH

(en millions d'euros)	Nombre	Valeur	Effet sur la trésorerie
Au 31 décembre 2010	300 000	12	
Achat de calls	-	-	-
Exercice de calls	-	-	-
Au 30 juin 2011	300 000	12	-

13.3 Dividendes versés par la société mère LVMH SA

(en millions d'euros, sauf données par action, en euros)	30 juin 2011	31 déc. 2010	30 juin 2010
Acompte au titre de l'exercice en cours (2010 : 0,70 euro)	-	343	-
Effet des actions auto-détenues	-	(8)	-
	-	335	-
Solde au titre de l'exercice précédent (2010 : 1,40 euro ; 2009 : 1,30 euro)	685	636	636
Effet des actions auto-détenues	(14)	(18)	(18)
	671	618	618
Montant brut total versé au cours de la période ⁽¹⁾	671	953	618

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

Le solde du dividende au titre de l'exercice 2010 a été versé le 25 mai 2011, conformément aux résolutions de l'Assemblée Générale des actionnaires du 31 mars 2011.

Le Conseil d'Administration a approuvé la mise en paiement, en décembre 2011, d'un acompte sur dividende au titre de l'exercice 2011 de 0,80 euro.

13.4 Écarts de conversion

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

(en millions d'euros)	30 juin 2011	Variation	31 déc. 2010	30 juin 2010
Dollar US	(344)	(196)	(148)	95
Franc suisse	438	62	376	267
Yen japonais	108	(44)	152	150
Hong Kong dollar	(84)	(127)	43	103
Livre sterling	(92)	(19)	(73)	(51)
Autres devises	11	(41)	52	74
Couvertures d'actifs nets en devises	(73)	99	(172)	(189)
Total, part du Groupe	(36)	(266)	230	449

14. PLANS D'OPTIONS ET ASSIMILÉS

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

Le nombre d'options non exercées, dans le cadre des plans restant ouverts au 30 juin 2011, provient des évolutions suivantes :

14.1 Plans d'options d'achat

	Nombre	Prix d'exercice moyen pondéré (en euros)
Options d'achat restant à exercer au 1^{er} janvier	915 482	47,15
Options devenues caduques	(171 675)	65,12
Options exercées	(155 992)	50,17
Options d'achat restant à exercer au 30 juin	587 815	41,11

14.2 Plans d'options de souscription

	Nombre	Prix d'exercice moyen pondéré (en euros)
Options de souscription restant à exercer au 1^{er} janvier	8 084 215	68,79
Options devenues caduques	-	-
Options exercées	(674 521)	61,49
Options de souscription restant à exercer au 30 juin	7 409 694	69,45

14.3 Plans d'attribution d'actions gratuites

	Nombre
Attributions provisoires au 1^{er} janvier	770 611
Nouvelles attributions provisoires	442 052
Attributions devenues caduques	-
Attributions devenues définitives	(143 979)
Attributions provisoires au 30 juin	1 068 684

Le plan d'attribution d'actions gratuites mis en place le 31 mars 2011, portant sur 442 052 actions, présente les caractéristiques suivantes :

- la période d'acquisition des droits est de 3 ans pour les bénéficiaires ayant leur résidence fiscale en France et de 4 ans pour ceux ayant leur résidence fiscale à l'étranger ;

14.4 Charge de la période

(en millions d'euros)	30 juin 2011	31 déc. 2010	30 juin 2010
Plans d'options de souscription, d'achat et d'attribution d'actions gratuites	25	44	22
Plans de rémunérations liées au cours de l'action LVMH dénoués en numéraire	1	6	2
Charge de la période	26	50	24

Pour les besoins de la détermination de la charge du semestre, les données suivantes ont été retenues :

- le cours de bourse de l'action LVMH à la date d'attribution des plans 2011 était de 111,65 euros ;
- la volatilité du cours de l'action LVMH est déterminée sur la base de la volatilité implicite observée.

- l'attribution définitive des actions est assortie, pour un nombre d'actions variable selon les bénéficiaires, de conditions de performance ; la quote-part d'actions concernées n'est attribuée que dans la mesure où, pour chacun des exercices 2011 et 2012, l'un ou l'autre des indicateurs suivants : résultat opérationnel courant, trésorerie issue des opérations et investissements d'exploitation, taux de marge opérationnelle courante du Groupe, enregistre une variation positive par rapport à l'exercice 2010. Les conditions de performance ont été considérées comme satisfaites en 2011 et 2012 pour la détermination de la charge du premier semestre 2011.

Les attributions devenues définitives au cours du semestre proviennent de la remise d'actions existantes.

La valeur unitaire des attributions provisoires d'actions gratuites en 2011 est de 105 euros pour les bénéficiaires ayant leur résidence fiscale en France et de 102,57 euros pour les bénéficiaires ayant leur résidence fiscale hors de France.

15. INTÉRÊTS MINORITAIRES

(en millions d'euros)	30 juin 2011	31 déc. 2010	30 juin 2010
Au 1^{er} janvier	1 006	989	989
Part des minoritaires dans le résultat	153	287	94
Dividendes versés aux minoritaires	(140)	(158)	(124)
Effets des prises et pertes de contrôle dans les entités consolidées :			
consolidation de Bulgari	847	-	-
consolidation de Ile de Beauté	(2)	-	-
autres mouvements	-	(3)	-
Effets des acquisitions et cessions de titres de minoritaires :			
acquisition de titres de minoritaires de la Samaritaine	-	(104)	-
acquisition de titres de minoritaires de Moët Hennessy Whitehall	(13)	-	-
autres mouvements	1	-	-
Total des effets des variations de pourcentage d'intérêt dans les entités consolidées	833	(107)	-
Augmentations de capital souscrites par les minoritaires	-	1	1
Part des minoritaires dans les gains et pertes enregistrés en capitaux propres	(45)	88	128
Part des minoritaires dans les charges liées aux plans d'options	2	3	2
Effets des engagements d'achat de titres de minoritaires	(912)	(97)	33
À la clôture	897	1 006	1 123

Les effets des engagements d'achat de titres de minoritaires incluent, à hauteur de (846) millions d'euros, l'annulation des intérêts minoritaires de Bulgari suite à la comptabilisation de l'engagement d'achat résultant de l'OPA à venir. Voir Note 2.

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

(en millions d'euros)	Écarts de conversion	Couverture de flux de trésorerie futurs en devises	Terres à vignes	Total part des minoritaires
Au 31 décembre 2010	(43)	5	146	108
Variations de la période	(55)	10	-	(45)
Au 30 juin 2011	(98)	15	146	63

16. EMPRUNTS ET DETTE FINANCIÈRE

16.1 Dette financière nette

(en millions d'euros)	30 juin 2011	31 déc. 2010	30 juin 2010
Emprunts obligataires et Euro Medium Term Notes (EMTN)	3 193	2 776	3 532
Emprunts bancaires et crédit-bail	717	656	612
Dette financière à plus d'un an	3 910	3 432	4 144
Emprunts obligataires et Euro Medium Term Notes (EMTN)	1 520	815	46
Billets de trésorerie	1 627	272	-
Découverts bancaires	310	250	147
Autres dettes financières à moins d'un an	465	497	501
Dette financière à moins d'un an	3 922	1 834	694
Dette financière brute	7 832	5 266	4 838
Instruments dérivés liés au risque de taux d'intérêt	(61)	(82)	(98)
Autres dérivés	-	5	28
Dette financière brute après effet des instruments dérivés	7 771	5 189	4 768
Placements financiers	(406)	(219)	(260)
Autres actifs financiers courants	-	-	(46)
Trésorerie et équivalents de trésorerie	(3 349)	(2 292)	(1 897)
Dette financière nette	4 016	2 678	2 565

La dette financière nette n'inclut pas les engagements d'achat de titres de minoritaires, classés en « Autres passifs non courants », ni l'engagement résultant de l'offre publique d'achat des minoritaires de Bulgari, classé en « Autres passifs courants » (voir Notes 2 et 18).

Au cours du semestre, LVMH a procédé à une émission obligataire publique, comportant deux tranches de 500 millions d'euros chacune. Ces tranches, émises respectivement à

99,617 % et 99,484 % du pair, sont remboursables in fine au pair en avril 2015 et en avril 2018 ; les taux d'intérêt effectifs sont de, respectivement, 3,47 % et 4,08 %. Ces emprunts ont fait l'objet d'un swap de taux à l'émission.

En outre, LVMH a émis, dans le cadre de placements privés, des emprunts obligataires en dollar US, rémunérés à taux variable, pour un montant total équivalent à 173 millions d'euros, remboursables en juillet 2013.

16.2 Analyse de la dette financière brute par échéance et par nature de taux

(en millions d'euros)	Dette financière brute			Effets des instruments dérivés			Dette financière brute après effets des instruments dérivés		
	Taux fixe	Taux variable	Total	Taux fixe	Taux variable	Total	Taux fixe	Taux variable	Total
Échéance : 2011	2 709	231	2 940	(1 685)	1 660	(25)	1 024	1 891	2 915
2012	958	90	1 048	(760)	764	4	198	854	1 052
2013	557	335	892	74	(72)	2	631	263	894
2014	1 066	173	1 239	(1 000)	986	(14)	66	1 159	1 225
2015	933	3	936	(750)	737	(13)	183	740	923
2016	19	17	36	-	-	-	19	17	36
Au-delà	739	2	741	(650)	635	(15)	89	637	726
Total	6 981	851	7 832	(4 771)	4 710	(61)	2 210	5 561	7 771

Voir Note 20.2 concernant les valeurs de marché des instruments de taux d'intérêt.

16.3 Analyse de la dette financière brute par devise après effets des instruments dérivés

(en millions d'euros)	30 juin 2011	31 déc. 2010	30 juin 2010
Euro	6 085	3 587	3 340
Dollar US	178	221	154
Franc suisse	1 029	988	903
Yen japonais	261	208	206
Autres devises	218	185	165
Total	7 771	5 189	4 768

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

17. PROVISIONS

(en millions d'euros)	30 juin 2011	31 déc. 2010	30 juin 2010
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés	286	261	265
Provisions pour risques et charges	925	886	717
Provisions pour réorganisation	15	20	24
Part à plus d'un an	1 226	1 167	1 006
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés	9	9	8
Provisions pour risques et charges	257	274	274
Provisions pour réorganisation	41	56	66
Part à moins d'un an	307	339	348
Total	1 533	1 506	1 354

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

(en millions d'euros)	31 déc. 2010	Dotations	Utilisations	Reprises	Variations de périmètre	Autres (dont écarts de conversion)	30 juin 2011
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés	270	21	(8)	-	19	(7)	295
Provisions pour risques et charges	1 160	81	(51)	(18)	14	(4)	1 182
Provisions pour réorganisation	76	1	(19)	(1)	-	(1)	56
Total	1 506	103	(78)	(19)	33	(12)	1 533
dont : résultat opérationnel courant		72	(45)	(13)			
résultat financier		-	-	-			
autres		31	(33)	(6)			

18. AUTRES PASSIFS NON COURANTS

(en millions d'euros)	30 juin 2011	31 déc. 2010	30 juin 2010
Engagements d'achat de titres de minoritaires	3 718	3 686	2 865
Instruments dérivés	-	2	32
Participation du personnel aux résultats ⁽¹⁾	72	88	72
Autres dettes	175	171	177
Total	3 965	3 947	3 146

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

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

Au 30 juin 2011, les engagements d'achat de titres de minoritaires sont constitués, à titre principal, de l'engagement de LVMH vis-à-vis de Diageo plc pour la reprise de sa participation de 34 % dans Moët Hennessy, avec un préavis de six mois, pour un montant

égal à 80 % de sa valeur de marché à la date d'exercice de la promesse. Dans le calcul de l'engagement, la valeur de marché a été déterminée par référence à des multiples boursiers de sociétés comparables, appliqués aux données opérationnelles consolidées de Moët Hennessy.

Les engagements d'achat de titres de minoritaires incluent en outre les engagements relatifs aux minoritaires de Benefit (20 %), de Royal Van Lent (10 %) et aux minoritaires de Sephora dans certains pays.

19. AUTRES PASSIFS COURANTS

(en millions d'euros)	30 juin 2011	31 déc. 2010	30 juin 2010
Instruments dérivés	45	145	304
Personnel et organismes sociaux	656	687	561
Participation du personnel aux résultats ⁽¹⁾	45	72	41
Etat et collectivités locales : impôts et taxes, hors impôt sur les résultats	264	317	251
Clients : avances et acomptes versés	196	203	206
Différé de règlement d'immobilisations corporelles ou financières	76	177	138
Produits constatés d'avance	100	76	66
Autres dettes ⁽²⁾	1 856	466	408
Total	3 238	2 143	1 975

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

(2) Ce montant inclut un passif de 1 453 millions d'euros au titre de l'engagement résultant de l'offre publique d'achat des minoritaires de Bulgari. Voir Note 2.

Les instruments dérivés sont analysés en Note 20.

20. INSTRUMENTS FINANCIERS ET GESTION DES RISQUES DE MARCHÉ

Les instruments financiers utilisés par le Groupe ont pour objet principal la couverture des risques liés à son activité et à son patrimoine. La gestion de ces instruments s'effectue principalement de façon centralisée. Les contreparties sont sélectionnées en fonction de leur notation internationale, dans un souci de diversification.

20.1 Synthèse des instruments dérivés

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

(en millions d'euros)		Notes	30 juin 2011	31 déc. 2010	30 juin 2010
Risque de taux d'intérêt					
Actifs :	non courants		36	41	91
	courants		42	66	40
Passifs :	non courants		-	(1)	(16)
	courants		(17)	(24)	(17)
		20.2	61	82	98
Risque de change					
Actifs :	non courants		19	8	1
	courants		284	139	101
Passifs :	non courants		-	(1)	(16)
	courants		(27)	(121)	(259)
		20.3	276	25	(173)
Autres risques					
Actifs :	non courants		22	12	3
	courants		7	4	219
Passifs :	non courants		-	-	-
	courants		(1)	-	(28)
			28	16	194
Total					
Actifs :	non courants		77	61	95
	courants	10	333	209	360
Passifs :	non courants	18	-	(2)	(32)
	courants	19	(45)	(145)	(304)
			365	123	119

Dans le cadre de sa gestion du risque de taux lié à la dette financière nette globale, le Groupe utilise des instruments dérivés de taux à nature ferme (swaps) ou conditionnelle (caps et floors). L'objectif de la politique de gestion menée est de prémunir le résultat contre une hausse rapide et sensible des taux d'intérêt.

Les instruments de couverture du risque de change ont pour objet de réduire les risques de change issus des variations de parité des devises dans lesquelles sont libellées les ventes ainsi que certains des achats des sociétés du Groupe par rapport à leur monnaie fonctionnelle, et sont affectés soit aux créances ou dettes commerciales de l'exercice, soit sous certaines conditions aux transactions prévisionnelles des exercices suivants. Ces instruments ont également pour objet la couverture des situations nettes des

filiales situées hors zone euro, afin de limiter l'effet des variations de parité des devises concernées sur les capitaux propres du Groupe, exprimés en euros.

Enfin, le Groupe peut utiliser des instruments dérivés sur actions ayant pour objet de construire synthétiquement une exposition économique à des actifs particuliers, ou de couvrir les plans de rémunérations liées au cours de l'action LVMH et dénouées en numéraire. La valeur comptable retenue pour ces instruments, qui ne font pas l'objet de cotation, correspond à l'estimation, fournie par la contrepartie, de la valorisation à la date de la clôture. Au 30 juin 2011, une variation uniforme de 1 % des cours des sous-jacents de ces instruments financiers aurait un effet net sur le résultat du Groupe d'environ 0,3 million d'euros.

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

Les instruments dérivés liés à la gestion du risque de taux en vie au 30 juin 2011 sont les suivants :

(en millions d'euros)	Montants nominaux par échéance				Valeur de marché ⁽¹⁾		
	2011	2012 à 2016	Au-delà de 2016	Total	Couverture de juste valeur	Non affectés	Total
Swaps de taux en euros :							
- payeur de taux fixe	-	161	-	161	-	(5)	(5)
- payeur de taux variable	1 685	2 601	650	4 936	63	-	63
- taux variable/taux variable	-	152	-	152	-	1	1
Swaps de devises	-	291	-	291	-	2	2
Total					63	(2)	61

(1) Gain/(Perte).

20.3 Instruments dérivés liés à la gestion du risque de change

Les instruments dérivés liés à la gestion du risque de change en vie au 30 juin 2011 sont les suivants :

(en millions d'euros)	Montants nominaux par exercice d'affectation				Valeur de marché ⁽¹⁾				
	2011	2012	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	69	21	-	90	1	2	-	1	4
Put JPY	47	60	-	107	-	-	-	-	-
Autres	66	-	-	66	-	3	-	-	3
	182	81	-	263	1	5	-	1	7
Tunnels									
Vendeur USD	1 799	1 258	-	3 057	41	164	-	22	227
Vendeur JPY	194	101	-	295	1	11	-	-	12
Autres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	1 993	1 359	-	3 352	42	175	-	22	239
Contrats à terme ⁽²⁾									
USD	(7)	-	-	(7)	1	-	-	-	1
JPY	130	142	-	272	4	11	-	-	15
GBP	(5)	-	-	(5)	-	-	-	-	-
Autres	51	(13)	-	38	(1)	(2)	-	-	(3)
	169	129	-	298	4	9	-	-	13
Swaps cambistes ⁽²⁾									
USD	1 636	-	-	1 636	-	-	27	-	27
CHF	310	-	-	310	-	-	(12)	(5)	(17)
GBP	(4)	-	-	(4)	-	-	-	2	2
JPY	(64)	-	-	(64)	-	-	-	8	8
Autres	31	-	-	31	-	-	(1)	(2)	(3)
	1 909	-	-	1 909	-	-	14	3	17
Total					47	189	14	26	276

(1) Gain/(Perte).

(2) Vente/(Achat).

21. INFORMATION SECTORIELLE

21.1 Informations par groupe d'activités

Premier semestre 2011

L'activité de Bulgari porte notamment sur les Montres et Joaillerie, les Parfums et Cosmétiques, ainsi que la maroquinerie. En raison du mode de management des marques au sein du groupe LVMH, et d'un reporting interne fondé sur des secteurs d'activité, qui regroupent les données propres à chaque marque, Bulgari est consolidée dans le groupe d'activités Montres et Joaillerie.

Au 30 juin 2011, seuls les actifs et passifs de Bulgari sont présentés dans les tableaux ci-dessous, à l'exclusion de toute donnée relative à l'activité au cours du semestre.

(en millions d'euros)	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres et Holdings	Éliminations et non affecté ⁽¹⁾	Total
Ventes hors Groupe	1 430	3 953	1 373	566	2 821	149	-	10 292
Ventes entre groupes d'activités	5	18	145	10	10	8	(196)	-
Total des ventes	1 435	3 971	1 518	576	2 831	157	(196)	10 292
Résultat opérationnel courant	413	1 381	181	85	287	(114)	(10)	2 223
Autres produits et charges opérationnels	(7)	(16)	(3)	-	(22)	2	-	(46)
Investissements d'exploitation ⁽²⁾	68	150	69	27	68	204	-	586
Charges d'amortissement	44	158	51	19	97	18	-	387
Charges de dépréciation	-	10	-	-	3	5	-	18
Marques, enseignes, licences et écarts d'acquisition ⁽³⁾	2 776	4 591	895	5 248	2 715	860	-	17 085
Stocks	3 748	869	338	1 208	1 014	72	(94)	7 155
Autres actifs opérationnels	2 466	2 059	691	939	1 418	3 127	9 637 ⁽⁴⁾	20 337
Total actif	8 990	7 519	1 924	7 395	5 147	4 059	9 543	44 577
Capitaux propres	-	-	-	-	-	-	21 189	21 189
Passifs opérationnels	903	1 268	862	575	1 082	650	18 048 ⁽⁵⁾	23 388
Total passif et capitaux propres	903	1 268	862	575	1 082	650	39 237	44 577

Exercice 2010

(en millions d'euros)	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres et Holdings	Éliminations et non affecté ⁽¹⁾	Total
Ventes hors Groupe	3 252	7 549	2 806	970	5 360	383	-	20 320
Ventes entre groupes d'activités	9	32	270	15	18	26	(370)	-
Total des ventes	3 261	7 581	3 076	985	5 378	409	(370)	20 320
Résultat opérationnel courant	930	2 555	332	128	536	(141)	(19)	4 321
Autres produits et charges opérationnels	(21)	(30)	(39)	(3)	(26)	(33)	-	(152)
Investissements d'exploitation ⁽²⁾	97	351	112	47	194	183	-	984
Charges d'amortissement	97	314	106	29	201	38	-	785
Charges de dépréciation	-	21	-	-	17	16	-	54
Marques, enseignes, licences et écarts d'acquisition ⁽³⁾	2 853	4 675	911	1 712	2 729	867	-	13 747
Stocks	3 626	770	275	403	935	70	(88)	5 991
Autres actifs opérationnels	2 700	2 034	686	336	1 485	2 689	7 496 ⁽⁴⁾	17 426
Total actif	9 179	7 479	1 872	2 451	5 149	3 626	7 408	37 164
Capitaux propres	-	-	-	-	-	-	18 204	18 204
Passifs opérationnels	1 069	1 334	971	221	1 188	641	13 536 ⁽⁵⁾	18 960
Total passif et capitaux propres	1 069	1 334	971	221	1 188	641	31 740	37 164

Premier semestre 2010

(en millions d'euros)	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres et Holdings	Éliminations et non affecté ⁽¹⁾	Total
Ventes hors Groupe	1 299	3 502	1 311	437	2 410	140	-	9 099
Ventes entre groupes d'activités	3	14	130	6	9	11	(173)	-
Total des ventes	1 302	3 516	1 441	443	2 419	151	(173)	9 099
Résultat opérationnel courant	326	1 179	181	49	176	(81)	(14)	1 816
Autres produits et charges opérationnels	(4)	(11)	(28)	(1)	(7)	(12)	-	(63)
Investissements d'exploitation ⁽²⁾	38	148	48	24	75	62	(9)	386
Charges d'amortissement	46	144	51	14	91	20	-	366
Charges de dépréciation	-	10	-	-	3	5	-	18
Marques, enseignes, licences et écarts d'acquisition ⁽³⁾	2 302	4 709	950	1 614	2 835	889	-	13 299
Stocks	3 700	822	278	405	916	137	(86)	6 172
Autres actifs opérationnels	2 261	1 911	610	300	1 435	2 633	4 608 ⁽⁴⁾	13 758
Total actif	8 263	7 442	1 838	2 319	5 186	3 659	4 522	33 229
Capitaux propres	-	-	-	-	-	-	16 491	16 491
Passifs opérationnels	900	1 291	865	213	987	552	11 930 ⁽⁵⁾	16 738
Total passif et capitaux propres	900	1 291	865	213	987	552	28 421	33 229

(1) 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.

(2) Les investissements d'exploitation sont constitués des montants comptabilisés en immobilisations au cours de l'exercice, non des décaissements effectués.

(3) Les marques, enseignes, licences et écarts d'acquisition sont constitués des montants nets figurant en Notes 3 et 4.

(4) Les actifs non affectés incluent les titres mis en équivalence, les investissements et placements financiers, les autres actifs à caractère financier et les créances d'impôt sur les sociétés. Au 30 juin 2011, ils incluent la participation de 21,4 % dans Hermès International soit 4 609 millions d'euros (3 345 au 31 décembre 2010, 568 au 30 juin 2010 dont 489 en « Autres actifs non courants » et 79 en « Investissements financiers »), voir Note 7.

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

21.2 Informations par zone géographique

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

(en millions d'euros)	30 juin 2011	31 déc. 2010	30 juin 2010
France	1 302	2 725	1 247
Europe (hors France)	1 957	4 236	1 757
États-Unis	2 308	4 611	2 079
Japon	810	1 784	819
Asie (hors Japon)	2 881	4 991	2 335
Autres pays	1 034	1 973	862
Ventes	10 292	20 320	9 099

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

(en millions d'euros)	30 juin 2011	31 déc. 2010	30 juin 2010
France	360	389	169
Europe (hors France)	70	230	82
États-Unis	63	134	47
Japon	13	31	7
Asie (hors Japon)	64	152	65
Autres pays	16	48	16
Investissements d'exploitation ⁽¹⁾	586	984	386

(1) Les investissements d'exploitation sont constitués des montants comptabilisés en immobilisations au cours de la période, non des décaissements effectués pendant cette période.

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.

21.3 Informations trimestrielles

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

(en millions d'euros)	30 juin 2011			30 juin 2010		
	Premier trimestre	Deuxième trimestre	Total	Premier trimestre	Deuxième trimestre	Total
Vins et Spiritueux	762	673	1 435	635	667	1 302
Mode et Maroquinerie	2 029	1 942	3 971	1 729	1 787	3 516
Parfums et Cosmétiques	803	715	1 518	736	705	1 441
Montres et Joaillerie	261	315	576	204	239	443
Distribution sélective	1 421	1 410	2 831	1 181	1 238	2 419
Autres et Holdings	74	83	157	77	74	151
Éliminations	(103)	(93)	(196)	(90)	(83)	(173)
Total des ventes	5 247	5 045	10 292	4 472	4 627	9 099

22. CHARGES PAR NATURE

Le résultat opérationnel courant inclut notamment les charges suivantes :

(en millions d'euros)	30 juin 2011	31 déc. 2010	30 juin 2010
Frais de publicité et de promotion	1 203	2 267	992
Loyers commerciaux	700	1 335	650
Charges de personnel	1 883	3 589	1 721
Dépenses de recherche et développement	25	46	23

23. AUTRES PRODUITS ET CHARGES OPÉRATIONNELS

(en millions d'euros)	30 juin 2011	31 déc. 2010	30 juin 2010
Résultat de cessions	(4)	(36)	-
Réorganisations	-	(32)	(8)
Réévaluation de titres acquis antérieurement à leur première consolidation	22	-	-
Frais liés aux acquisitions de sociétés consolidées	(16)	-	-
Dépréciation ou amortissement des marques, enseignes, écarts d'acquisition et autres actifs immobilisés	(51)	(87)	(35)
Autres, nets	3	3	(20)
Autres produits et charges opérationnels	(46)	(152)	(63)

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

24. RÉSULTAT FINANCIER

(en millions d'euros)	30 juin 2011	31 déc. 2010	30 juin 2010
Coût de la dette financière brute	(91)	(168)	(78)
Produits de la trésorerie et des placements financiers	16	18	3
Effets des réévaluations de la dette financière et instruments de taux	-	(1)	(2)
Coût de la dette financière nette	(75)	(151)	(77)
Dividendes reçus au titre des investissements financiers	44	14	7
Part inefficace des dérivés de change	(73)	(96)	(100)
Résultat relatif aux investissements, placements et autres instruments financiers	20	865	30
Autres, nets	(11)	(20)	(10)
Autres produits et charges financiers	(20)	763	(73)
Résultat financier	(95)	612	(150)

25. IMPÔTS SUR LES RÉSULTATS

(en millions d'euros)	30 juin 2011	31 déc. 2010	30 juin 2010
Impôt courant de la période	(673)	(1 501)	(444)
Impôt courant relatif aux périodes antérieures	(6)	(5)	5
Impôt courant	(679)	(1 506)	(439)
Variation des impôts différés	57	35	(24)
Effet des changements de taux d'impôt sur les impôts différés	1	2	-
Impôts différés	58	37	(24)
Charge totale d'impôt au compte de résultat	(621)	(1 469)	(463)
Impôts sur éléments comptabilisés en capitaux propres	(131)	(3)	116

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

(en millions d'euros)	30 juin 2011	31 déc. 2010	30 juin 2010
Résultat avant impôt	2 082	4 781	1 603
Charge totale d'impôt	(621)	(1 469)	(463)
Taux d'imposition effectif	29,8 %	30,7 %	28,9 %

Le taux d'imposition retenu au 30 juin 2011 résulte d'une projection du taux effectif estimé pour l'exercice.

Celui-ci tient compte, comme au 30 juin 2010, des différences entre les taux d'imposition étrangers et français, qui diminuent le taux d'imposition effectif de 6 %.

26. RÉSULTATS PAR ACTION

	30 juin 2011	31 déc. 2010	30 juin 2010
Résultat net, part du Groupe (en millions d'euros)	1 310	3 032	1 050
Nombre moyen d'actions en circulation sur la période	489 717 563	490 124 174	489 924 303
Nombre moyen d'actions auto-détenues sur la période	(10 451 587)	(13 253 254)	(14 017 161)
Nombre moyen d'actions pris en compte pour le calcul avant dilution	479 265 976	476 870 920	475 907 142
Résultat par action (en euros)	2,73	6,36	2,21
<hr/>			
Nombre moyen d'actions en circulation pris en compte ci-dessus	479 265 976	476 870 920	475 907 142
Effet de dilution des plans d'options	3 689 739	2 868 777	3 171 373
Autres effets de dilution	-	-	-
Nombre moyen d'actions en circulation après effets dilutifs	482 955 715	479 739 697	479 078 515
Résultat par action après dilution (en euros)	2,71	6,32	2,19

27. ENGAGEMENTS HORS BILAN

Les engagements hors bilan du Groupe n'ont pas connu d'évolution significative durant le semestre, à l'exception des effets de l'intégration de Bulgari, dont les engagements de location s'élèvent à 380 millions d'euros au 30 juin 2011.

28. LITIGES

À la suite de l'entrée de LVMH au capital de la société Hermès International, l'AMF a décidé de procéder à une enquête, actuellement en cours, sur le marché et l'information financière des titres Hermès et LVMH.

À la suite de l'annulation, en janvier 2011, du permis de construire accordé en 2007 à la Fondation Louis Vuitton en vue de l'édification d'un musée d'art moderne et contemporain dans le Bois de Boulogne, la Cour Administrative d'Appel de Paris a prononcé le 14 avril 2011 le sursis à exécution de cette décision, de sorte que les travaux de construction se poursuivent.

Aucune évolution significative n'est intervenue au cours du premier semestre 2011 concernant les autres litiges dans lesquels le Groupe est impliqué.

29. PARTIES LIÉES

Au cours du premier semestre 2011, les relations entre le groupe LVMH et les sociétés liées sont restées comparables à celles de l'exercice 2010.

En particulier, aucune transaction inhabituelle, par sa nature ou son montant, n'est intervenue au cours de ce semestre.

30. ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE

À la date d'arrêté des comptes par le Conseil d'Administration le 26 juillet 2011, aucun événement significatif n'est intervenu.

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES

Aux Actionnaires,

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

- l'examen limité des comptes semestriels consolidés résumés de la société LVMH Moët Hennessy – Louis Vuitton, relatifs à la période du 1^{er} janvier au 30 juin 2011, tels qu'ils sont joints au présent rapport ;
- la vérification des informations données dans le rapport semestriel d'activité.

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

1. CONCLUSION SUR LES COMPTES

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

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

2. VERIFICATION SPECIFIQUE

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

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

Neuilly-sur-Seine, le 26 juillet 2011

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIES

Thierry Benoit

ERNST & YOUNG et Autres

Olivier Breillot Gilles Cohen

LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY ♦ LOUIS VUITTON SA

DONNÉES COMPTABLES SIMPLIFIÉES

	<i>Page</i>
COMPTE DE RÉSULTAT	50
VARIATION DES CAPITAUX PROPRES	50

COMPTES DE RÉSULTAT

Produits / (charges) <i>(en millions d'euros - normes comptables françaises)</i>	30 juin 2011	31 déc. 2010	30 juin 2010
Produits financiers de participations et autres revenus	2 420	2 172	1 083
Résultat courant avant impôt	2 309	1 500	540
Résultat exceptionnel	87	713	1 120
Impôt sur les bénéfices	(31)	105	152
Résultat net	2 365	2 318	1 812

VARIATION DES CAPITAUX PROPRES

<i>(en millions d'euros - normes françaises)</i>	Capital	Primes	Réserves et provisions réglementées	Autres réserves	Report à nouveau	Acompte sur dividendes	Résultat net	Total capitaux propres
Au 31 décembre 2010 avant affectation	147	1 782	387	195	2 596	(335)	2 318	7 090
Affectation du résultat 2010	-	-	-	-	2 318	-	(2 318)	-
dividende 2010 : solde	-	-	-	-	(1 028)	335	-	(693)
effet des actions auto-détenues	-	-	-	-	22	-	-	22
Levées d'options de souscription d'actions	-	41	-	-	-	-	-	41
Annulation d'actions	-	(79)	-	-	-	-	-	(79)
Apport de titres Bulgari	5	2 032	1	-	-	-	-	2 038 ⁽¹⁾
Résultat du premier semestre	-	-	-	-	-	-	2 365	2 365
Au 30 juin 2011	152	3 776	388	195	3 908	-	2 365	10 784

(1) Montant de l'augmentation de capital réservée venant en rémunération des titres Bulgari apportés par les actionnaires familiaux (Voir Note 2 des comptes consolidés résumés).

DÉCLARATION DU RESPONSABLE DU RAPPORT FINANCIER SEMESTRIEL

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 2011

Par délégation du Président-Directeur Général

Jean-Jacques GUIONY

Directeur Financier, Membre du Comité Exécutif

LVMH

MOËT HENNESSY ♦ LOUIS VUITTON

Pour toute information,
contacter 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