

LVMH

MOËT HENNESSY ♦ LOUIS VUITTON

30 JUIN 2009

RAPPORT FINANCIER SEMESTRIEL

SOMMAIRE GÉNÉRAL

ORGANES DE DIRECTION ET DE CONTRÔLE	1
CHIFFRES CLÉS	2
LE GROUPE LVMH	3
RAPPORT SEMESTRIEL D'ACTIVITÉ	4
COMPTES CONSOLIDÉS RÉSUMÉS	15
RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES	43
LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY • LOUIS VUITTON SA	45
DONNÉES COMPTABLES SIMPLIFIÉES	45
DÉCLARATION DU RESPONSABLE DU RAPPORT FINANCIER SEMESTRIEL	47

ORGANES DE DIRECTION ET DE CONTRÔLE

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Bernard Arnault
Président-Directeur Général

Antoine Bernheim ⁽¹⁾⁽²⁾⁽³⁾
Vice-Président

Antonio Belloni
Directeur Général délégué

Antoine Arnault
Delphine Arnault-Gancia

Jean Arnault

Nicolas Bazire

Nicholas Clive-Worms ⁽¹⁾⁽²⁾

Charles de Croisset ⁽¹⁾⁽³⁾

Diego Della Valle ⁽¹⁾

Albert Frère ⁽³⁾

Pierre Godé

Gilles Hennessy ⁽²⁾

Patrick Houël

Lord Powell of Bayswater

Felix G. Rohatyn

Yves-Thibault de Silguy ⁽¹⁾

Hubert Védrine ⁽¹⁾

Censeur

Kilian Hennessy ⁽¹⁾

COMMISSAIRES AUX COMPTES

ERNST & YOUNG Audit
représenté par Jeanne Boillet et Olivier Breillot

DELOITTE & ASSOCIÉS
représenté par Alain Pons

COMITÉ EXÉCUTIF

Bernard Arnault
Président-Directeur Général

Antonio Belloni
Directeur Général délégué

Nicolas Bazire
Développement et Acquisitions

Ed Brennan
Travel retail

Yves Carcelle
Mode et Maroquinerie

Chantal Gaemperle
Ressources Humaines

Pierre Godé
Conseiller du Président

Jean-Jacques Guiony
Finances

Christophe Navarre
Vins et Spiritueux

Philippe Pascal
Montres et Joaillerie

Daniel Piette
Fonds d'investissement

Bernard Rolley
Opérations

Pierre-Yves Roussel
Mode

Mark Weber
Donna Karan, LVMH Inc.

SECRETARIAT 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

Principales données consolidées

<i>(en millions d'euros et en pourcentage)</i>	30 juin 2009	31 déc. 2008	30 juin 2008
Ventes	7 811	17 193	7 799
Résultat opérationnel courant	1 363	3 628	1 541
Résultat net	757	2 318	1 013
Résultat net, part du Groupe	687	2 026	891
Capacité d'autofinancement générée par l'activité ⁽¹⁾	1 566	4 096	1 701
Investissements opérationnels	349	1 039	490
Capitaux propres	13 835	13 793 ⁽²⁾	12 284 ⁽²⁾
Dette financière nette ⁽³⁾	4 477	3 869	4 169
Ratio Dette financière nette / Capitaux propres	32 %	28 %	34 %

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

(2) Retraités des effets de l'application de l'amendement d'IAS 38 Immobilisations incorporelles, rétroactive au 1^{er} janvier 2007. Voir Note 1.2 de l'annexe aux comptes consolidés résumés.

(3) La dette financière nette exclut les engagements d'achat de titres de minoritaires, classés en Autres passifs non courants. Voir analyse en Note 16.1 de l'annexe aux comptes consolidés résumés.

Données par action

<i>(en euros)</i>	30 juin 2009	31 déc. 2008	30 juin 2008
Résultats consolidés par action			
Résultat net, part du Groupe	1,45	4,28	1,88
Résultat net, part du Groupe après dilution	1,45	4,26	1,85
Dividende par action			
Montant brut global versé sur la période ⁽⁴⁾	1,25	1,60	1,25

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

LE GROUPE LVMH

RAPPORT SEMESTRIEL D'ACTIVITÉ

	<i>Page</i>
COMMENTAIRES SUR L'ACTIVITÉ	4
COMMENTAIRES SUR LE BILAN CONSOLIDÉ	12
COMMENTAIRES SUR LA VARIATION DE TRÉSORERIE CONSOLIDÉE	13

COMMENTAIRES SUR L'ACTIVITÉ

1. COMMENTAIRES SUR LE COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

Ventes par groupe d'activités

(en millions d'euros)	30 juin 2009	31 déc. 2008	30 juin 2008
Vins et Spiritueux	1 079	3 126	1 292
Mode et Maroquinerie	2 988	6 010	2 768
Parfums et Cosmétiques	1 285	2 868	1 362
Montres et Joaillerie	346	879	417
Distribution sélective	2 127	4 376	1 990
Autres activités et éliminations	(14)	(66)	(30)
Total	7 811	17 193	7 799

Résultat opérationnel courant par groupe d'activités

(en millions d'euros)	30 juin 2009	31 déc. 2008	30 juin 2008
Vins et Spiritueux	241	1 060	409
Mode et Maroquinerie	919	1 927	858
Parfums et Cosmétiques	121	290	132
Montres et Joaillerie	20	118	74
Distribution sélective	129	388	151
Autres activités et éliminations	(67)	(155)	(83)
Total	1 363	3 628	1 541

Au 30 juin 2009, les ventes consolidées s'élèvent à 7 811 millions d'euros, en croissance de 0,2 % par rapport au premier semestre 2008.

Entre le 1^{er} semestre 2008 et le 1^{er} semestre 2009, le périmètre des activités consolidées a enregistré les évolutions suivantes : dans le groupe d'activités Montres et Joaillerie, consolidation au second semestre 2008 de la marque Hublot ; dans les Autres activités, consolidation au dernier trimestre 2008 du constructeur de yachts néerlandais Royal Van Lent. Ces évolutions du périmètre de consolidation contribuent pour 1 point à la croissance du chiffre d'affaires semestriel.

À taux de change et périmètre comparables, les ventes sont en baisse de 7 %.

La ventilation des ventes entre les différentes devises de facturation évolue comme suit : le poids de l'euro baisse de 2 points à 29 %, le poids du dollar US baisse de 1 point à 27 %, le poids du yen japonais reste stable à 11 % et le poids des autres devises augmente de 3 points à 33 %.

Ventes par zone géographique de destination

(en pourcentage)	30 juin 2009	31 déc. 2008	30 juin 2008
France	14	14	14
Europe (hors France)	20	24	22
États-Unis	23	23	23
Japon	11	10	11
Asie (hors Japon)	24	20	21
Autres marchés	8	9	9
Total	100	100	100

Par zone géographique, on constate une baisse du poids relatif de l'Europe (hors France) dans les ventes du Groupe de 22 % à 20 %. La France, les États-Unis, le Japon et les autres marchés restent stables à, respectivement, 14 %, 23 %, 11 % et 8 %, alors que l'Asie (hors Japon), portée par la Chine, progresse de 3 points pour atteindre 24 %.

Par groupe d'activités, la répartition des ventes du Groupe évolue sensiblement. La part des Vins et Spiritueux baisse de 3 points à 14 %, celle des Parfums et Cosmétiques baisse de 1 point à 16 %, alors que les parts de la Mode et Maroquinerie et de la Distribution sélective augmentent respectivement de 3 points à 38 % et 1 point à 27 %.

Les ventes du groupe d'activités Vins et Spiritueux sont en baisse de 17 % en données publiées ; elles bénéficient d'un effet de change positif de 5 points. À taux de change et périmètre comparables, l'évolution des ventes s'inscrit en baisse de 22 %. La crise économique et le fort mouvement de déstockage opéré par les distributeurs ont pesé sur les ventes en Europe, au Japon et aux États-Unis. La demande est restée plus soutenue au sein des marchés asiatiques, notamment au Vietnam. La Chine reste le deuxième marché du groupe d'activités Vins et Spiritueux.

La croissance organique des activités Mode et Maroquinerie est de 1 %, pour 8 % en données publiées. La performance de ce groupe d'activités est toujours dominée par l'exceptionnelle dynamique de Louis Vuitton qui enregistre une croissance publiée de ses ventes à deux chiffres. Donna Karan et Marc Jacobs confirment également leur potentiel et réalisent de bonnes performances dans un contexte économique difficile.

Les ventes du groupe d'activités Parfums et Cosmétiques sont en baisse de 9 % à taux de change et périmètre comparables et de 6 % en données publiées. Toutes les marques ont renforcé leur rigueur de gestion afin de limiter l'impact de la conjoncture en ciblant au plus près leurs investissements. Durant le premier semestre, le

chiffre d'affaires augmente aux États-Unis, au Japon et en Asie, notamment en Chine.

Les ventes du groupe d'activités Montres et Joaillerie sont en baisse de 34 % à taux de change et périmètre comparables et de 17 % en données publiées (effet de change positif de 5 points et effet périmètre positif de 12 points). Le premier semestre 2009 est marqué par un net ralentissement des ventes horlogères et joaillières. Toutes les marques du groupe d'activités subissent les conséquences de la crise économique avec une meilleure résistance de la part de Hublot et Chaumet. À noter une nette décélération de la baisse des ventes au second trimestre par rapport au premier trimestre.

La croissance publiée des ventes des activités de Distribution sélective s'établit à 7 %, alors que retraitée de l'effet de change, l'évolution des ventes est en baisse de 0,5 % (effet de change positif de 7 points). La performance en données publiées est tirée par Sephora dont les ventes progressent très sensiblement du fait de l'expansion de son réseau de magasins en Europe, aux États-Unis, en Chine et au Moyen-Orient.

La marge brute du Groupe s'élève à 4 981 millions d'euros, en baisse de 3 % par rapport à fin juin 2008 ; le taux de marge brute sur les ventes s'élève à 64 %, en baisse de 1,8 point.

Les efforts entrepris pour maîtriser les coûts de revient des produits vendus sont annulés par l'effet de change et par un moindre gain sur l'efficacité des couvertures de change.

Les charges commerciales s'élèvent à 2 902 millions d'euros et sont en légère augmentation de 1 % en données publiées et en baisse de 5 % à taux de change constants. La maîtrise des charges commerciales est plus que compensée par les effets de change défavorables. Néanmoins le niveau de ces charges reste stable en pourcentage des ventes à 37 %. Parmi ces charges commerciales, les frais de publicité et de promotion représentent plus de 11 % des ventes et sont en baisse de 16 % à taux de change constants.

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

(en nombre)	30 juin 2009	31 déc. 2008	30 juin 2008
France	339	331	308
Europe (hors France)	609	596	545
États-Unis	543	531	490
Japon	251	256	256
Asie (hors Japon)	506	485	446
Autres marchés	122	115	105
Total	2 370	2 314	2 150

Les charges administratives sont de 716 millions d'euros, en hausse de 1 % en données publiées et en baisse de 3 % à devises constantes. Elles représentent 9 % des ventes, un niveau identique à celui enregistré en 2008.

Le résultat opérationnel courant du Groupe s'élève à 1 363 millions d'euros, en baisse de 12 %. Le taux de marge opérationnelle sur ventes du Groupe s'établit à près de 17 %, en baisse de 2,4 points. Cette baisse provient notamment de la dégradation du taux de marge brute. Elle traduit une dégradation de la profitabilité des activités Montres et Joaillerie (moins 12 points à 6 %), Vins et Spiritueux (moins 9 points à 22 %) et Distribution sélective (moins 2 points à 6 %), les autres activités stabilisant leur taux de marge opérationnelle sur ventes.

L'effet total de l'évolution des parités monétaires sur le résultat opérationnel courant, par rapport à fin juin 2008, est positif de 56 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. À devises et effets de couverture de change constants, le résultat opérationnel courant du Groupe serait en baisse de 15 %.

Le résultat opérationnel courant du groupe d'activités Vins et Spiritueux s'établit à 241 millions d'euros, en baisse de 41 %. La maîtrise des coûts et le ciblage des investissements publicitaires ne permettent pas de compenser la baisse des volumes. Le taux de marge opérationnelle sur ventes de ce groupe d'activités est en baisse de 9 points et s'établit à 22 %.

Le groupe d'activités Mode et Maroquinerie réalise un résultat opérationnel courant de 919 millions d'euros, en croissance de 7 %. Le taux de marge opérationnelle sur ventes de ce groupe d'activités reste stable et se situe à 31 %.

Le résultat opérationnel courant du groupe d'activités Parfums et Cosmétiques est de 121 millions d'euros, en baisse de 8 %. À nouveau, la maîtrise des coûts de revient et des charges opérationnelles ont permis de minimiser la dégradation de la marge opérationnelle. Cette dernière n'est en baisse que de 0,3 point et s'établit à 9 %.

Le groupe d'activités Montres et Joaillerie présente une diminution de son résultat opérationnel courant pour atteindre 20 millions d'euros. Dans un contexte de ralentissement des ventes, le taux de marge opérationnelle sur ventes baisse à 6 %.

Le résultat opérationnel courant des activités de Distribution sélective est de 129 millions d'euros, en diminution de 15 %. Son niveau de profitabilité s'établit à 6 %.

Le résultat opérationnel courant lié aux Autres activités et éliminations s'établit à - 67 millions d'euros ; il était de - 83 millions d'euros à fin juin 2008. Outre les frais du siège, le groupe Autres activités intègre le pôle Média et les yachts Royal Van Lent, activité acquise en 2008.

Les autres produits et charges opérationnels sont de - 113 millions d'euros au 30 juin 2009. Ils comprennent notamment les coûts de diverses restructurations industrielles et commerciales, pour 80 millions d'euros, et des amortissements accélérés ou dépréciations d'immobilisations pour 32 millions d'euros.

Le résultat opérationnel du Groupe s'élève à 1 250 millions d'euros contre 1 513 millions d'euros au premier semestre 2008, soit une diminution de 17 %.

Le résultat financier s'établit à - 136 millions d'euros ; il était de - 102 millions d'euros au premier semestre 2008.

Le coût global de la dette financière est stable au 30 juin 2009 à 102 millions d'euros contre 103 millions d'euros au premier semestre 2008. Cette stabilité provient de l'effet conjugué de la baisse des taux sur le premier semestre 2009 et de la progression limitée de la dette financière moyenne au cours de cette période.

Les autres produits et charges financiers s'élèvent à - 34 millions d'euros, à comparer à 1 million d'euros en 2008. Le coût financier des opérations de change est de 19 millions d'euros en 2009, il était de 53 millions d'euros en 2008. Le résultat lié aux investissements, placements financiers et dividendes reçus de participations non consolidées s'élève à - 15 millions d'euros en 2009 ; il était positif de 54 millions d'euros en 2008.

Le taux effectif d'imposition du Groupe qui était de 28,5 % au 30 juin 2008 s'établit à 32,1 % pour le premier semestre 2009. Cette augmentation provient en particulier de l'absence d'activation de déficits fiscaux reportables, à l'inverse du premier semestre 2008.

Après prise en compte des résultats des sociétés mises en équivalence, de 1 million d'euros au 30 juin 2009, à comparer à 4 millions d'euros pour le premier semestre 2008, le résultat net total du semestre est de 757 millions d'euros ; il était de 1 013 millions d'euros au premier semestre 2008.

La part des intérêts minoritaires dans le résultat est de 70 millions d'euros contre 122 millions d'euros au premier semestre 2008. Il s'agit principalement des intérêts minoritaires dans les résultats de Moët Hennessy et de DFS.

Au 30 juin 2009, le résultat net part du Groupe s'élève à 687 millions d'euros ; il était de 891 millions d'euros au premier semestre 2008. En diminution de 23 %, il représente 9 % des ventes du semestre.

2. VINS ET SPIRITUEUX

	30 juin 2009	31 déc. 2008	30 juin 2008
Ventes (en millions d'euros)	1 079	3 126	1 292
Ventes en volume (en millions de bouteilles)			
Champagne	15,7	57,6	21,9
Cognac	23,9	57,7	28,1
Autres spiritueux	5,9	25,1	12,3
Vins tranquilles et pétillants	12,5	36,9	14,3
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	8	8	8
Europe (hors France)	20	31	26
États-Unis	27	24	24
Japon	6	6	6
Asie (hors Japon)	30	19	25
Autres marchés	9	12	11
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	241	1 060	409
Marge opérationnelle (en %)	22,3	33,9	31,7
Investissements opérationnels (en millions d'euros)	58	158	77

Faits marquants

Au premier semestre 2009, la crise économique et le fort mouvement de déstockage opéré par les distributeurs ont pesé sur les ventes de vins et spiritueux en Europe, au Japon et aux États-Unis. La demande est restée plus soutenue au sein des marchés asiatiques.

Les ventes de l'ensemble Champagne et Vins s'élèvent à 458 millions d'euros, dégageant un résultat opérationnel courant de 77 millions d'euros. Le champagne est l'activité la plus touchée par les conséquences de la crise économique. Les vins pétillants développés par Estates & Wines ont bénéficié d'une demande dynamique qui a permis de consolider la position de leader de la marque Chandon dans la catégorie super premium sur ses marchés stratégiques.

Les ventes de l'ensemble Cognac et Spiritueux s'élèvent à 621 millions d'euros, dégageant un résultat opérationnel courant de 164 millions d'euros. La conjoncture a eu un impact plus limité sur les ventes de cognac que sur celles de champagne. Le V.S. de Hennessy a plutôt bien résisté aux États-Unis et le lancement de *Hennessy Black*, destiné au monde de la nuit, vise à créer une nouvelle dynamique sur ce marché. C'est en Asie que sont enregistrés les meilleurs résultats. Le Vietnam, l'un des marchés émergents de Hennessy, confirme son potentiel. Glenmorangie et Ardbeg ont connu des résultats encourageants en Europe continentale ;

de nombreuses innovations ont contribué au dynamisme de ces marques dans la catégorie des whiskies single malt.

Tout en s'attachant à contenir ses coûts et à sélectionner rigoureusement ses investissements, le groupe Vins et Spiritueux est resté cohérent avec sa stratégie de valeur : maintien des prix de vente, forte dynamique d'innovation. Cette politique, soutenue par des communications ciblées et un travail en profondeur sur le terrain, a permis aux marques de LVMH de continuer à affirmer leurs fondamentaux de grande qualité et de renforcer leurs positions sur leurs segments de marché, éléments essentiels pour leur développement à plus long terme.

Principaux développements

De nombreuses innovations ont marqué le premier semestre 2009. Les coffrets *Expert*, *Side by Side* et *Rosé Trilogie*, initiatives fortes de **Dom Pérignon**, ont accompagné la publication d'un manifeste révélant les dix préceptes qui commandent l'élaboration de ce vin d'exception. **Veuve Clicquot** a lancé la *Design Box*, un nouveau coffret-luxe pour son Brut *Carte Jaune* et son Rosé. Les coffrets *My Sweeter Half* de **Ruinart** et *Treasure For Two* de **Krug** ont enrichi l'offre de ces deux Maisons. **Hennessy** a bénéficié du succès du repositionnement de ses qualités de prestige *Paradis* et *Richard Hennessy*. Outre *Hennessy Black* aux États-Unis, la marque a lancé *Hennessy Privé*, qui rend hommage à un assemblage historique de la Maison, dans les circuits internationaux et a créé *V.S. 44*, une édition limitée en l'honneur de l'investiture de Barack Obama, 44^e Président des États-Unis. **Glenmorangie**, **Ardbeg** et **Wenjun** ont aussi développé leurs gammes de produits.

Moët & Chandon a concentré ses efforts sur sa visibilité et son attractivité sans renier son positionnement haut de gamme. La marque a déployé mondialement sa nouvelle plateforme de communication autour des stars et des grands événements du cinéma et a créé l'événement en présentant sa nouvelle égérie à l'international, Scarlett Johansson. Les événements médiatiques créés ou accompagnés par **Veuve Clicquot**, la présence de **Ruinart** dans le monde de l'art, les concerts **Hennessy Artistry** déployés dans plus de 35 pays, et nombre d'autres programmes de communication ont été vigoureusement poursuivis.

Perspectives

Au second semestre, dans un contexte qui devrait rester très perturbé, les marques du groupe Vins et Spiritueux se concentreront rigoureusement sur leurs priorités, maintiendront leurs efforts de gestion et continueront de s'appuyer sur la réactivité et l'innovation afin de stimuler les ventes à court terme. Cette politique conduite dans le respect de leur positionnement d'excellence et de leur stratégie de valeur permettra d'accroître leur capacité de rebond à l'horizon de la reprise économique.

3. MODE ET MAROQUINERIE

	30 juin 2009	31 déc. 2008	30 juin 2008
Ventes (en millions d'euros)	2 988	6 010	2 768
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	8	8	8
Europe (hors France)	19	21	21
États-Unis	17	19	19
Japon	19	20	21
Asie (hors Japon)	29	25	25
Autres marchés	8	7	6
Total	100	100	100
Nature des ventes en pourcentage du total des ventes (hors Louis Vuitton)			
Ventes au détail	47	47	48
Ventes de gros	43	44	43
Licences	9	8	8
Autres	1	1	1
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	919	1 927	858
Marge opérationnelle (en %)	30,8	32,1	31,0
Nombre de magasins			
Louis Vuitton	433	425	405
Fendi	185	180	165
Autres	484	485	455
Investissements opérationnels (en millions d'euros)	111	311	137

Faits marquants

Louis Vuitton continue d'illustrer son exceptionnelle dynamique au premier semestre 2009. Sa croissance est portée à la fois par la progression de ses clientèles locales et par le développement continu de nouveaux produits. Dans un contexte de yen renforcé, les Japonais ont accru leurs achats à l'extérieur de leur pays. La marque réalise d'excellentes avancées dans les pays européens et fait preuve d'une bonne résistance aux États-Unis. En Asie, où sa notoriété et sa solide implantation permettent de capter à son avantage le grand dynamisme des marchés en expansion tels que la Chine, Macao et la Corée du Sud, Louis Vuitton accomplit de fortes performances.

L'activité de **Fendi** enregistre l'impact du tassement de la demande des grands magasins aux États-Unis et au Japon mais reste portée par le développement récent de son réseau de distribution en Europe et au Moyen-Orient. La nouvelle ligne de maroquinerie *Peekaboo* connaît le succès escompté et les souliers poursuivent leur croissance.

Dans un contexte perturbé aux États-Unis, **Donna Karan** s'attache à consolider les progrès accomplis en quelques années en termes de positionnement et de rentabilité. La marque new-yorkaise accentue la mise en avant de ses valeurs historiques. Les retombées presse très positives qui ont salué l'ensemble de ses collections Automne 2009 viennent conforter cette politique.

Grâce au travail mené au cours des dernières années, les marques de la Division Mode disposent aujourd'hui d'équipes créatives de premier plan et d'organisations plus efficaces avec des priorités claires, axées sur leurs points forts en termes de produits et de marchés. **Givenchy**, **Kenzo**, **Marc Jacobs** et **Berluti** sont les plus avancées dans leur processus de renforcement créatif et d'optimisation opérationnelle. En réponse au contexte de crise mondiale et afin d'en limiter les conséquences, des mesures de réductions de coûts et de focalisation des investissements sont mises en œuvre par l'ensemble des marques.

Principaux développements

Louis Vuitton a déployé un grand dynamisme créatif : la collection en hommage à l'artiste Stephen Sprouse, déclinant les motifs *Graffiti* et *Roses* sur certains produits (maroquinerie, prêt-à-porter, souliers, bijoux, lunettes...), constitue l'un des temps forts et remarquables du début de l'année. La marque a parallèlement continué à enrichir l'ensemble de ses lignes. On notera le développement vigoureux de *Damier Graphite* et le succès de créations très performantes dans les modèles historiques. Cette dynamique a été soutenue par une présence renforcée dans les médias et de nouvelles campagnes marquantes : collaboration avec Madonna et participation de Sean Connery.

Marc Jacobs poursuit le fort développement de sa seconde ligne *Marc by Marc Jacobs* dont les produits de maroquinerie rencontrent un succès croissant. Le lancement de la ligne *Traveller* de **Thomas Pink** est une grande réussite. Les développements créatifs les plus récents à l'actif des autres marques se révèlent prometteurs : très bon accueil par la presse et les clients de la première collection prêt-à-porter et accessoires de Phoebe Philo pour **Céline**, de Peter Dundas chez **Pucci** ainsi que des premières collections hommes d'Antonio Marras pour **Kenzo** et de Riccardo Tisci pour **Givenchy**.

À fin juin 2009, le réseau de distribution du groupe Mode et Maroquinerie comprend 1 102 boutiques. Dans un contexte économique difficile, les ouvertures ont été très sélectives.

Perspectives

Au second semestre, **Louis Vuitton** déploiera un programme dynamique et ambitieux de nouveaux produits et poursuivra l'expansion de son réseau de magasins. La marque bénéficiera de l'impact d'une nouvelle collaboration avec Madonna pour la mode et de la participation de trois acteurs emblématiques de la conquête spatiale. Les autres marques du groupe d'activités poursuivront leur politique d'innovation en mettant fortement l'accent sur leurs best-sellers. La tendance des marchés les plus affectés par la crise économique restant très incertaine, la poursuite des efforts d'amélioration opérationnelle et la sélectivité des investissements restent de mise.

4. PARFUMS ET COSMÉTIQUES

	30 juin 2009	31 déc. 2008	30 juin 2008
Ventes (en millions d'euros)	1 285	2 868	1 362
Ventes par ligne de produits (en %)			
Parfums	48	54	49
Maquillage	32	28	31
Produits de soins	20	18	20
Total	100	100	100
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	17	16	16
Europe (hors France)	37	42	41
États-Unis	8	8	8
Japon	7	6	6
Asie (hors Japon)	17	14	15
Autres marchés	14	14	14
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	121	290	132
Marge opérationnelle (en %)	9,4	10,1	9,7
Investissements opérationnels (en millions d'euros)	50	144	58
Nombre de magasins	63	62	59

Faits marquants

Le contexte économique et les difficultés de certains détaillants conduisant à un déstockage de grande ampleur ont créé de fortes tensions sur le marché mondial des parfums et cosmétiques lors du premier semestre 2009. Les marques de LVMH ont renforcé leur rigueur de gestion et ont pu limiter l'impact de cette conjoncture en ciblant au plus près leurs investissements. Innovation forte et qualitative, valeurs réaffirmées et soutien des best-sellers ont permis de stimuler la demande finale des consommateurs malgré l'impact inévitable sur les ventes de la réduction des stocks de la distribution.

Parfums Christian Dior s'appuie sur ses excellents fondamentaux et la force de ses gammes phares pour continuer à mener une stratégie offensive et gagner des parts de marché. Innovation dynamique, mise en avant du savoir-faire et des traditions d'excellence de la Maison, maintien des investissements publicitaires se traduisent par des évolutions nettement plus favorables que la tendance du marché dans les principales régions du monde. Dior réalise ses meilleures performances en Europe occidentale tandis que le marché chinois confirme son fort potentiel.

Guerlain concentre ses efforts sur ses pays et ses lignes stratégiques. Cette orientation, conjuguée à l'aura et la solidité de la marque, améliore sa résistance à la morosité du marché. Guerlain continue de développer sa part de marché en Chine et parvient à enregistrer une croissance sur ses lignes historiques *Shalimar* et *Habit Rouge*.

Le succès des lancements du second semestre 2008 – les parfums *Absolutely Irresistible* et *Play*, le mascara *Phenomen' Eyes* – a permis de renforcer les parts de marché de **Parfums Givenchy** même si le phénomène de déstockage a affecté les ventes à la distribution. **Parfums Kenzo** a bénéficié des lancements de l'eau florale de *KenzoAmour* et de nouvelles versions des *Eaux par Kenzo*. **Benefit** poursuit sa forte expansion, avec succès en Chine et des débuts prometteurs en Russie. **Make Up For Ever** a poursuivi sa croissance exceptionnelle. Ses lignes phares *HD* et *Aqua* confirment leur remarquable succès auprès du grand public. De nombreuses initiatives ont été mises en œuvre pour célébrer l'année des 25 ans de la marque.

Principaux développements

Parfums Christian Dior mise sur ses valeurs sûres. Le parfum bénéficie du succès continu de *J'adore*, des récents développements consacrés à *Hypnotic Poison* et *Miss Dior Chérie* et de la remise en scène très réussie du mythique *Eau Sauvage*, né en 1966, en association avec l'image d'Alain Delon. Le succès remarquable du nouveau fond de teint *Diorskin Nude* a fortement contribué à accroître les positions de Dior dans le domaine du maquillage, le soin bénéficiant du développement de *Capture Totale*, très demandé dans le monde.

Pour **Guerlain**, les faits marquants du semestre sont le succès du nouveau rouge à lèvres haut de gamme *Rouge G*, la montée en puissance de *Guerlain Homme* et l'essor de *Shalimar*, soutenu par une nouvelle communication. La ligne de soin *Orchidée Impériale* se renforce sur les marchés asiatiques.

Parfums Kenzo a développé sa position sur le marché russe et repris le contrôle de sa distribution en Chine en début d'année 2009. **Benefit** développe à l'international son concept de « Bars à sourcils » et a lancé, sous le nom de *Hello Flawless*, un fond de teint qui constitue sa première initiative significative dans cette catégorie du maquillage. **Make Up For Ever** a enrichi sa gamme *Aqua* avec un mascara *Aqua Smoky Lash*.

Perspectives

Au second semestre, les marques de LVMH continueront à se concentrer sur leurs priorités en s'appuyant sur une forte dynamique d'innovation en cohérence avec leurs territoires d'expression. **Parfums Christian Dior** poursuivra le renforcement de ses lignes stratégiques, avec en particulier la création du parfum masculin *Fahrenheit absolute*, une nouvelle communication pour *Dior Homme*, le lancement récent d'*Escale à Pondichéry* et de nombreuses nouveautés en maquillage et soin, comme *Sérum de Rouge*, innovation qui allie couleur et soin des lèvres et de nouveaux produits dans la gamme *Capture Totale*. L'un des temps forts pour **Guerlain** sera le lancement d'*Idylle*, son nouveau parfum féminin. Uma Thurman incarnera la nouvelle fragrance de **Parfums Givenchy**, *Ange ou Démon - Le Secret*. **Parfums Kenzo** lancera *FlowerbyKenzo Essentielle*, version d'une qualité exceptionnelle, composée des meilleures matières premières. **Benefit** fera son entrée dans le domaine du parfum. **Make Up For Ever** a d'excellentes perspectives, avec notamment le lancement d'une large gamme d'antécernes venant renforcer la ligne *HD*.

5. MONTRES ET JOAILLERIE

	30 juin 2009	31 déc. 2008	30 juin 2008
Ventes (en millions d'euros)	346	879	417
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	10	8	8
Europe (hors France)	27	28	26
États-Unis	17	19	20
Japon	14	12	12
Asie (hors Japon)	16	16	16
Autres marchés	16	17	18
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	20	118	74
Marge opérationnelle (en %)	5,8	13,4	17,7
Investissements opérationnels (en millions d'euros)	14	39	15
Nombre de magasins	105	104	93

Faits marquants

Confirmant la tendance observée depuis septembre 2008, le premier semestre 2009 est marqué par un net ralentissement des ventes horlogères et joaillières. La joaillerie est particulièrement touchée par les conséquences de la crise économique, surtout sur le segment de la haute joaillerie, les clients retardant leurs achats. Dans l'horlogerie, la baisse de la demande se conjugue aux difficultés des détaillants qui poursuivent leur déstockage, limitant leurs achats à quelques nouveautés et au réapprovisionnement de modèles phares.

Le ralentissement a gagné les principaux marchés à l'exception du Royaume-Uni. La baisse des voyages consécutive à l'apparition des risques liés au virus H1N1 a également contribué à freiner les ventes.

Le groupe Montres et Joaillerie de LVMH poursuit le double objectif d'accroître ses parts de marché et de consolider sa rentabilité fortement améliorée depuis cinq ans. Pour s'adapter à cet environnement dont l'horizon d'amélioration reste incertain, les Maisons et filiales commerciales ont mis en œuvre des mesures de réduction de coûts. Les plans d'investissements ont été revus à la baisse ou reportés. Les dépenses de marketing ont été réduites et les ouvertures de magasins fortement ralenties, la priorité étant l'amélioration de la productivité des boutiques existantes. Le projet stratégique de renforcement de l'intégration horlogère pour TAG Heuer comme pour Hublot est maintenu bien que temporairement ajusté en fonction de la conjoncture.

TAG Heuer, fortement présent aux États-Unis, a mis en place, chez les détaillants américains, des actions de stimulation de la demande qui lui permettent de continuer à gagner des parts de marché dans un environnement très difficile. La marque poursuit sa conquête de la clientèle chinoise en s'appuyant sur une gamme et une communication adaptées. Leonardo DiCaprio a rejoint l'équipe des ambassadeurs de TAG Heuer qui soutient ainsi sa fondation pour la protection de l'environnement. Hublot démontre une bonne capacité de résistance à la crise. La marque a démarré en avril l'activité de sa nouvelle Manufacture de Nyon et entreprend le développement de ses propres mouvements. La Manufacture Zenith a entrepris un recentrage de ses collections et de sa communication sur ses lignes classiques et son mouvement *El Primero*.

Principaux développements

Au Salon de Bâle, les marques horlogères de LVMH ont présenté des innovations ciblées renforçant leurs lignes icônes. TAG Heuer a introduit avec succès l'*Aquaracer 500* automatique et innove dans la gamme *Monaco* à l'occasion des 40 ans de cette ligne légendaire. Hublot a présenté la *King Power*, véritable montée en puissance de la *Big Bang*, ainsi que des déclinaisons joaillières de la *Big Bang* pour la clientèle féminine. Zenith célèbre les 40 ans de son mouvement *El Primero* avec le retour des modèles classiques et la réédition d'un modèle « vintage » en série limitée. Montres Dior a poursuivi la montée en gamme de *Christal* avec des versions automatiques et présenté la *Mini D*, une version joaillière de la *D* de Dior.

Chaumet a enrichi ses collections de montres *Dandy* et *Class One* et ses lignes de joaillerie *Attrape-Moi* et *Frisson*. Fred a lancé des versions joaillières de la ligne *Force 10*. De Beers a renforcé ses collections de « classiques » et de solitaires, pièces qui résistent le mieux à la conjoncture.

Les ouvertures de boutiques ont été très sélectives. À noter un magasin phare à Tokyo (Ginza) pour TAG Heuer, quelques boutiques ouvertes en franchise (Prague, Hong Kong...) pour Hublot, un nombre limité de « shop-in-shops » pour Chaumet en Corée, en Chine et à Dubaï.

Perspectives

Au second semestre, les marques de Montres et Joaillerie maintiendront une très grande rigueur de gestion des coûts, des stocks et des investissements en raison du manque de visibilité sur le redressement de ce secteur très touché par la conjoncture.

Les priorités demeurent l'animation des marques horlogères au sein de la distribution multimarques en s'appuyant sur des assortiments optimisés et l'amélioration de la productivité du réseau des boutiques joaillières. Les ouvertures de magasins en propre seront limitées et concerneront principalement la Chine (TAG Heuer), Hong Kong (Chaumet) et Singapour (TAG Heuer). Les autres ouvertures seront opérées sous forme de franchise.

6. DISTRIBUTION SÉLECTIVE

	30 juin 2009	31 déc. 2008	30 juin 2008
Ventes (en millions d'euros)	2 127	4 376	1 990
Ventes par zone géographique de destination (en %)			
France	23	24	24
Europe (hors France)	10	11	11
États-Unis	38	38	38
Japon	3	3	3
Asie (hors Japon)	20	19	20
Autres marchés	6	5	4
Total	100	100	100
Résultat opérationnel courant (en millions d'euros)	129	388	151
Marge opérationnelle (en %)	6,1	8,9	7,6
Investissements opérationnels (en millions d'euros)	102	228	115
Nombre de magasins			
Sephora	938	898	809
Autres	157	155	159

Faits marquants

DFS réalise une solide performance qui a toutefois ralenti au second trimestre du fait des inquiétudes soulevées en Asie par l'apparition du virus H1N1. Cette évolution s'accompagne d'une gestion serrée des stocks et des coûts d'exploitation. Les principaux facteurs favorables pour l'activité de DFS sont la montée en puissance régulière de la clientèle chinoise et le succès des nouvelles destinations : la Galleria de Macao connaît un développement soutenu, les opérations de la concession d'Abu Dhabi ont bien débuté et l'activité à Mumbai, bien que modeste encore, progresse chaque mois.

L'activité de **Miami Cruiseline** a subi le ralentissement conjoncturel du marché des croisières et la tendance à moins dépenser de la clientèle américaine. En parallèle aux efforts de réduction des coûts engagés pour faire face à cette situation, les projets liés à la modernisation et à la rénovation des espaces commerciaux sont activement poursuivis. Ils visent à renforcer la position de Miami Cruiseline à l'horizon de la reprise.

Sephora enregistre une croissance dans toutes les régions du monde. Confirmant sa position d'acteur le plus dynamique du secteur de la beauté, l'enseigne accompagne cette progression de gains de parts de marché dans tous les pays. Le renforcement de l'offre de marques exclusives, le développement des produits sous sa marque, qui présentent un excellent rapport qualité-prix, et les programmes

de fidélité de plus en plus perfectionnés ont fortement contribué à ces avancées. Aux États-Unis, dans un contexte très difficile, sa performance s'avère remarquable, démontrant plus que jamais l'efficacité de sa stratégie d'exclusivités et de création de services innovants. L'expansion en Chine se poursuit à un rythme soutenu. Les sites de vente en ligne maintiennent leur dynamique.

Le Bon Marché, qui avait anticipé une légère contraction des ventes, réalise au premier semestre une performance qui se situe au-delà de ses objectifs et maintient son taux de marge commerciale.

Principaux développements

À partir de juin, **DFS** a engagé à Macao l'ouverture graduelle d'un second site situé dans un grand complexe hôtelier et a débuté des travaux d'agrandissement de la Galleria de Sun Plaza à Hong Kong. La rénovation de la Galleria de Hawaï se poursuit.

Le réseau mondial de **Sephora** représente 938 magasins au 30 juin 2009. L'Europe compte 618 magasins, l'Amérique du Nord 240 (dont 225 aux États-Unis, 14 au Canada et un premier magasin ouvert à Porto Rico). 10 ouvertures ont été réalisées en Chine au cours du semestre, ce qui porte à 60 le nombre de magasins Sephora dans ce pays. Dans le cadre de l'implantation de Sephora au Moyen-Orient, un magasin phare a été inauguré dans le Dubaï Mall.

Le Bon Marché a poursuivi les investissements dédiés à la rénovation du deuxième étage du magasin. Ces travaux renforceront son identité architecturale et permettront de développer, dès le second semestre, de nouveaux espaces accueillant un ensemble d'expositions vecteurs d'image et de croissance commerciale. Ils engagent par ailleurs un mouvement structurel des surfaces du magasin qui permettra dès 2010 d'agrandir le département Homme et de créer un nouvel espace Joaillerie / Horlogerie.

Perspectives

Au second semestre, l'environnement devrait rester difficile pour le tourisme mondial. Le marché asiatique ne fera pas exception. Dans ce contexte, DFS maintiendra ses programmes de développement à Macao et Hong Kong, la gestion rigoureuse de ses stocks et les efforts de réduction de ses coûts structurels.

Sephora continuera à mettre l'accent sur l'amélioration de la productivité de ses magasins et poursuivra sélectivement l'expansion de son réseau dans ses pays clés, notamment aux États-Unis, en France et en Chine. Un magasin phare est aussi prévu à Singapour. Le travail des équipes sera concentré sur l'enrichissement de l'expérience du client en magasin en termes d'accueil et de services ainsi que sur une offre toujours plus innovante et exclusive.

L'activité et l'image du **Bon Marché** seront portées par un ensemble d'animations et d'expositions commerciales à fort potentiel, en particulier celle qui sera consacrée à Los Angeles en septembre.

COMMENTAIRES SUR LE BILAN CONSOLIDÉ

Le total du bilan consolidé de LVMH, présenté page 17, s'élève au 30 juin 2009 à 30,7 milliards d'euros, soit une contraction de 2,4 % vis-à-vis du 31 décembre 2008.

L'actif immobilisé représente 21,1 milliards d'euros, soit un montant inchangé par rapport à la fin de l'année 2008. Il atteint ainsi 69 % du total du bilan, contre 67 % six mois plus tôt.

Les immobilisations corporelles et incorporelles (y compris écarts d'acquisition) restent stables à 19,0 milliards d'euros. Les marques et autres immobilisations incorporelles diminuent légèrement à 8,4 milliards d'euros, contre 8,5 milliards fin 2008. Cette évolution résulte principalement de l'incidence des variations des parités monétaires sur les marques et autres immobilisations incorporelles comptabilisées en dollar US, telles la marque Donna Karan et l'enseigne DFS ou en francs suisses, telle la marque TAG Heuer.

Les écarts d'acquisition progressent légèrement, à 4,5 milliards d'euros, contre 4,4 milliards six mois plus tôt.

Les immobilisations corporelles diminuent très légèrement à 6,0 milliards d'euros, contre 6,1 milliards fin 2008. Cette décroissance provient notamment des dotations aux amortissements et des effets des variations de change qui excèdent les investissements opérationnels. Il s'agit des investissements de Louis Vuitton, Sephora et DFS dans leurs réseaux de distribution, de Parfums Christian Dior dans de nouveaux comptoirs, et de Hennessy et Veuve Clicquot dans leurs outils de production.

Le total des participations dans les sociétés mises en équivalence, des investissements financiers, des autres actifs non courants et des impôts différés reste stable au 30 juin 2009, à 2,1 milliards d'euros.

Les stocks s'élèvent à 5,9 milliards d'euros, contre 5,8 milliards fin 2008, en raison des variations saisonnières qui caractérisent la plupart des métiers du Groupe, de la constitution de stocks d'eaux-de-vie de cognac ainsi que de la consolidation de la maison de champagne Montaudon acquise au second semestre 2008.

Les créances clients ont été ramenées à 1,1 milliard d'euros, contre 1,7 milliard fin 2008, soit une réduction sur le premier semestre plus vigoureuse que les années précédentes.

Les placements de trésorerie, hors placements financiers, restent stables à 1,0 milliard d'euros, montant identique à celui constaté au 31 décembre 2008.

Les capitaux propres, part du Groupe, atteignent 12,9 milliards d'euros contre 12,8 milliards fin 2008. Le résultat net dégagé par le Groupe sur la période est en effet légèrement supérieur au versement du solde du dividende 2008 et à la variation négative

de l'écart de conversion entraînée par la baisse de la plupart des devises vis-à-vis de l'euro depuis la fin de l'année 2008.

Les intérêts minoritaires restent stables, à 1,0 milliard d'euros. Cette stabilité résulte de la part des minoritaires dans le résultat du semestre, nette des dividendes qui leur ont été versés, et de l'effet du recul de la monnaie américaine sur les intérêts minoritaires dans DFS.

Le total des capitaux propres s'établit ainsi à 13,8 milliards d'euros, représentant 45 % du total de bilan, contre 44 % six mois auparavant.

Les passifs non courants s'élèvent à fin juin à 11,3 milliards d'euros, dont 4,0 milliards au titre de la dette financière, contre respectivement 11,1 milliards et 3,7 milliards à fin 2008. L'augmentation de la dette financière à plus d'un an explique ainsi l'essentiel de l'accroissement des passifs non courants. La part relative des passifs non courants dans le total de bilan augmente à 37 %, contre 35 % six mois plus tôt.

Les capitaux permanents excèdent 25,1 milliards d'euros et dépassent le montant des actifs non courants.

Les passifs courants s'établissent à 5,6 milliards d'euros au 30 juin 2009, contre 6,6 milliards fin 2008, en raison de la diminution des comptes fournisseurs due aux variations saisonnières et aux effets de la Loi française de modernisation de l'économie et en raison de la réduction des autres passifs courants (frais de personnel, charges sociales, dettes fiscales). La part des passifs courants dans le total du bilan diminue pour atteindre 18 %, contre 21 % six mois auparavant.

La dette financière à plus et moins d'un an, y compris la valeur de marché des produits dérivés de taux, et nette des placements et des disponibilités, ressort au 30 juin 2009 à 4,5 milliards d'euros contre 3,9 milliards six mois plus tôt. Elle représente 32 % du montant des capitaux propres, contre 28 % au 31 décembre 2008, accroissement qui reflète la saisonnalité des variations de trésorerie du Groupe.

La part de la dette financière à plus d'un an dans l'endettement total du Groupe représente plus de 80 % du total de la dette nette.

À fin juin, les lignes de crédit confirmées excèdent 3,9 milliards d'euros, dont seul 0,1 milliard d'euros fait l'objet de tirage. Il en résulte un montant disponible de lignes de crédit confirmées non tirées de 3,8 milliards d'euros, qui couvre largement le programme de billets de trésorerie, dont l'encours au 30 juin 2009 atteint 0,3 milliard d'euros.

COMMENTAIRES SUR LA VARIATION DE TRÉSORERIE CONSOLIDÉE

Le tableau de variation de la trésorerie consolidée, présenté page 20, détaille les principaux flux financiers du semestre.

La capacité d'autofinancement générée par l'activité s'est élevée à 1 566 millions d'euros, contre 1 701 millions un an plus tôt. Après intérêts financiers et impôt, la capacité d'autofinancement atteint 1 206 millions d'euros, soit une augmentation de 5 % par rapport au premier semestre 2008.

Le besoin en fonds de roulement augmente de 518 millions d'euros. En particulier, la variation des stocks génère des besoins de trésorerie s'élevant à 199 millions d'euros, en forte diminution par rapport au premier semestre 2008 et ce malgré la constitution de stocks d'eaux-de-vie de cognac. La variation des créances clients apporte une contribution positive de 537 millions d'euros, principalement chez les maisons de vins et spiritueux et chez Louis Vuitton, tandis que la variation du poste fournisseurs consomme 794 millions d'euros, notamment chez Sephora, chez les maisons de Champagne et chez Parfums Christian Dior. Ces évolutions reflètent la saisonnalité des besoins en fonds de roulement du Groupe ainsi que les effets sur les créances clients et fournisseurs des Maisons françaises de la Loi de modernisation de l'économie.

Les investissements opérationnels du Groupe, nets des cessions, représentent sur le semestre un débours de trésorerie de 352 millions d'euros. Leur montant reflète la dynamique de développement du Groupe et de ses marques phares telles Louis Vuitton, Sephora et Parfums Christian Dior.

Au total, la variation de la trésorerie issue de l'exploitation est positive à hauteur de 336 millions d'euros, à comparer à un solde négatif de 43 millions pour la même période l'an dernier.

Les investissements financiers diminuent : les acquisitions d'investissements financiers, nettes des cessions, ainsi que le solde des incidences des acquisitions et cessions de titres consolidés constituent un emploi à hauteur de 35 millions d'euros, contre 91 millions au premier semestre 2008.

La variation de trésorerie issue des opérations en capital représente un débours de 733 millions d'euros.

Les cessions de titres LVMH et instruments dénouables en actions LVMH effectuées par le Groupe, nettes des acquisitions, ont dégagé 5 millions d'euros, à comparer à un montant d'acquisitions nettes de 116 millions sur la même période de l'année dernière.

Les dividendes versés au cours du semestre par LVMH SA, hors actions d'autocontrôle, se sont élevés à 592 millions d'euros au titre du solde du dividende 2008. En outre, les actionnaires minoritaires des filiales consolidées ont reçu des dividendes à hauteur de 151 millions d'euros.

Les besoins de financement, après toutes opérations d'exploitation, d'investissement et en capital, dont le versement du solde du dividende au titre de l'année 2008, ont ainsi atteint 432 millions d'euros.

Ces besoins, ainsi que ceux consécutifs à l'amortissement d'emprunts et de dettes financières pour un montant de 1 773 millions d'euros, ont été satisfaits au moyen de nouveaux emprunts et dettes financières et par la réalisation de placements financiers.

Les émissions ou souscriptions d'emprunts et dettes financières ont permis de recueillir 2 255 millions d'euros. LVMH SA a notamment procédé en mai à une émission obligataire publique à 5 ans d'un montant nominal de 1 000 millions d'euros. En outre, le Groupe a utilisé son programme d'Euro Medium Term Notes pour réaliser en juin des placements privés à long terme à concurrence de 250 millions d'euros à 6 ans et de 150 millions d'euros à 8 ans. En revanche, le Groupe a diminué de 467 millions d'euros le recours à son programme de billets de trésorerie français.

À l'issue des opérations du semestre, la trésorerie nette s'élève à 809 millions d'euros.

LE GROUPE LVMH

COMPTES CONSOLIDÉS RÉSUMÉS

	<i>Page</i>
COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ	16
BILAN CONSOLIDÉ	17
TABLEAU DE VARIATION DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDÉS	18
ÉTAT GLOBAL DES GAINS ET PERTES CONSOLIDÉS	19
TABLEAU DE VARIATION DE LA TRÉSORERIE CONSOLIDÉE	20
ANNEXE AUX COMPTES CONSOLIDÉS RÉSUMÉS	21

COMPTES DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

<i>(en millions d'euros, sauf résultats par action)</i>	Notes	30 juin 2009	31 déc. 2008	30 juin 2008
Ventes	21	7 811	17 193	7 799
Coût des ventes		(2 830)	(6 012)	(2 682)
Marge brute		4 981	11 181	5 117
Charges commerciales		(2 902)	(6 104)	(2 868)
Charges administratives		(716)	(1 449)	(708)
Résultat opérationnel courant	21-22	1 363	3 628	1 541
Autres produits et charges opérationnels	23	(113)	(143)	(28)
Résultat opérationnel		1 250	3 485	1 513
Coût de la dette financière nette		(102)	(257)	(103)
Autres produits et charges financiers		(34)	(24)	1
Résultat financier	24	(136)	(281)	(102)
Impôts sur les bénéfices	25	(358)	(893)	(402)
Part dans les résultats des sociétés mises en équivalence	6	1	7	4
Résultat net avant part des minoritaires		757	2 318	1 013
Part des minoritaires		(70)	(292)	(122)
Résultat net, part du Groupe		687	2 026	891
Résultat net, part du Groupe par action <i>(en euros)</i>	26	1,45	4,28	1,88
Nombre d'actions retenu pour le calcul		473 238 611	473 554 813	473 651 310
Résultat net, part du Groupe par action après dilution <i>(en euros)</i>	26	1,45	4,26	1,85
Nombre d'actions retenu pour le calcul		473 911 591	475 610 672	480 514 201

BILAN CONSOLIDÉ

ACTIF	Notes	30 juin 2009	31 déc. 2008 ⁽¹⁾	30 juin 2008 ⁽¹⁾
<i>(en millions d'euros)</i>				
Marques et autres immobilisations incorporelles, nettes	3	8 449	8 523	7 852
Écarts d'acquisition, nets	4	4 509	4 423	5 054
Immobilisations corporelles, nettes	5	6 049	6 081	5 507
Participations mises en équivalence	6	214	216	126
Investissements financiers	7	490	375	795
Autres actifs non courants		876	841	682
Impôts différés		559	670	573
Actifs non courants		21 146	21 129	20 589
Stocks et en-cours	8	5 944	5 764	5 265
Créances clients et comptes rattachés	9	1 130	1 650	1 261
Impôts sur les résultats		112	229	124
Autres actifs courants	10	1 435	1 698	1 882
Trésorerie et équivalents de trésorerie	12	956	1 013	930
Actifs courants		9 577	10 354	9 462
Total de l'actif		30 723	31 483	30 051
PASSIF ET CAPITAUX PROPRES				
<i>(en millions d'euros)</i>				
Capital		147	147	147
Primes		1 739	1 737	1 739
Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH		(963)	(983)	(936)
Écarts de réévaluation		839	818	943
Autres réserves		10 853	9 430	9 511
Écarts de conversion		(448)	(371)	(896)
Résultat net, part du Groupe		687	2 026	891
Capitaux propres, part du Groupe	13	12 854	12 804	11 399
Intérêts minoritaires	15	981	989	885
Capitaux propres		13 835	13 793	12 284
Dettes financières à plus d'un an	16	4 048	3 738	3 282
Provisions à plus d'un an	17	972	971	942
Impôts différés		3 068	3 113	2 857
Autres passifs non courants	18	3 242	3 253	4 116
Passifs non courants		11 330	11 075	11 197
Dettes financières à moins d'un an	16	1 859	1 847	2 662
Fournisseurs et comptes rattachés		1 507	2 292	1 795
Impôts sur les résultats		279	304	261
Provisions à moins d'un an	17	315	306	231
Autres passifs courants	19	1 598	1 866	1 621
Passifs courants		5 558	6 615	6 570
Total du passif et des capitaux propres		30 723	31 483	30 051

(1) Les bilans aux 30 juin et 31 décembre 2008 ont été retraités des effets de l'application de l'amendement d'IAS 38 Immobilisations incorporelles, rétroactive au 1^{er} janvier 2007. Voir Note 1.2.

TABLEAU DE VARIATION DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDÉS

	Nombre d'actions	(en millions d'euros)						Total des capitaux propres		
		Capital	Primes	Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH	Écarts de conversion	Écarts de réévaluation	Résultat et autres réserves	Part du Groupe	Intérêts minoritaires	Total
Notes		13.1		13.2	13.4	13.4			15	
Au 31 décembre 2007	489 937 410	147	1 736	(877)	(608)	976	10 216	11 590	938	12 528
Effet de l'application d'IAS 38 amendée. Voir Note 1.2.							(93)	(93)	(1)	(94)
Au 31 décembre 2007, après retraitement	489 937 410	147	1 736	(877)	(608)	976	10 123	11 497	937	12 434
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					237	(158)		79	60	139
Résultat net							2 026	2 026	292	2 318
Total des gains et pertes		-	-	-	237	(158)	2 026	2 105	352	2 457
Charges liées aux plans d'options							41	41	3	44
(Acquisitions) / cessions d'actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH				(110)			24	(86)	-	(86)
Levées d'options de souscription d'actions	92 600		5					5	-	5
Annulation d'actions LVMH	(92 600)		(4)	4				-	-	-
Augmentations de capital des filiales								-	4	4
Dividendes et acomptes versés							(758)	(758)	(188)	(946)
Variations de périmètre								-	20	20
Effets des engagements d'achat de titres								-	(139)	(139)
Au 31 décembre 2008	489 937 410	147	1 737	(983)	(371)	818	11 456	12 804	989	13 793
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					(77)	21		(56)	(6)	(62)
Résultat net							687	687	70	757
Total des gains et pertes		-	-	-	(77)	21	687	631	64	695
Charges liées aux plans d'options							21	21	2	23
(Acquisitions) / cessions d'actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH				20			(32)	(12)	-	(12)
Levées d'options de souscription d'actions	46 210		2					2	-	2
Augmentations de capital des filiales								-	3	3
Dividendes et acomptes versés							(592)	(592)	(159)	(751)
Variations de périmètre								-	4	4
Effets des engagements d'achat de titres								-	78	78
Au 30 juin 2009	489 983 620	147	1 739	(963)	(448)	839	11 540	12 854	981	13 835

Notes	Nombre d'actions	(en millions d'euros)						Total des capitaux propres		
		Capital 13.1	Primes 13.2	Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH 13.4	Écarts de conversion 13.4	Écarts de réévaluation	Résultat et autres réserves	Part du Groupe	Intérêts minoritaires	Total
Au 31 décembre 2007, après retraitement	489 937 410	147	1 736	(877)	(608)	976	10 123	11 497	937	12 434
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					(288)	(33)		(321)	(45)	(366)
Résultat net							891	891	122	1 013
Total des gains et pertes		-	-	-	(288)	(33)	891	570	77	647
Charges liées aux plans d'options							20	20	1	21
(Acquisitions) / cessions d'actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH				(60)			(40)	(100)	-	(100)
Levées d'options de souscription d'actions	78 500		4					4	-	4
Annulation d'actions LVMH	(35 050)		(1)	1				-	-	-
Augmentations de capital des filiales								-	1	1
Dividendes et acomptes versés							(592)	(592)	(165)	(757)
Variations de périmètre								-	(1)	(1)
Effets des engagements d'achat de titres								-	35	35
Au 30 juin 2008	489 980 860	147	1 739	(936)	(896)	943	10 402	11 399	885	12 284

ÉTAT GLOBAL DES GAINS ET PERTES CONSOLIDÉS

(en millions d'euros)	Notes	30 juin 2009	31 déc. 2008	30 juin 2008
Résultat net avant part des minoritaires		757	2 318	1 013
Variations relatives aux :				
Écarts de conversion		(77)	257	(312)
Investissements et placements financiers		2	(252)	(50)
Couvertures de flux de trésorerie futurs en devises		52	(68)	6
Terres à vignes		1	172	-
Effets d'impôt		(40)	30	(10)
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres	13.4	(62)	139	(366)
Total des gains et pertes		695	2 457	647
Part des minoritaires		(64)	(352)	(77)
Total des gains et pertes, part du Groupe		631	2 105	570

TABLEAU DE VARIATION DE LA TRÉSORERIE CONSOLIDÉE

(en millions d'euros)	Notes	30 juin 2009	31 déc. 2008	30 juin 2008
I. Opérations et investissements d'exploitation				
Résultat opérationnel		1 250	3 485	1 513
Dotations nettes aux amortissements et provisions, hors éléments fiscaux et financiers		377	695	243
Autres charges calculées, hors éléments financiers		(57)	(42)	(52)
Dividendes reçus		15	17	14
Autres retraitements		(19)	(59)	(17)
Capacité d'autofinancement générée par l'activité		1 566	4 096	1 701
Coût de la dette financière nette : intérêts payés		(115)	(222)	(106)
Impôt payé		(245)	(866)	(447)
Capacité d'autofinancement après intérêts financiers et impôt		1 206	3 008	1 148
Variation des stocks et en-cours		(199)	(826)	(588)
Variation des créances clients et comptes rattachés		537	(29)	309
Variation des fournisseurs et comptes rattachés		(794)	135	(287)
Variation des autres créances et dettes		(62)	(10)	(170)
Variation du besoin en fonds de roulement		(518)	(730)	(736)
Acquisitions d'immobilisations incorporelles et corporelles		(349)	(1 039)	(490)
Cessions d'immobilisations incorporelles et corporelles		3	100	31
Dépôts de garantie versés et autres flux d'investissements opérationnels		(6)	(8)	4
Investissements opérationnels		(352)	(947)	(455)
Variation de la trésorerie issue de l'exploitation		336	1 331	(43)
II. Investissements financiers				
Acquisitions d'investissements financiers	7	(66)	(155)	(51)
Cessions d'investissements financiers	7	36	184	15
Incidences des acquisitions et cessions de titres consolidés		(5)	(642)	(55)
Variation de la trésorerie issue des investissements financiers		(35)	(613)	(91)
III. Opérations en capital				
Augmentations de capital de la société LVMH	13	2	5	4
Augmentations de capital des filiales souscrites par les minoritaires	15	3	4	-
Acquisitions et cessions d'actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH	13.2	5	(143)	(116)
Dividendes et acomptes versés par la société LVMH	13.3	(592)	(758)	(592)
Dividendes et acomptes versés aux minoritaires des filiales consolidées	15	(151)	(188)	(160)
Variation de la trésorerie issue des opérations en capital		(733)	(1 080)	(864)
IV. Opérations de financement				
Émissions ou souscriptions d'emprunts et dettes financières		2 255	2 254	1 666
Remboursements d'emprunts et dettes financières		(1 773)	(2 301)	(1 184)
Acquisitions et cessions de placements financiers	11	90	(47)	41
Variation de la trésorerie issue des opérations de financement		572	(94)	523
V. Incidence des écarts de conversion		(49)	87	(60)
VARIATION NETTE DE LA TRÉSORERIE (I + II + III + IV + V)		91	(369)	(535)
TRÉSORERIE NETTE À L'OUVERTURE	12	718	1 087	1 087
TRÉSORERIE NETTE À LA CLÔTURE	12	809	718	552
Opérations comprises dans le tableau ci-dessus, sans incidence sur la variation de la trésorerie :				
- investissements par location financement		5	11	2

ANNEXE AUX COMPTES CONSOLIDÉS RÉSUMÉS

	<i>Page</i>
1. PRINCIPES COMPTABLES	22
2. VARIATIONS DE PÉRIMÈTRE	23
3. MARQUES, ENSEIGNES ET AUTRES IMMOBILISATIONS INCORPORELLES	23
4. ÉCARTS D'ACQUISITION	24
5. IMMOBILISATIONS CORPORELLES	24
6. PARTICIPATIONS MISES EN ÉQUIVALENCE	25
7. INVESTISSEMENTS FINANCIERS	26
8. STOCKS ET EN-COURS	26
9. CLIENTS	27
10. AUTRES ACTIFS COURANTS	28
11. PLACEMENTS FINANCIERS	28
12. TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE	28
13. CAPITAUX PROPRES	29
14. PLANS D'OPTIONS ET ASSIMILÉS	31
15. INTÉRÊTS MINORITAIRES	32
16. EMPRUNTS ET DETTES FINANCIÈRES	32
17. PROVISIONS	33
18. AUTRES PASSIFS NON COURANTS	34
19. AUTRES PASSIFS COURANTS	34
20. INSTRUMENTS FINANCIERS ET GESTION DES RISQUES DE MARCHÉ	35
21. INFORMATION SECTORIELLE	37
22. CHARGES PAR NATURE	39
23. AUTRES PRODUITS ET CHARGES OPÉRATIONNELS	39
24. RÉSULTAT FINANCIER	40
25. IMPÔTS SUR LES RÉSULTATS	40
26. RÉSULTATS PAR ACTION	41
27. LITIGES	41
28. PARTIES LIÉES	41
29. ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE	41

ANNEXE AUX COMPTES CONSOLIDÉS RÉSUMÉS

1. PRINCIPES COMPTABLES

1.1. Cadre général et environnement

Les comptes consolidés résumés du premier semestre 2009 ont été arrêtés par le Conseil d'Administration du 29 juillet 2009. Ils sont établis en conformité avec la norme IAS 34 et les normes et interprétations comptables internationales (IAS/IFRS) adoptées dans l'Union Européenne et applicables au 30 juin 2009. Ces normes et interprétations sont appliquées de façon constante sur les périodes présentées. En particulier, les comptes consolidés aux 30 juin 2008 et 31 décembre 2008 ont été retraités des effets de l'amendement d'IAS 38 Immobilisations incorporelles portant sur la comptabilisation des frais de publicité et promotion ; IAS 38 est appliqué rétrospectivement à partir du 1^{er} janvier 2007.

Les comptes semestriels sont établis selon les mêmes règles et méthodes que celles retenues pour la préparation des comptes annuels, à l'exception du taux d'impôt sur les résultats, déterminé 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).

L'environnement lié à la crise économique et financière a été pris en compte au 30 juin 2009 pour la valorisation des investissements, placements et instruments financiers, l'appréciation de l'écoulement probable des stocks ou la recouvrabilité des créances commerciales. Les actifs dont la valeur s'apprécie par référence à des perspectives à plus long terme, en particulier les actifs incorporels ou immobiliers ont été évalués au 30 juin 2009 selon les mêmes hypothèses qu'au 31 décembre 2008, sur la base de projections enregistrant une diminution progressive des effets de la crise.

1.2. Évolutions du référentiel comptable

Les normes, amendements et interprétations qui concernent le groupe LVMH, appliqués depuis le 1^{er} janvier 2009, sont les suivants :

- IFRS 8 Secteurs d'activités publiés ;
- amendements d'IAS 1 sur la présentation des états financiers ;
- amendement d'IAS 38 Immobilisations incorporelles, relatif à la comptabilisation des frais de publicité et promotion ;
- amendements d'IAS 23 sur la capitalisation des coûts d'emprunt ;
- amendements d'IFRS 2 concernant les conditions d'acquisition des droits et le traitement de la caducité dans le cadre des plans d'options ;
- l'interprétation IFRIC 14 IAS 19 portant sur les exigences de financement minimal des régimes à prestations définies et leur interaction avec le plafonnement des actifs financiers.

L'application de ces textes n'a pas d'impacts significatifs sur les comptes consolidés du Groupe. IFRS 8 ne modifie pas la structure des données publiées, ni le montant des écarts d'acquisition alloués à chaque secteur d'activités. IAS 23 amendée ne modifie pas le calcul du coût de revient des stocks des activités Vins et Spiritueux, l'application de ce texte n'étant pas obligatoire pour les biens produits en grande quantité de manière répétitive. Les effets de l'application de l'amendement d'IAS 38 sont décrits ci-dessous.

Application de l'amendement d'IAS 38 Immobilisations incorporelles

À compter de l'exercice 2009, les frais de publicité et promotion sont enregistrés lors de leur réception ou de leur production s'il s'agit de biens ou lors de la réalisation des prestations s'il s'agit de services. L'effet du changement de méthode sur les capitaux propres au 1^{er} janvier 2007 est de 94 millions ; il s'analyse de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	Impact au 1^{er} janvier 2007
Immobilisations incorporelles	(13)
Écarts d'acquisition	6
Immobilisations corporelles	(7)
Impôts différés	40
Stocks et en-cours	(3)
Autres actifs courants	(117)
Capitaux propres consolidés	(94)
dont : part du Groupe	(93)
intérêts minoritaires	(1)

Les autres actifs courants correspondent aux charges constatées d'avance enregistrées au titre des échantillons et matériels publicitaires (activités Parfums et Cosmétiques principalement).

Les résultats des exercices 2007 et 2008 n'ont pas été retraités, l'effet de l'application de l'amendement d'IAS 38 par rapport à celui constaté au 1^{er} janvier 2007 étant considéré non significatif. Les annexes présentées ci-après ont été retraitées des effets de l'application rétrospective de l'amendement d'IAS 38.

2. VARIATIONS DE PÉRIMÈTRE

Vins et Spiritueux

En décembre 2008, le Groupe a acquis la totalité du capital de la société champenoise Montaudon, propriétaire de la marque du même nom, pour 30 millions d'euros, dont un complément de prix contractuel évalué à 4 millions d'euros. Cette participation a été consolidée au 1^{er} janvier 2009.

3. MARQUES, ENSEIGNES ET AUTRES IMMOBILISATIONS INCORPORELLES

(en millions d'euros)	30 juin 2009			31 déc. 2008 ⁽¹⁾	30 juin 2008 ⁽¹⁾
	Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net	Net
Marques	6 584	(371)	6 213	6 244	5 833
Enseignes	3 173	(1 290)	1 883	1 909	1 716
Licences de distribution	105	(63)	42	43	42
Droits au bail	251	(151)	100	102	100
Logiciels	380	(271)	109	110	93
Autres	228	(126)	102	115	68
Total	10 721	(2 272)	8 449	8 523	7 852
dont : immobilisations en location financement	14	(14)	-	-	-

La variation du solde des marques, enseignes et autres immobilisations incorporelles au cours du premier semestre 2009 est constituée des éléments suivants :

Valeur brute (en millions d'euros)	Marques	Enseignes	Autres immobilisations incorporelles	Total
Au 31 décembre 2008 ⁽¹⁾	6 599	3 218	956	10 773
Acquisitions	-	-	34	34
Cessions, mises hors service	-	-	(21)	(21)
Effets des variations de périmètre	-	-	(1)	(1)
Effets des variations de change	(15)	(45)	(4)	(64)
Au 30 juin 2009	6 584	3 173	964	10 721

Amortissements et dépréciations (en millions d'euros)	Marques	Enseignes	Autres immobilisations incorporelles	Total
Au 31 décembre 2008 ⁽¹⁾	(355)	(1 309)	(585)	(2 249)
Amortissements	(16)	-	(47)	(63)
Cessions, mises hors service	-	-	17	17
Effets des variations de périmètre	-	-	1	1
Effets des variations de change	-	19	3	22
Au 30 juin 2009	(371)	(1 290)	(611)	(2 272)

Valeur nette au 30 juin 2009	Marques	Enseignes	Autres	Total
	6 213	1 883	353	8 449

(1) Voir Note 1.2 Application de l'amendement d'IAS 38.

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

4. ÉCARTS D'ACQUISITION

(en millions d'euros)	30 juin 2009			31 déc. 2008 ⁽¹⁾	30 juin 2008 ⁽¹⁾
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Écarts d'acquisition sur titres consolidés	4 446	(1 091)	3 355	3 338	2 929
Écarts d'acquisition sur engagements d'achat de titres de minoritaires	1 157	(3)	1 154	1 085	2 125
Total	5 603	(1 094)	4 509	4 423	5 054

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 2009			31 déc. 2008 ⁽¹⁾	30 juin 2008 ⁽¹⁾
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Au 1^{er} janvier	5 511	(1 088)	4 423	4 824	4 824
Effets des variations de périmètre	39	-	39	639	249
Variation des engagements d'achat de titres de minoritaires	77	-	77	(1 061)	34
Variation des dépréciations		(15)	(15)	(31)	(11)
Effets des variations de change	(24)	9	(15)	52	(42)
À la clôture	5 603	(1 094)	4 509	4 423	5 054

(1) Voir Note 1.2 Application de l'amendement d'IAS 38.

Les effets des variations de périmètre du premier semestre 2009 proviennent principalement de la consolidation de Montaudon.

5. IMMOBILISATIONS CORPORELLES

(en millions d'euros)	30 juin 2009			31 déc. 2008 ⁽¹⁾	30 juin 2008 ⁽¹⁾
	Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net	Net
Terrains	857	-	857	862	803
Terres à vignes et vignobles	1 701	(81)	1 620	1 613	1 429
Constructions	1 567	(689)	878	880	832
Immeubles locatifs	341	(54)	287	291	279
Installations techniques, matériels et outillages	4 272	(2 672)	1 600	1 631	1 447
Autres immobilisations corporelles et en-cours	1 241	(434)	807	804	717
Total	9 979	(3 930)	6 049	6 081	5 507
dont : immobilisations en location financement	254	(118)	136	147	150
coût historique des terres à vignes et vignobles	567	(81)	486	480	471

La variation de valeur des immobilisations corporelles au cours du premier semestre 2009 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 2008 ⁽¹⁾	1 690	2 398	343	4 141	1 226	9 798
Acquisitions	1	15	-	113	134	263
Variation de la valeur de marché des terres à vignes	1					1
Cessions, mises hors service	-	-	-	(36)	(25)	(61)
Effets des variations de périmètre	1	12	-	6	-	19
Effets des variations de change	2	(21)	(2)	(22)	(7)	(50)
Autres mouvements, y compris transferts	6	20	-	70	(87)	9
Au 30 juin 2009	1 701	2 424	341	4 272	1 241	9 979

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 2008 ⁽¹⁾	(77)	(656)	(52)	(2 510)	(422)	(3 717)
Amortissements	(3)	(26)	(2)	(208)	(37)	(276)
Cessions, mises hors service	-	-	-	33	24	57
Effets des variations de périmètre	-	(1)	-	(1)	-	(2)
Effets des variations de change	-	2	-	14	1	17
Autres mouvements, y compris transferts	(1)	(8)	-	-	-	(9)
Au 30 juin 2009	(81)	(689)	(54)	(2 672)	(434)	(3 930)

Valeur nette au 30 juin 2009	1 620	1 735	287	1 600	807	6 049
-------------------------------------	--------------	--------------	------------	--------------	------------	--------------

(1) Voir Note 1.2 Application de l'amendement d'IAS 38.

Les acquisitions d'immobilisations corporelles reflètent principalement les investissements de Louis Vuitton, Sephora et DFS dans leurs réseaux de distribution, ceux de Parfums Christian Dior dans de nouveaux comptoirs ainsi que ceux de Hennessy et Veuve Clicquot dans leurs outils de production.

6. PARTICIPATIONS MISES EN ÉQUIVALENCE

(en millions d'euros)	30 juin 2009			31 déc. 2008	30 juin 2008
	Valeur brute	Dépréciations	Valeur nette	Valeur nette	Valeur nette
Part dans l'actif net des participations mises en équivalence au 1^{er} janvier	216	-	216	129	129
Part dans le résultat du semestre	1	-	1	7	4
Dividendes versés	(7)		(7)	(7)	(6)
Effets des variations de périmètre	10	-	10	84	-
Effets des variations de change	(6)	-	(6)	3	(1)
Part dans l'actif net des participations mises en équivalence à la clôture	214	-	214	216	126

Au 30 juin 2009, les titres mis en équivalence comprennent principalement :

- une participation de 40 % dans Mongoual SA, société immobilière propriétaire d'un immeuble à Paris (France), siège social de la société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SA ;
- une participation de 45 % dans le groupe détenant les magasins Ile de Beauté, l'une des principales enseignes de distribution de parfums et cosmétiques en Russie, acquise en octobre 2008.

Les effets des variations de périmètre incluent la prise de participation de 49 % dans le capital d'Edun, acteur important dans le domaine vestimentaire, associant mode, commerce équitable et développement durable.

7. INVESTISSEMENTS FINANCIERS

(en millions d'euros)	30 juin 2009			31 déc. 2008	30 juin 2008
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Total	549	(59)	490	375	795

Les investissements financiers ont évolué de la façon suivante au cours du premier semestre 2009 :

(en millions d'euros)	30 juin 2009
Au 1^{er} janvier	375
Acquisitions	55
Cessions à valeur de vente	(34)
Variations de valeur de marché	34
Reclassements en titres consolidés, voir Note 2	(30)
Reclassements de placements financiers	95
Effets des variations de change	(5)
Au 30 juin	490

Ont été reclassés en investissements financiers les placements financiers dont l'évolution de la liquidité, du fait de l'environnement économique, ne permet plus de considérer ces actifs comme rapidement réalisables.

8. STOCKS ET EN-COURS

(en millions d'euros)	30 juin 2009	31 déc. 2008 ⁽¹⁾	30 juin 2008 ⁽¹⁾
Vins et eaux-de-vie en cours de vieillissement	3 129	2 928	2 748
Autres matières premières et en-cours	799	708	581
	3 928	3 636	3 329
Marchandises	546	579	528
Produits finis	2 079	2 126	1 987
	2 625	2 705	2 515
Valeur brute	6 553	6 341	5 844
Provision pour dépréciation	(609)	(577)	(579)
Valeur nette	5 944	5 764	5 265

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

(en millions d'euros)	30 juin 2009			31 déc. 2008 ⁽¹⁾	30 juin 2008 ⁽¹⁾
	Valeur brute	Provision pour dépréciation	Valeur nette	Valeur nette	Valeur nette
Au 1^{er} janvier	6 337	(573)	5 764	4 809	4 809
Augmentation du stock brut	199		199	826	588
Effets de la mise à valeur de marché des vendanges	13	-	13	24	12
Variation de la provision pour dépréciation		(39)	(39)	(62)	(43)
Effets des variations de périmètre	34	(2)	32	84	(10)
Effets des variations de change	(30)	9	(21)	89	(91)
Reclassements	-	(4)	(4)	(6)	-
À la clôture	6 553	(609)	5 944	5 764	5 265

(1) Voir Note 1.2 Application de l'amendement d'IAS 38.

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 2009	31 déc. 2008	30 juin 2008
Mise à valeur de marché de la récolte de l'exercice	22	53	23
Effets des sorties de stocks	(9)	(29)	(11)
Incidence nette sur le coût des ventes de la période	13	24	12

9. CLIENTS

(en millions d'euros)	30 juin 2009	31 déc. 2008	30 juin 2008
Créances à valeur nominale	1 312	1 843	1 427
Provision pour dépréciation	(64)	(58)	(51)
Provision pour retours et reprises de produits	(118)	(135)	(115)
Montant net	1 130	1 650	1 261

Au 30 juin 2009, la ventilation de la valeur brute et de la provision pour dépréciation des créances clients, en fonction de l'ancienneté des créances, s'analyse de la façon suivante :

(en millions d'euros)	Valeur brute des créances	Provision pour dépréciation	Valeur nette des créances
Non échues : moins de 3 mois	1 015	(6)	1 009
plus de 3 mois	39	(2)	37
	1 054	(8)	1 046
Échues : moins de 3 mois	141	(9)	132
plus de 3 mois	117	(47)	70
	258	(56)	202
Total	1 312	(64)	1 248

10. AUTRES ACTIFS COURANTS

(en millions d'euros)	30 juin 2009	31 déc. 2008	30 juin 2008
Placements financiers	344	590	774
Instruments dérivés	349	265	416
Créances d'impôts et taxes, hors impôt sur les résultats	221	284	269
Fournisseurs : avances et acomptes	107	141	86
Charges constatées d'avance ⁽¹⁾	169	185	136
Autres créances, nettes	245	233	201
Total	1 435	1 698	1 882

(1) Voir Note 1.2 Application de l'amendement d'IAS 38.

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 2009	31 déc. 2008	30 juin 2008
Valeurs mobilières de placement non cotées, parts de SICAV et de fonds non monétaires	236	471	580
Valeurs mobilières de placement cotées	108	119	194
Total	344	590	774
dont coût historique des placements financiers	441	679	730

La valeur nette des placements financiers a évolué de la façon suivante au cours du premier semestre 2009 :

(en millions d'euros)	30 juin 2009
Au 1^{er} janvier	590
Acquisitions	12
Cessions à valeur de vente	(144)
Variations de valeur de marché	(17)
Variation du montant des dépréciations	(6)
Reclassement en investissements financiers, voir Note 7	(95)
Effets des variations de périmètre	(1)
Effets des variations de change	5
Au 30 juin	344

12. TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE

(en millions d'euros)	30 juin 2009	31 déc. 2008	30 juin 2008
Dépôts à terme à moins de trois mois	90	64	140
Parts de SICAV et FCP monétaires	139	72	61
Comptes bancaires	727	877	729
Trésorerie et équivalents de trésorerie au bilan	956	1 013	930

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 2009	31 déc. 2008	30 juin 2008
Trésorerie et équivalents de trésorerie	956	1 013	930
Découverts bancaires	(147)	(295)	(378)
Trésorerie nette du tableau de variation de trésorerie	809	718	552

13. CAPITAUX PROPRES

13.1. Capital

Au 30 juin 2009, le capital est constitué de 489 983 620 actions (489 937 410 au 31 décembre 2008), entièrement libérées, au nominal de 0,30 euro ; 226 413 378 actions bénéficient d'un droit de vote double, accordé aux actions détenues sous forme nominative depuis plus de trois ans (226 413 842 au 31 décembre 2008). L'augmentation du nombre d'actions au cours du semestre résulte de levées d'options de souscription.

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 2009		31 déc. 2008	30 juin 2008
	Nombre	Valeur	Valeur	Valeur
Plans d'options d'achat	4 355 978	245	279	247
Plans d'attribution d'actions gratuites	473 963	26	23	23
Autres plans	10 801 327	509	487	512
Couverture des plans d'options et assimilés	15 631 268	780	789	782
Contrat de liquidité	179 000	10	16	26
Actions destinées à être annulées	820 000	56	56	-
Actions LVMH	16 630 268	846	861	808
Calls sur actions LVMH ⁽¹⁾	2 855 200	117	122	128
Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH	19 485 468	963	983	936

(1) 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.

Les « Autres plans » comprennent essentiellement les plans d'options de souscription.

Au 30 juin 2009, la valeur boursière des actions LVMH détenues dans le cadre du contrat de liquidité n'est pas différente de leur valeur comptable, soit 10 millions d'euros.

Au cours du semestre, les mouvements de portefeuille ont été les suivants :

Actions LVMH

(en millions d'euros)	Nombre	Valeur	Effet sur la trésorerie
Au 31 décembre 2008	16 876 191	861	
Achats d'actions, y.c. par exercice de calls	1 382 340	71	(66)
Exercices d'options d'achat	(151 686)	(11)	5
Attribution définitive d'actions gratuites	(145 213)	(13)	-
Cessions à valeur de vente	(1 331 364)	(66)	66
Plusvalue/(moins value) de cession		4	
Au 30 juin 2009	16 630 268	846	5

Calls sur actions LVMH

(en millions d'euros)	Nombre	Valeur	Effet sur la trésorerie
Au 31 décembre 2008	2 970 200	122	
Achat de calls	-	-	-
Exercice de calls	(115 000)	(5)	-
Au 30 juin 2009	2 855 200	117	-

13.3. Dividendes versés par la société mère LVMH SA

(en millions d'euros, sauf données par action, en euros)	30 juin 2009	31 déc. 2008	30 juin 2008
Acompte au titre de l'exercice en cours (2008 : 0,35 euro)	-	171	-
Dont : effet des actions auto-détenues	-	(5)	-
	-	166	-
Solde au titre de l'exercice précédent (2008 : 1,25 euro ; 2007 : 1,25 euro)	612	612	612
Dont : effet des actions auto-détenues	(20)	(20)	(20)
	592	592	592
Montant brut total versé au cours de la période ⁽¹⁾	592	758	592

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

Le solde du dividende au titre de l'exercice 2008 a été versé le 25 mai 2009, conformément aux résolutions de l'Assemblée Générale des Actionnaires du 14 mai 2009.

13.4. Gains et pertes enregistrés en capitaux propres

Les gains et pertes enregistrés en capitaux propres ont évolué de la façon suivante au cours du semestre :

(en millions d'euros)	Écarts de conversion	Écarts de réévaluation			Total	Gains et pertes enregistrés en capitaux propres
		Investissements et placements financiers	Couverture de flux de trésorerie futurs en devises	Terres à vignes		
Au 31 décembre 2008	(454)	136	66	749	951	497
dont : part du Groupe	(371)	136	59	623	818	447
intérêts minoritaires	(83)	-	7	126	133	50
Variation de valeur	(77)	12	91	1	104	27
Transfert en résultat de l'exercice	-	(10)	(39)	-	(49)	(49)
Effets d'impôt	(15)	(12)	(13)	-	(25)	(40)
Variations de la période	(92)	(10)	39	1	30	(62)
Au 30 juin 2009	(546)	126	105	750	981	435
dont : part du Groupe	(448)	126	89	624	839	391
intérêts minoritaires	(98)	-	16	126	142	44

La variation du montant des écarts de conversion et les soldes 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 2009	Variation	31 déc. 2008	30 juin 2008
Dollar US	(406)	(62)	(344)	(795)
Yen japonais	39	(31)	70	(29)
Hong Kong dollar	(3)	(8)	5	(117)
Livre sterling	(67)	42	(109)	(36)
Autres devises	(7)	(45)	38	(21)
Couvertures d'actifs nets en devises	(4)	27	(31)	102
Total, part du Groupe	(448)	(77)	(371)	(896)

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 2009, provient des évolutions suivantes :

14.1. Plans d'options de souscription

	Nombre	Prix d'exercice moyen pondéré (en euros)
Options de souscription non exercées au 1^{er} janvier	9 569 660	67,76
Attributions	1 301 770	56,50
Options caduques	-	-
Options exercées	(46 210)	53,79
Options de souscription non exercées au 30 juin	10 825 220	66,46

Les attributions de la période correspondent au plan mis en place le 14 mai 2009 au prix d'exercice unitaire moyen de 56,50 euros. Les options sont exerçables après un délai de quatre ans, sous réserve que le résultat opérationnel courant, la trésorerie issue de l'exploitation ou le taux de marge opérationnelle courante enregistré, au cours des exercices 2009 et 2010, une variation positive par rapport à 2008.

14.4. Calcul de la charge du semestre

(en millions d'euros)	30 juin 2009	31 déc. 2008	30 juin 2008
Plans d'options de souscription, d'achat et d'attribution d'actions gratuites	23	44	21
Plans de rémunérations liées au cours de l'action LVMH dénoués en numéraire	2	(6)	(3)
Charge de l'exercice	25	38	18

Sont pris en compte dans ce calcul tous les plans dont la période d'acquisition des droits était ouverte au 1^{er} janvier 2004, date de transition aux IFRS.

Les paramètres et hypothèses retenus pour l'évaluation de la charge liée aux plans mis en place au cours du premier semestre 2009 sont les suivants :

Cours de bourse de l'action LVMH à la date d'attribution (en euros)	57,28
Prix d'exercice moyen (en euros)	56,50
Volatilité du cours de l'action LVMH	37,0 %
Taux de distribution de dividendes	2,8 %
Taux de placement sans risque	2,7 %
Période d'acquisition des droits	4 ans
Conditions de performance atteintes	oui

14.2. Plans d'options d'achat

	Nombre	Prix d'exercice moyen pondéré (en euros)
Options d'achat non exercées au 1^{er} janvier	7 862 248	57,73
Attributions	-	-
Options caduques	(499 384)	64,57
Options exercées	(151 686)	34,82
Options d'achat non exercées au 30 juin	7 211 178	57,74

14.3. Plans d'attribution d'actions gratuites

Un plan d'attribution d'actions gratuites portant sur 311 209 actions a été mis en place le 14 mai 2009. L'attribution devient définitive au terme d'une période d'acquisition des droits de deux ans, au-delà de laquelle les actions attribuées doivent être conservées par les bénéficiaires pendant une durée complémentaire de deux ans.

La volatilité du cours de l'action LVMH est déterminée sur la base de la volatilité implicite observée.

Les valeurs unitaires moyennes des options de souscription et des actions gratuites attribuées en 2009 sont de 17,10 euros et 54,12 euros, respectivement.

15. INTÉRÊTS MINORITAIRES

(en millions d'euros)	30 juin 2009	31 déc. 2008 ⁽¹⁾	30 juin 2008 ⁽¹⁾
Au 1^{er} janvier	989	937	937
Part des minoritaires dans le résultat	70	292	122
Dividendes versés aux minoritaires	(159)	(188)	(165)
Effets des variations de périmètre :			
consolidation de Royal Van Lent	-	14	-
autres variations de périmètre	4	6	(1)
Total des effets des variations de périmètre	4	20	(1)
Augmentations de capital souscrites par les minoritaires	3	4	1
Part des minoritaires dans les variations suivantes :			
écarts de réévaluation	9	15	-
écarts de conversion	(15)	45	(45)
charges liées aux plans d'options	2	3	1
Effets des engagements d'achat de titres de minoritaires	78	(139)	35
À la clôture	981	989	885

(1) Voir Note 1.2 Application de l'amendement d'IAS 38.

16. EMPRUNTS ET DETTES FINANCIÈRES

16.1. Dette financière nette

(en millions d'euros)	30 juin 2009	31 déc. 2008	30 juin 2008
Emprunts obligataires et EMTN	3 355	2 735	2 722
Emprunts bancaires et crédit-bail	693	1 003	560
Dette financière à plus d'un an	4 048	3 738	3 282
Emprunts obligataires et EMTN	846	127	324
Billets de trésorerie	250	717	1 313
Découverts bancaires	147	295	378
Autres dettes financières à moins d'un an	616	708	647
Dette financière à moins d'un an	1 859	1 847	2 662
Dette financière brute	5 907	5 585	5 944
Instruments dérivés liés au risque de taux d'intérêt	(62)	(70)	(24)
Autres dérivés	(19)	(4)	(7)
Dette financière brute après effet des instruments dérivés	5 826	5 511	5 913
Placements financiers	(344)	(590)	(774)
Autres actifs financiers	(49)	(39)	(40)
Trésorerie et équivalents de trésorerie	(956)	(1 013)	(930)
Dette financière nette	4 477	3 869	4 169

La dette financière nette n'inclut pas les engagements d'achat de titres de minoritaires, classés en « Autres passifs non courants » (voir Note 18).

Le montant relatif aux instruments dérivés liés au risque de taux d'intérêt est détaillé en Note 20.2.

Au cours du semestre, LVMH a procédé à l'émission publique d'un emprunt obligataire pour un montant nominal de 1 milliard d'euros, au taux effectif initial de 4,52 %, remboursable au pair et en totalité en 2014.

Au 30 juin 2009, l'en-cours total de lignes de crédit confirmées non tirées s'élève à 3,8 milliards d'euros.

16.2. Analyse de la dette financière brute après effets des instruments dérivés

Par devise

(en millions d'euros)	30 juin 2009	31 déc. 2008	30 juin 2008
Euro	4 485	3 984	4 520
Dollar US	114	145	179
Franc suisse	787	806	687
Yen japonais	267	383	267
Autres devises	173	193	260
Total	5 826	5 511	5 913

Par nature de taux

(en millions d'euros)	30 juin 2009	31 déc. 2008	30 juin 2008
Taux variable	2 969	2 294	3 139
Taux fixe	2 857	3 217	2 774
Total	5 826	5 511	5 913

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

16.3. Analyse de la dette financière brute par échéance

(en millions d'euros)	30 juin 2009
Échéance : 30 juin 2010	1 859
" 2011	253
" 2012	1 524
" 2013	157
" 2014	1 326
Au-delà	788
Total	5 907

17. PROVISIONS

(en millions d'euros)	30 juin 2009	31 déc. 2008	30 juin 2008
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés	237	230	223
Provisions pour risques et charges	703	707	696
Provisions pour réorganisation	32	34	23
Part à plus d'un an	972	971	942
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés	6	6	6
Provisions pour risques et charges	204	229	170
Provisions pour réorganisation	105	71	55
Part à moins d'un an	315	306	231
Total	1 287	1 277	1 173

Au cours du premier semestre 2009, les soldes des provisions ont évolué de la manière suivante :

(en millions d'euros)	31 décembre 2008	Dotations	Utilisations	Reprises	Variations de périmètre	Autres (dont écarts de conversion)	30 juin 2009
Provisions pour retraites, frais médicaux et engagements assimilés	236	21	(14)	-	-	-	243
Provisions pour risques et charges	936	34	(61)	(21)	17	2	907
Provisions pour réorganisation	105	57	(18)	(1)	-	(6)	137
Total	1 277	112	(93)	(22)	17	(4)	1 287
dont : résultat opérationnel courant		49	(68)	(17)			
résultat financier		5	-	-			
autres		58	(25)	(5)			

18. AUTRES PASSIFS NON COURANTS

(en millions d'euros)	30 juin 2009	31 déc. 2008	30 juin 2008
Engagements d'achat de titres de minoritaires	2 959	2 963	3 854
Instruments dérivés	38	27	39
Participation du personnel aux résultats ⁽¹⁾	78	88	73
Autres dettes	167	175	150
Total	3 242	3 253	4 116

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

Au 30 juin 2009, 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 ses participations de 34 % dans Moët Hennessy SNC et Moët Hennessy International SA, avec un préavis de six mois, pour un montant égal à 80 % de leur valeur de marché à la date d'exercice de l'option.

Les engagements d'achat de titres de minoritaires incluent en outre l'engagement relatif aux minoritaires de BeneFit (20 %), de Royal Van Lent (10 %) ainsi que de Sephora dans différents pays.

19. AUTRES PASSIFS COURANTS

(en millions d'euros)	30 juin 2009	31 déc. 2008	30 juin 2008
Instruments dérivés	109	166	68
Personnel et organismes sociaux	489	562	453
Participation du personnel aux résultats ⁽¹⁾	37	66	36
État et collectivités locales : impôts et taxes, hors impôt sur les résultats	212	245	209
Clients : avances et acomptes versés	212	203	57
Différé de règlement d'immobilisations corporelles ou financières	117	170	434
Produits constatés d'avance	67	69	73
Autres dettes	355	385	291
Total	1 598	1 866	1 621

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

Les instruments dérivés sont analysés en Note 20 Instruments financiers et gestion des risques de marché.

20. INSTRUMENTS FINANCIERS ET GESTION DES RISQUES DE MARCHÉ

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 2009	31 déc. 2008	30 juin 2008
Risque de taux d'intérêt					
Actifs :	non courants		47	36	26
	courants		77	80	59
Passifs :	non courants		(36)	(25)	(39)
	courants		(26)	(21)	(22)
			62	70	24
Risque de change					
Actifs :	non courants		35	17	42
	courants		272	185	281
Passifs :	non courants		(2)	(2)	-
	courants		(30)	(70)	(26)
			275	130	297
Autres risques					
Actifs :	non courants		142	140	-
	courants		-	-	76
Passifs :	non courants		-	-	-
	courants		(53)	(75)	(20)
			89	65	56
Total					
Actifs :	non courants		224	193	68
	courants	10	349	265	416
Passifs :	non courants	18	(38)	(27)	(39)
	courants	19	(109)	(166)	(68)
			426	265	377

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 2009, 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 9 millions d'euros. Les instruments dérivés liés à la gestion du risque actions en vie au 30 juin 2009 ont une valeur de marché positive de 89 millions 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 2009 sont les suivants :

(en millions d'euros)	Montants nominaux par échéance				Valeur de marché ⁽¹⁾		
	2009	2010 à 2014	Au-delà	Total	Couverture de juste valeur	Non affectés	Total
Swaps de taux en euros :							
- payeur du taux fixe	-	962	-	962	(20)	(10)	(30)
- payeur du taux variable	311	2 502	400	3 213	80	-	80
Swaps de devises	66	148	-	214	1	11	12
Total					61	1	62

(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 2009 sont les suivants :

(en millions d'euros)	Montants nominaux par exercice d'affectation			Valeur de marché ⁽¹⁾				
	2009	2010	Total	Couverture de flux de trésorerie futurs	Couverture de juste valeur	Couverture d'actifs nets en devises	Non affectés	Total
Options achetées								
Put USD	453	-	453	5	-	-	5	10
Put JPY	266	-	266	-	-	-	-	-
Autres	149	-	149	4	2	-	2	8
	868	-	868	9	2	-	7	18
Tunnels								
Vendeur USD	1 243	934	2 177	124	18	-	9	151
Vendeur JPY	475	318	793	39	9	-	10	58
Autres	8	-	8	-	-	-	-	-
	1 726	1 252	2 978	163	27	-	19	209
Contrats à terme ⁽²⁾								
USD	81	(1)	80	3	-	-	1	4
JPY	10	-	10	1	-	-	-	1
GBP	21	-	21	-	-	-	-	-
Autres	122	2	124	-	1	-	1	2
	234	1	235	4	1	-	2	7
Swaps cambistes ⁽²⁾								
CHF	265	-	265	-	-	-	4	4
USD	518	-	518	-	-	59	(23)	36
JPY	17	-	17	-	-	5	-	5
Autres	69	-	69	-	(2)	-	(2)	(4)
	869	-	869	-	(2)	64	(21)	41
Total				176	28	64	7	275

(1) Gain / (Perte).

(2) Vente / (Achat)

21. INFORMATION SECTORIELLE

21.1. Informations par groupe d'activités

Premier semestre 2009

(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	1 077	2 973	1 182	340	2 119	120	-	7 811
Ventes entre groupes d'activités	2	15	103	6	8	10	(144)	-
Total des ventes	1 079	2 988	1 285	346	2 127	130	(144)	7 811
Résultat opérationnel courant	241	919	121	20	129	(63)	(4)	1 363
Autres produits et charges opérationnels	(12)	(38)	1	(32)	(5)	(27)	-	(113)
Investissements opérationnels ⁽²⁾	45	94	43	14	89	12	-	297
Charges d'amortissement	43	128	48	14	87	19	-	339
Charges de dépréciation	-	10	-	-	-	5	-	15
Marques, enseignes, licences et écarts d'acquisition ⁽³⁾	2 167	4 640	932	1 411	2 604	893	-	12 647
Stocks	3 627	812	282	421	750	124	(72)	5 944
Autres actifs opérationnels	2 241	1 789	596	285	1 321	2 430	3 470 ⁽⁴⁾	12 132
Total actif	8 035	7 241	1 810	2 117	4 675	3 447	3 398	30 723
Capitaux propres							13 835	13 835
Passifs opérationnels	757	1 016	668	185	800	641	12 821 ⁽⁵⁾	16 888
Total passif et capitaux propres	757	1 016	668	185	800	641	26 656	30 723

Exercice 2008

(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	3 117	5 976	2 665	863	4 361	211	-	17 193
Ventes entre groupes d'activités	9	34	203	16	15	17	(294)	-
Total des ventes	3 126	6 010	2 868	879	4 376	228	(294)	17 193
Résultat opérationnel courant	1 060	1 927	290	118	388	(136)	(19)	3 628
Autres produits et charges opérationnels	13	(61)	(28)	(1)	(28)	(38)	-	(143)
Investissements opérationnels ⁽²⁾	157	338	146	39	228	160	-	1 068
Charges d'amortissement	75	236	111	23	148	35	-	628
Charges de dépréciation	-	20	-	-	-	11	-	31
Marques, enseignes, licences et écarts d'acquisition ^{(3) (6)}	2 070	4 651	931	1 434	2 630	903	-	12 619
Stocks ⁽⁶⁾	3 406	850	292	400	776	109	(69)	5 764
Autres actifs opérationnels ⁽⁶⁾	2 564	1 945	725	317	1 390	2 431	3 728 ⁽⁴⁾	13 100
Total actif	8 040	7 446	1 948	2 151	4 796	3 443	3 659	31 483
Capitaux propres ⁽⁶⁾							13 793	13 793
Passifs opérationnels	1 069	1 141	883	189	1 111	690	12 607 ⁽⁵⁾	17 690
Total passif et capitaux propres	1 069	1 141	883	189	1 111	690	26 400	31 483

Premier semestre 2008

(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	1 288	2 751	1 269	405	1 984	102		7 799
Ventes entre groupes d'activités	4	17	93	12	6	8	(140)	-
Total des ventes	1 292	2 768	1 362	417	1 990	110	(140)	7 799
Résultat opérationnel courant	409	858	132	74	151	(66)	(17)	1 541
Autres produits et charges opérationnels	1	(12)	(6)	2	-	(13)	-	(28)
Investissements opérationnels ⁽²⁾	65	137	55	15	117	88	-	477
Charges d'amortissement	34	102	54	12	67	15	-	284
Charges de dépréciation	-	5	-	-	-	6	-	11
Marques, enseignes, licences et écarts d'acquisition ⁽³⁾⁽⁶⁾	3 186	4 587	917	1 000	2 411	544	-	12 645
Stocks ⁽⁶⁾	3 238	728	316	303	699	43	(62)	5 265
Autres actifs opérationnels ⁽⁶⁾	2 169	1 708	605	279	1 282	2 148	3 950 ⁽⁴⁾	12 141
Total actif	8 593	7 023	1 838	1 582	4 392	2 735	3 888	30 051
Capitaux propres ⁽⁶⁾							12 284	12 284
Passifs opérationnels	793	958	757	151	827	485	13 796 ⁽⁵⁾	17 767
Total passif et capitaux propres	793	958	757	151	827	485	26 080	30 051

(1) Les éliminations correspondent aux 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 différents groupes d'activités correspondent aux prix habituellement utilisés pour des ventes de gros ou à des détaillants hors Groupe.

(2) Les investissements opérationnels sont constitués des montants comptabilisés en immobilisations au cours du semestre, 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.

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

(6) Voir Note 1.2 Application de l'amendement d'IAS 38.

21.2. Informations par zone géographique

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

(en millions d'euros)	30 juin 2009	31 déc. 2008	30 juin 2008
France	1 122	2 464	1 129
Europe (hors France)	1 554	4 095	1 753
États-Unis	1 766	3 925	1 772
Japon	829	1 779	819
Asie (hors Japon)	1 858	3 404	1 661
Autres pays	682	1 526	665
Ventes	7 811	17 193	7 799

Les investissements opérationnels par zone géographique se répartissent ainsi :

(en millions d'euros)	30 juin 2009	31 déc. 2008	30 juin 2008
France	104	499	237
Europe (hors France)	58	187	68
États-Unis	52	164	69
Japon	5	18	6
Asie (hors Japon)	55	141	70
Autres pays	23	59	27
Investissements opérationnels	297	1 068	477

Les investissements opérationnels 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 2009			30 juin 2008		
	Premier trimestre	Deuxième trimestre	Total	Premier trimestre	Deuxième trimestre	Total
Vins et Spiritueux	540	539	1 079	640	652	1 292
Mode et Maroquinerie	1 598	1 390	2 988	1 445	1 323	2 768
Parfums et Cosmétiques	663	622	1 285	717	645	1 362
Montres et Joaillerie	154	192	346	211	206	417
Distribution sélective	1 085	1 042	2 127	1 011	979	1 990
Autres et Holdings	62	68	130	56	54	110
Eliminations	(84)	(60)	(144)	(78)	(62)	(140)
Ventes	4 018	3 793	7 811	4 002	3 797	7 799

22. CHARGES PAR NATURE

Le résultat opérationnel courant inclut notamment les charges suivantes :

(en millions d'euros)	30 juin 2009	31 déc. 2008	30 juin 2008
Frais de publicité et de promotion	839	2 031	958
Loyers commerciaux	519	964	464
Charges de personnel	1 619	2 900	1 423
Dépenses de recherche et développement	21	43	22

23. AUTRES PRODUITS ET CHARGES OPÉRATIONNELS

(en millions d'euros)	30 juin 2009	31 déc. 2008	30 juin 2008
Résultat de cessions	-	14	(2)
Réorganisations	(80)	(83)	(5)
Amortissement ou dépréciation des marques, enseignes, écarts d'acquisition et autres actifs immobilisés	(32)	(57)	(16)
Autres, nets	(1)	(17)	(5)
Autres produits et charges opérationnels	(113)	(143)	(28)

Les réorganisations correspondent à diverses restructurations industrielles et commerciales, principalement dans les groupes d'activités Mode et Maroquinerie ainsi que Montres et Joaillerie.

24. RÉSULTAT FINANCIER

(en millions d'euros)	30 juin 2009	31 déc. 2008	30 juin 2008
Coût de la dette financière brute	(107)	(255)	(116)
Produits de la trésorerie et des placements financiers	9	15	9
Effets des réévaluations de la dette financière et instruments de taux	(4)	(17)	4
Coût de la dette financière nette	(102)	(257)	(103)
Dividendes reçus au titre des investissements financiers	6	11	9
Part inefficace des dérivés de change	(19)	(64)	(53)
Résultat relatif aux investissements, placements et autres instruments financiers	(6)	53	51
Autres, nets	(15)	(24)	(6)
Autres produits et charges financiers	(34)	(24)	1
Résultat financier	(136)	(281)	(102)

25. IMPÔTS SUR LES RÉSULTATS

(en millions d'euros)	30 juin 2009	31 déc. 2008	30 juin 2008
Impôt courant de la période	(321)	(911)	(426)
Impôt courant relatif aux périodes antérieures	3	5	10
Impôt courant	(318)	(906)	(416)
Variation des impôts différés	(40)	13	15
Effet des changements de taux d'impôt sur les impôts différés	-	-	(1)
Impôts différés	(40)	13	14
Charge totale d'impôt au compte de résultat	(358)	(893)	(402)
Impôts sur éléments comptabilisés en capitaux propres	(40)	30	(10)

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

(en millions d'euros)	30 juin 2009	31 déc. 2008	30 juin 2008
Résultat avant impôt	1 114	3 204	1 411
Charge totale d'impôt	(358)	(893)	(402)
Taux d'imposition effectif	32,1 %	27,9 %	28,5 %

Le taux d'imposition retenu au 30 juin 2009 résulte d'une projection du taux effectif estimé pour l'exercice.

Celui-ci tient compte, comme au 30 juin 2008 et dans les mêmes proportions, des différences entre les taux d'imposition étrangers et français, qui diminuent le taux d'imposition effectif de 5,0 %. Ces effets sont partiellement compensés sur le semestre par l'absence d'activation de déficits fiscaux reportables, à l'inverse du premier semestre 2008, qui augmente le taux d'imposition du Groupe de 2,6 %.

26. RÉSULTATS PAR ACTION

	30 juin 2009	31 déc. 2008	30 juin 2008
Résultat net, part du Groupe (en millions d'euros)	687	2 026	891
Nombre moyen d'actions en circulation sur la période	489 945 015	489 958 810	489 973 160
Nombre moyen d'actions auto-détenues sur la période	(16 706 404)	(16 403 997)	(16 321 850)
Nombre moyen d'actions pris en compte pour le calcul avant dilution	473 238 611	473 554 813	473 651 310
Résultat par action (en euros)	1,45	4,28	1,88
Nombre moyen d'actions en circulation pris en compte ci-dessus	473 238 611	473 554 813	473 651 310
Effet de dilution des plans d'options	672 980	2 055 859	6 862 891
Autres effets de dilution	-	-	-
Nombre moyen d'actions en circulation après effets de dilution	473 911 591	475 610 672	480 514 201
Résultat par action après dilution (en euros)	1,45	4,26	1,85

27. LITIGES

Un jugement rendu aux États-Unis en février 2009 a débouté de leurs demandes les prestataires de service qui avaient engagé à l'encontre de filiales américaines du Groupe des poursuites judiciaires visant à obtenir certains avantages liés au statut de salarié.

Aucune évolution significative n'est intervenue au cours du premier semestre 2009 concernant les autres litiges dans lesquels le Groupe est impliqué.

28. PARTIES LIÉES

Au cours du semestre, le Groupe a co-investi avec Groupe Arnault dans une structure immobilière, la part de LVMH dans cet investissement étant de 45 millions d'euros.

29. ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE

À la date d'arrêté des comptes par le Conseil d'Administration le 29 juillet 2009, 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 2009 au 30 juin 2009, 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.

Sans remettre en cause la conclusion exprimée ci-dessus, nous attirons votre attention sur la Note 1.2 de l'annexe aux comptes semestriels consolidés résumés qui expose les changements de méthode comptable résultant des normes, amendements et interprétations appliqués par votre Société depuis le 1^{er} janvier 2009.

2. VÉRIFICATION SPÉCIFIQUE

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

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

Neuilly-sur-Seine et Paris-La Défense, le 29 juillet 2009

Les Commissaires aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS

ERNST & YOUNG Audit

Alain Pons

Jeanne Boillet

Olivier Breillot

LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY ♦ LOUIS VUITTON SA

DONNÉES COMPTABLES SIMPLIFIÉES

	<i>Page</i>
COMPTE DE RÉSULTAT	46
VARIATION DES CAPITAUX PROPRES	46

COMPTES DE RÉSULTAT

Produits / (charges) <i>(en millions d'euros - normes françaises)</i>	30 juin 2009	31 déc. 2008	30 juin 2008
Produits financiers de participations et autres revenus	998	1 369	945
Résultat courant avant impôt	886	623	764
Résultat exceptionnel ⁽¹⁾	(88)	28	-
Impôt sur les bénéfices	10	248	36
Résultat net	808	899	800

(1) En juin 2008, LVMH a acquis pour un montant symbolique, en vertu d'une option d'achat, les TDI émis en février 1992. Le résultat du premier semestre 2008 inclut un profit exceptionnel de 89 millions d'euros du montant non amorti des TDI à cette date.

VARIATION DES CAPITAUX PROPRES

<i>(en millions d'euros - normes françaises)</i>	Capital et primes	Réserves et provisions réglementées	Autres réserves	Report à nouveau	Acompte sur dividendes	Résultat net	Total capitaux propres
Au 31 décembre 2008 avant affectation	1 884	388	195	2 802	(166)	899	6 002
Levées d'options de souscription d'actions	2	-	-	-	-	-	2
Affectation du résultat 2008	-	-	-	899	-	(899)	-
dividende 2008	-	-	-	(784)	166	-	(618)
effet des actions auto-détenues	-	-	-	27	-	-	27
Résultat du premier semestre	-	-	-	-	-	808	808
Au 30 juin 2009	1 886	388	195	2 944	-	808	6 221

DÉCLARATION DU RESPONSABLE DU RAPPORT FINANCIER SEMESTRIEL

DÉCLARATION DU RESPONSABLE DU RAPPORT FINANCIER SEMESTRIEL

Nous attestons, à notre connaissance, que les comptes 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 3 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 29 juillet 2009

Par délégation du Président-Directeur Général

Jean-Jacques GUIONY

Directeur Financier, Membre du Comité Exécutif

L V M H

MOËT HENNESSY ♦ LOUIS VUITTON

Pour toute 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