



EXERCICE 2015
DOCUMENT DE RÉFÉRENCE

SOMMAIRE GÉNÉRAL

HISTORIQUE	1
CHIFFRES CLÉS	2
ORGANES DE DIRECTION ET DE CONTRÔLE	5
ORGANIGRAMME SIMPLIFIÉ DU GROUPE AU 31 JANVIER 2016	6
ACTIVITÉS DU GROUPE	9
VINS ET SPIRITUEUX	10
MODE ET MAROQUINERIE	14
PARFUMS ET COSMÉTIQUES	16
MONTRES ET JOAILLERIE	18
DISTRIBUTION SÉLECTIVE	20
AUTRES ACTIVITÉS	21
RAPPORT DE GESTION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION	23
LE GROUPE LVMH	23
LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY - LOUIS VUITTON	45
RESSOURCES HUMAINES	69
LVMH ET L'ENVIRONNEMENT	91
RAPPORT DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION	107
ÉTATS FINANCIERS	123
COMPTES CONSOLIDÉS	123
COMPTES DE LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY - LOUIS VUITTON	191
AUTRES INFORMATIONS	221
GOUVERNANCE	221
RENSEIGNEMENTS DE CARACTÈRE GÉNÉRAL CONCERNANT LA SOCIÉTÉ ET SON CAPITAL ; BOURSE	253
RÉSOLUTIONS SOUMISES À L'APPROBATION DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE MIXTE DU 14 AVRIL 2016	261
RESPONSABLE DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE ET POLITIQUE D'INFORMATION	269
TABLES DE CONCORDANCE	273

HISTORIQUE

Si l'histoire du groupe LVMH commence en 1987 lors du rapprochement de Moët Hennessy et Louis Vuitton, c'est au dix-huitième siècle, en Champagne, qu'il faut remonter pour retrouver ses racines, à l'époque où un certain Claude Moët décida de poursuivre l'œuvre de Dom Pérignon, contemporain de Louis XIV. Ou encore au dix-neuvième siècle, dans le Paris des fêtes impériales, quand Louis Vuitton, artisan malletier, inventa les bagages modernes. Aujourd'hui leader mondial du luxe, le groupe LVMH est le fruit d'alliances successives entre des entreprises qui, de génération en génération, ont su marier tradition d'excellence, passion créative, ouverture au monde et esprit de conquête. Désormais, ensemble, elles composent un groupe puissant de dimension mondiale, mettent leur expertise au service de marques plus jeunes et continuent à cultiver l'art de grandir et de traverser le temps sans perdre leur âme et leur image d'exception.

Du XIV^e siècle à nos jours

XIV ^e siècle	1365	Domaine du Clos des Lambrays		1945	Céline
				1947	Parfums Christian Dior
					Emilio Pucci
XVI ^e siècle	1593	Château d'Yquem		1951	Wen Jun
				1952	Givenchy
XVIII ^e siècle	1729	Ruinart			Connaissance des Arts
	1743	Moët & Chandon		1957	Parfums Givenchy
	1765	Hennessy		1958	Starboard Cruise Services
	1772	Veuve Clicquot		1960	DFS
	1780	Chaumet			Bodegas Chandon
				1969	Sephora
XIX ^e siècle	1815	Ardbeg		1970	Kenzo
	1817	Cova		1972	Parfums Loewe
	1828	Guerlain		1974	Investir-Le Journal des Finances
	1832	Château Cheval Blanc		1975	Montres Dior
	1843	Krug			Ole Henriksen
		Glenmorangie		1976	Benefit
	1846	Loewe		1977	Newton
	1849	Royal Van Lent			Cape Mentelle
	1852	Le Bon Marché		1980	Hublot
	1854	Louis Vuitton		1982	Radio Classique
	1858	Mercier		1984	Thomas Pink
	1860	TAG Heuer			Marc Jacobs
		Jardin d'acclimatation			Donna Karan
	1865	Zenith			Make Up For Ever
	1870	La Samaritaine		1985	Cloudy Bay
	1884	Bvlgari		1988	Kenzo Parfums
	1895	Berluti		1991	Fresh
	1897	Franck et Fils		1993	Belvedere
				1998	Numanthia Termes
				1999	Terrazas de los Andes
					Cheval des Andes
XX ^e siècle	1908	Les Echos			
	1916	Acqua di Parma			
	1924	Loro Piana			
	1925	Fendi			
	1936	Dom Pérignon			
		Fred			
	1942	Rossimoda			
	1944	Le Parisien-Aujourd'hui en France			

CHIFFRES CLÉS

Principales données consolidées

<i>(en millions d'euros et en pourcentage)</i>	2015	2014	2013
Ventes	35 664	30 638	29 016
Résultat opérationnel courant	6 605	5 715	6 017
Résultat net	4 001	6 105 ^(a)	3 947
Résultat net, part du Groupe	3 573	5 648 ^(a)	3 436
Capacité d'autofinancement générée par l'activité ^(b)	7 945	7 080	7 277
Investissements d'exploitation	1 955	1 775	1 657
Cash flow disponible ^(c)	3 679	2 832	3 057
Capitaux propres ^(d)	25 799	23 003	27 907
Dette financière nette ^(e)	4 235	4 805	5 309
Ratio Dette financière nette/Capitaux propres	16 %	21 %	19 %

(a) Dont 2 677 millions d'euros résultant de la distribution des titres Hermès.

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

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

(d) Y compris intérêts minoritaires.

(e) Hors engagement d'achat de titres de minoritaires, classés en Autres passifs non courants.

Données par action

<i>(en euros)</i>	2015	2014	2013
Résultats consolidés par action			
Résultat net, part du Groupe	7,11	11,27 ^(f)	6,87
Résultat net, part du Groupe après dilution	7,08	11,21 ^(f)	6,83
Dividende par action			
Acompte	1,35	1,25	1,20
Solde	2,20	1,95	1,90
Montant brut global versé au titre de l'exercice ^{(g)/(h)}	3,55	3,20	3,10

(f) Dont 5,34 euros par action (5,31 euros par action après dilution) résultant de la distribution des titres Hermès.

(g) Pour l'exercice 2015, montant proposé à l'Assemblée générale du 14 avril 2016.

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

Informations par groupe d'activités

<i>(en millions d'euros)</i>	2015	2014	2013
Ventes par groupe d'activités			
Vins et Spiritueux	4 603	3 973	4 173
Mode et Maroquinerie	12 369	10 828	9 883
Parfums et Cosmétiques	4 517	3 916	3 717
Montres et Joaillerie	3 308	2 782	2 697
Distribution sélective	11 233	9 534	8 903
Autres activités et éliminations	(366)	(395)	(357)
Total	35 664	30 638	29 016
Résultat opérationnel courant par groupe d'activités			
Vins et Spiritueux	1 363	1 147	1 367
Mode et Maroquinerie	3 505	3 189	3 135
Parfums et Cosmétiques	525	415	414
Montres et Joaillerie	432	283	367
Distribution sélective	934	882	908
Autres activités et éliminations	(154)	(201)	(174)
Total	6 605	5 715	6 017

Informations par zone géographique

<i>(en pourcentage)</i>	2015	2014	2013
Ventes par zone géographique de destination			
France	10	10	11
Europe (hors France)	18	19	19
États-Unis	26	24	23
Japon	7	7	7
Asie (hors Japon)	27	29	30
Autres marchés	12	11	10
Total	100	100	100
Ventes par devise de facturation			
Euro	22	23	23
Dollar US	32	29	28
Yen Japonais	7	7	7
Hong Kong dollar	7	8	8
Autres devises	32	33	34
Total	100	100	100
Nombre de magasins	2015	2014	2013
France	482	467	443
Europe (hors France)	1 012	995	926
États-Unis	732	708	669
Japon	407	412	370
Asie (hors Japon)	951	870	749
Autres marchés	276	256	227
Total	3 860	3 708	3 384

ORGANES DE DIRECTION ET DE CONTRÔLE

Conseil d'administration ^(a)

Bernard Arnault ^(b)
Président-directeur général

Pierre Godé
Vice-Président

Antonio Belloni
Directeur général délégué

Antoine Arnault

Delphine Arnault

Nicolas Bazire

Bernadette Chirac ^{(b)(c)}

Nicholas Clive Worms ^{(c)(d)}

Charles de Croisset ^{(b)(c)}

Diego Della Valle ^(c)

Albert Frère ^(c)

Clara Gaymard ^{(c)(e)}

Marie-Josée Kravis ^(c)

Lord Powell of Bayswater

Marie-Laure Sauty de Chalon ^(c)

Yves-Thibault de Silguy ^(c)

Francesco Trapani ^(d)

Natacha Valla ^{(c)(e)}

Hubert Védrine ^{(b)(c)}

Censeurs

Paolo Bulgari

Patrick Houël

Felix G. Rohatyn

Comité exécutif

Bernard Arnault
Président-directeur général

Antonio Belloni
Directeur général délégué

Nicolas Bazire
Développement et acquisitions

Michael Burke
Louis Vuitton

Chantal Gaemperlé
Ressources humaines et Synergies

Jean-Jacques Guiony
Finances

Christopher de Lapuente
Sephora and beauty

Christophe Navarre
Vins et Spiritueux

Daniel Piette
Fonds d'investissement

Pierre-Yves Roussel
Fashion Group

Philippe Schaus
DFS

Jean-Baptiste Voisin
Stratégie

Comité d'audit de la performance

Yves-Thibault de Silguy ^(c)
Président

Nicholas Clive Worms ^{(c)(d)}

Charles de Croisset ^{(b)(c)}

Comité de sélection des Administrateurs et des rémunérations

Albert Frère ^(c)
Président

Charles de Croisset ^{(b)(c)}

Yves-Thibault de Silguy ^(c)

Commissaires aux comptes ^(f)

DELOITTE & ASSOCIÉS
*représenté par Thierry Benoit
et Guillaume Troussicot*

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

Secrétariat général

Marc-Antoine Jamet

(a) La liste des mandats des Administrateurs figure en pages 222 et suivantes des « Autres Informations – Gouvernance ».

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

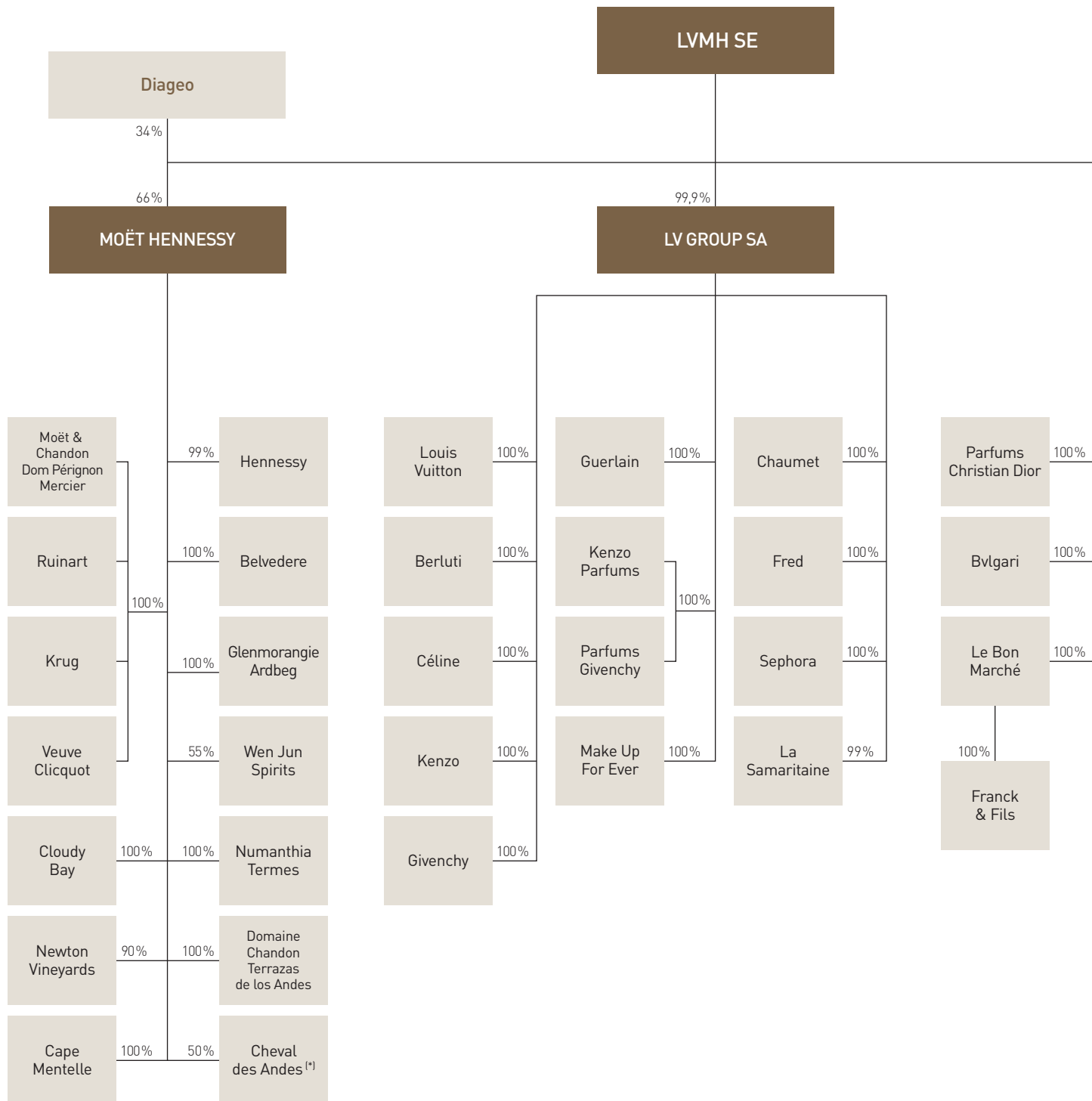
(c) Personnalité indépendante.

(d) Jusqu'à l'Assemblée générale du 14 avril 2016.

(e) Nomination proposée à l'Assemblée générale du 14 avril 2016.

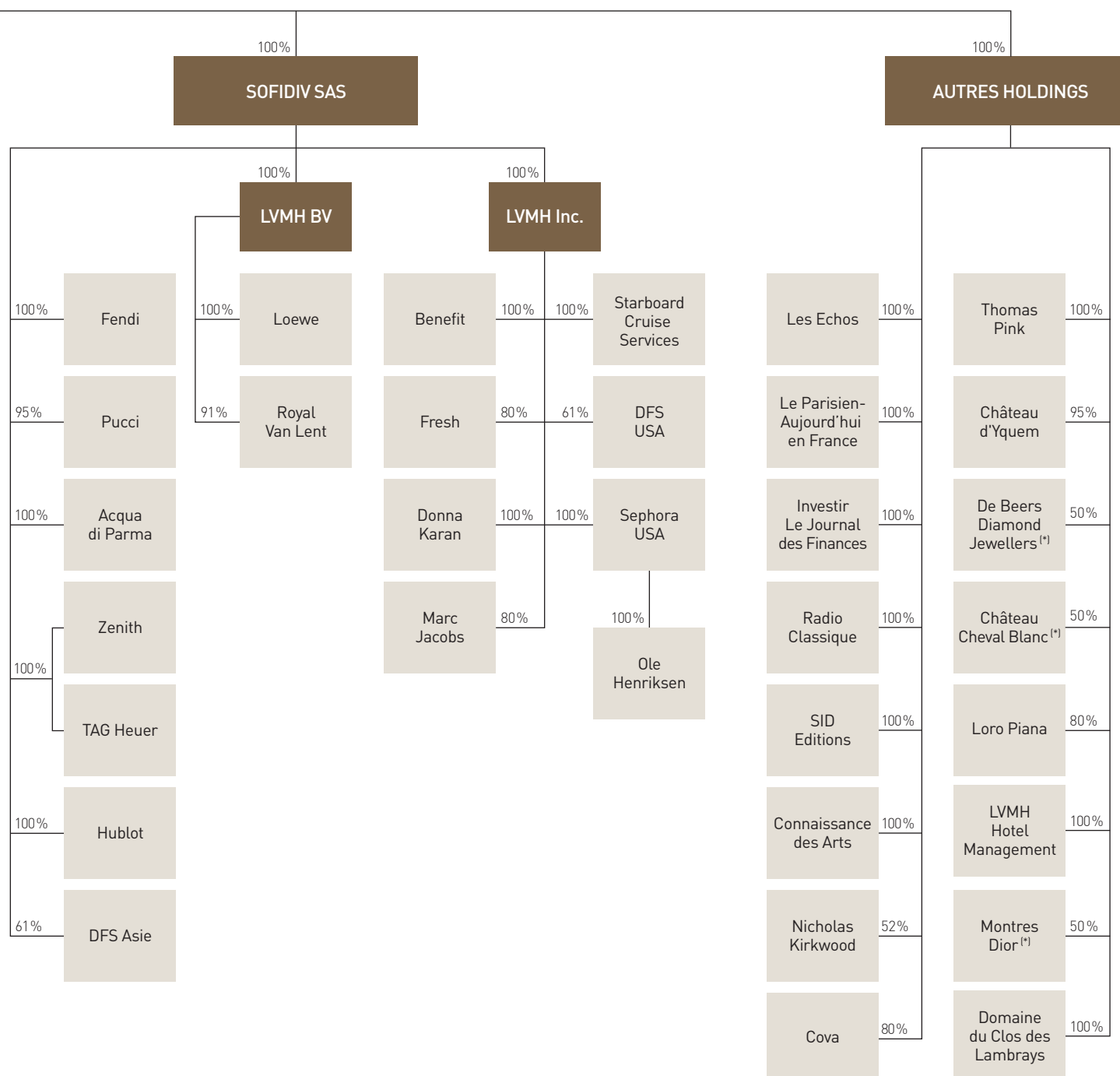
(f) Nomination de la société Ernst & Young Audit et du cabinet Mazars proposée à l'Assemblée générale du 14 avril 2016.

ORGANIGRAMME SIMPLIFIÉ DU GROUPE AU 31 JANVIER 2016



L'organigramme ci-dessus est «simplifié» dans la mesure où l'objectif retenu est de présenter le contrôle, direct et/ou indirect, des marques et enseignes par les principales sociétés holdings, et non le détail exhaustif des filiations juridiques au sein du Groupe.

■ Sociétés holdings ■ Marques et enseignes



[*] Consolidation par mise en équivalence depuis le 1^{er} janvier 2014.

ACTIVITÉS DU GROUPE

1.	VINS ET SPIRITUEUX	10
1.1.	Champagne et Vins	10
1.2.	Cognac et Spiritueux	12
1.3.	La distribution des Vins et Spiritueux	14
2.	MODE ET MAROQUINERIE	14
2.1.	Les marques du groupe Mode et Maroquinerie	14
2.2.	La création	15
2.3.	La distribution	15
2.4.	Sources d'approvisionnement et sous-traitance	15
3.	PARFUMS ET COSMÉTIQUES	16
3.1.	Les marques du groupe Parfums et Cosmétiques	16
3.2.	La recherche en Parfums et Cosmétiques en 2015	17
3.3.	Sources d'approvisionnement et sous-traitance	18
4.	MONTRES ET JOAILLERIE	18
4.1.	Les marques du groupe Montres et Joaillerie	19
4.2.	La distribution	19
4.3.	Sources d'approvisionnement et sous-traitance	19
5.	DISTRIBUTION SÉLECTIVE	20
5.1.	L'activité « travel retail »	20
5.2.	L'activité « selective retail »	20
6.	AUTRES ACTIVITÉS	21

1. VINS ET SPIRITUEUX

Les activités de LVMH dans les Vins et Spiritueux se répartissent en deux domaines : la branche Champagne et Vins et la branche Cognac et Spiritueux. La stratégie du Groupe est centrée sur les segments haut de gamme du marché mondial des Vins et Spiritueux.

1.1. Champagne et Vins

En 2015, les ventes de champagne et vins se sont élevées à 2 221 millions d'euros, soit 48 % des ventes du groupe d'activités Vins et Spiritueux.

1.1.1. Les marques de champagne et vins

LVMH produit et commercialise une gamme de marques très étendue de vins de champagne de haute qualité. En dehors de la Champagne, le Groupe élabore et distribue un ensemble de vins pétillants et tranquilles haut de gamme sur quatre continents : France, Espagne, Californie, Argentine, Brésil, Australie, Nouvelle-Zélande, Inde et Chine.

LVMH représente le premier portefeuille de marques de champagne, celles-ci bénéficiant de positionnements complémentaires sur le marché. **Dom Pérignon** est une cuvée de prestige élaborée par Moët & Chandon depuis 1936. **Moët & Chandon**, fondée en 1743, premier vigneron et premier exportateur de la Champagne, et **Veuve Clicquot Ponsardin**, fondée en 1772, qui occupe le deuxième rang de la profession, sont deux grandes marques à vocation internationale. **Mercier**, fondée en 1858, est une marque destinée au marché français. **Ruinart**, la plus ancienne des Maisons de Champagne, fondée en 1729, a une stratégie de développement très ciblée sur quelques marchés prioritaires, aujourd'hui principalement européens. **Krug**, Maison fondée en 1843 et acquise par LVMH en janvier 1999, est une marque mondialement renommée, spécialisée exclusivement dans les cuvées haut de gamme.

La marque **Chandon**, créée en 1960 en Argentine, regroupe les vins de Moët Hennessy élaborés en Californie, en Argentine, au Brésil, en Australie, en Inde et en Chine par Chandon Estates.

Le Groupe possède également un ensemble de vins prestigieux du Nouveau Monde : **Cape Mentelle** en Australie, **Cloudy Bay** en Nouvelle-Zélande, **Newton** en Californie, ainsi que **Terrazas de los Andes** et **Cheval des Andes** en Argentine.

Les expéditions de champagne, pour la totalité de la région Champagne, se répartissent ainsi :

	2015			2014			2013		
	Volumes		Part de marché	Volumes		Part de marché	Volumes		Part de marché
	Région	LVMH		Région	LVMH		Région	LVMH	
France	161,8	9,7	6,0	162,3	9,0	5,5	167,4	9,4	5,6
Export	150,7	53,0	35,2	144,9	51,6	35,7	137,6	47,8	34,8
Total	312,5	62,7	20,1	307,1	60,6	19,7	305,0	57,2	18,8

[Source : Comité Interprofessionnel des Vins de Champagne – CIVC].

En 2015, les ventes du groupe d'activités Vins et Spiritueux se sont élevées à 4 603 millions d'euros, soit 13 % des ventes totales du groupe LVMH.

Château d'Yquem, qui a rejoint LVMH en 1999, est le plus prestigieux des vins de Sauternes. Il doit sa réputation mondiale d'excellence à son vignoble de 110 hectares implanté sur une mosaïque de sols exceptionnels et aux soins minutieux apportés à son élaboration tout au long de l'année.

En 2008, LVMH a acquis la société viticole espagnole **Numanthia Termes**, fondée en 1998, située au cœur de l'appellation Toro.

En 2009, LVMH a réalisé l'acquisition de 50 % du prestigieux **Château Cheval Blanc**, Premier Grand Cru classé A Saint-Émilion. Château Cheval Blanc possède un domaine de 37 hectares situé aux confins de l'appellation Saint-Émilion. Une culture de la vigne conduite dans la plus pure tradition des grands crus bordelais, un terroir de très haute qualité et un encépagement original confèrent à son vin un équilibre exceptionnel et une personnalité unique. Depuis le 1^{er} janvier 2014, rétrospectivement au 1^{er} janvier 2012, cette activité est mise en équivalence en application de la norme IFRS 11 Partenariats.

En 2014, LVMH a acquis le **Domaine du Clos des Lambrays**, l'un des plus anciens et prestigieux domaines viticoles de la Bourgogne, situé à Morey-Saint-Denis. Avec une superficie de 8,66 hectares d'un seul tenant, le Clos des Lambrays est le premier Grand Cru de la côte de Nuits. Le Domaine produit également des Morey-Saint-Denis Premier Cru et de grands vins blancs en Puligny-Montrachet Premier Cru, comme le « Clos du Cailleret » et, le Premier Cru « Les Folatières ».

1.1.2. Position concurrentielle

En 2015, les expéditions en volume des marques de champagne de LVMH sont en augmentation de 3 %, tandis que les expéditions de la région Champagne augmentent de 2 % (source : CIVC). La part de marché de LVMH atteint ainsi 20,1 % du total des expéditions de la région, contre 19,7 % en 2014.

La ventilation géographique des ventes de champagne de LVMH en 2015, en pourcentage des ventes totales exprimées en nombre de bouteilles, est la suivante :

(en pourcentage)	2015	2014	2013
Allemagne	5	5	5
Grande-Bretagne	9	9	9
États-Unis	18	18	17
Italie	4	4	4
Suisse	2	2	2
Japon	9	9	8
Autres	37	38	37
Total export	84	85	83
France	16	15	17
Total	100	100	100

1.1.3. Mode d'élaboration du champagne

L'appellation Champagne recouvre une zone délimitée classée en A.O.C. qui s'étend sur les 34 000 hectares légalement utilisables pour sa production. Trois variétés de cépage sont très largement majoritaires pour la production du champagne : le chardonnay, le pinot noir et le pinot meunier. Le mode d'élaboration des vins produits hors de la région Champagne mais selon les techniques de vinification du champagne est qualifié de « méthode champenoise ».

Outre son effervescence, la caractéristique du champagne est de résulter de l'assemblage de vins d'années différentes et/ou de différents cépages et parcelles de récolte. C'est par la maîtrise de l'assemblage et la constance de sa qualité, dues au talent de leurs œnologues, que se distinguent les meilleures marques.

Les conditions climatiques influencent très sensiblement la récolte du raisin d'année en année. L'élaboration du champagne requiert en outre un vieillissement en cave d'environ deux années et davantage pour les cuvées « premium », qui sont les cuvées vendues au-delà de 110 % du prix moyen de vente. Pour se prémunir des irrégularités de vendanges et gérer les fluctuations de la demande, mais aussi pour maintenir une qualité constante au fil des années, les Maisons de Champagne de LVMH ajustent les quantités disponibles à la vente et conservent en stock des vins de réserve. Une vendange de faible volume pouvant affecter ses ventes pendant deux ou trois ans, voire plus, LVMH maintient en permanence des stocks de champagne importants dans ses caves. Au 31 décembre 2015, le nombre de bouteilles stockées en Champagne représentait 208 millions de bouteilles, soit l'équivalent de 3,2 années de vente ; à ce stock de bouteilles s'ajoute le vin en attente de tirage en cuve (équivalent à

83 millions de bouteilles) dont la réserve qualitative bloquée suivant les règles applicables à la profession pour l'équivalent de 12 millions de bouteilles.

1.1.4. Sources d'approvisionnement en raisins et sous-traitance

Le Groupe possède 1 641 hectares en production, qui fournissent légèrement plus de 20 % des besoins annuels. Au-delà, les Maisons du Groupe s'approvisionnent en raisins et vins auprès de vignerons et de coopératives, sur la base d'accords pluriannuels ; le premier fournisseur de raisins et de vins représente moins de 10 % du total des approvisionnements des Maisons du Groupe. Depuis 1996, des accords interprofessionnels ont été signés et renouvelés, dans une volonté de modération des fluctuations du prix du raisin, à la hausse ou à la baisse. Le renouvellement le plus récent de cet accord date de 2014, fixant le cadre des négociations portant sur les vendanges 2014 à 2018 (décision n° 182 du CIVC). Depuis une dizaine d'années, les vignerons et négociants ont mis en place une réserve qualitative permettant de faire face aux irrégularités des récoltes, les stocks excédentaires ainsi « bloqués » pouvant être mis en vente les années de faible récolte. Ces vins « bloqués » en réserve qualitative assurent une certaine sécurité pour les années futures de petite récolte.

Pour la récolte 2015, l'Institut national de l'origine et de la qualité (INAO) a fixé le rendement de l'appellation Champagne à 10 000 kg/ha. Ce rendement correspond au niveau de récolte maximum pouvant être vinifié et commercialisé en appellation Champagne. En 2006, l'INAO a redéfini le cadre réglementaire des réserves « bloquées » évoquées précédemment. Ainsi, il est possible de récolter des raisins au-delà du rendement commercialisable dans la limite d'un plafond appelé « plafond limite de classement (PLC) ». Ce PLC est déterminé chaque année dans la limite du rendement total maximum. Il a été fixé à 3 100 kg/ha pour la récolte 2015. La récolte au-delà du rendement en appellation est bloquée en réserve, conservée en cuves et utilisée pour compléter une récolte déficitaire. Le niveau maximum de cette réserve bloquée est fixé à 10 000 kg/ha.

Le prix payé par kilo de raisin de la vendange 2015 s'établit entre 5,39 euros et 6,20 euros suivant les crus, en augmentation moyenne de 0,5 % par rapport à celui de la vendange 2014.

Les matières sèches, c'est-à-dire les bouteilles, bouchons, et tous autres éléments constituant le contenant ou l'emballage sont acquis auprès de fournisseurs hors Groupe.

En 2015, les Maisons de Champagne ont eu recours à des sous-traitants pour un montant de 23 millions d'euros environ ; ces prestations portent notamment sur les opérations de pressurage, de manipulation ou d'entreposage des bouteilles.

1.2. Cognac et Spiritueux

En 2015, les ventes de l'activité Cognac et Spiritueux se sont élevées à 2 382 millions d'euros, soit 52 % des ventes totales de Vins et Spiritueux du Groupe.

1.2.1. Les marques de cognac et spiritueux

Avec **Hennessy**, LVMH détient la marque la plus puissante dans le secteur du cognac. La société a été fondée par Richard Hennessy en 1765. Historiquement, les premiers marchés de la marque sont irlandais et britannique, mais rapidement Hennessy augmente sa présence en Asie qui représente déjà près de 30 % des expéditions en 1925. La marque devient le leader mondial du cognac dès 1890. Concernant les produits, Hennessy est le créateur du X.O (*Extra Old*) en 1870 et développe depuis une gamme de cognac haut de gamme qui fait sa renommée.

Depuis 2007, LVMH détient 100 % de la vodka de luxe **Belvedere**⁽¹⁾. La marque a été créée en 1993 dans le but d'apporter au marché américain une vodka de luxe pour connaisseurs. En 1996, Belvedere est introduite sur ce marché et en 1999, la société décide de développer des vodkas aromatisées. La distillerie Polmos Zyrardow située en Pologne, qui élabore la vodka Belvedere, a été créée en 1910.

Les principaux marchés géographiques du cognac pour la profession et pour LVMH, sur la base des expéditions en nombre de bouteilles hors vrac, sont les suivantes :

(en millions de bouteilles et pourcentage)	2015			2014			2013		
	Volumes		Part de marché	Volumes		Part de marché	Volumes		Part de marché
	Région	LVMH		Région	LVMH		Région	LVMH	
France	3,7	0,4	9,5	3,3	0,3	9,0	3,4	0,3	9,1
Europe (hors France)	34,5	8,0	23,3	33,8	8,3	24,5	37,1	8,7	23,4
États-Unis	65,1	41,1	63,1	57,3	35,0	61,1	50,5	29,9	59,2
Japon	1,3	0,7	54,3	1,3	0,7	53,9	1,3	0,8	59,2
Asie (hors Japon)	50,0	20,1	40,2	46,0	18,5	40,3	55,8	23,6	42,2
Autres marchés	11,4	6,8	60,0	10,1	6,4	63,3	9,4	5,7	60,3
Total	166,0	77,1	46,5	151,8	69,2	45,6	157,6	68,9	43,8

La ventilation géographique des ventes de cognac de LVMH, en pourcentage des ventes totales exprimées en nombre de bouteilles, est la suivante :

(en pourcentage)	2015	2014	2013
États-Unis	51	48	43
Japon	1	1	1
Asie (hors Japon)	27	29	35
Europe (hors France)	10	12	13
Autres	11	10	8
Total export	100	100	100
France	-	-	-
Total	100	100	100

LVMH a acquis Glenmorangie en 2005. Glenmorangie détient les marques de whisky single malt **Glenmorangie** et **Ardbeg**.

En mai 2007, le Groupe a acquis 55 % du capital de **Wen Jun Spirits** et Wen Jun Spirits Sales qui produisent et distribuent des alcools blancs en Chine.

1.2.2. Position concurrentielle

En 2015, les volumes d'expédition de la région de Cognac sont en augmentation de 9 % par rapport à 2014 (source : Bureau National Interprofessionnel du Cognac – BNIC), tandis que les expéditions en volume de Hennessy augmentent de 11 %. La part de marché de Hennessy s'établit ainsi à 46,5 %, contre 45,6 % en 2014. La société est leader mondial du cognac, ses positions étant particulièrement fortes aux États-Unis et en Asie.

1.2.3. Mode d'élaboration du cognac

La région délimitée de Cognac se situe autour du bassin de la Charente. Le vignoble, qui s'étend actuellement sur environ 75 000 hectares, est composé presque exclusivement du cépage ugni blanc qui donne un vin produisant les meilleures eaux-de-vie.

La région est découpée en six crus ayant chacun ses qualités propres : la Grande Champagne, la Petite Champagne, les Borderies, les Fins Bois, les Bons Bois et les Bois Ordinaires. Hennessy sélectionne ses eaux-de-vie essentiellement parmi les quatre premiers crus, où la qualité des vins est la plus adaptée à l'élaboration de ses cognacs.

La distillation charentaise présente la particularité de se dérouler en deux temps appelés première et seconde chauffe. Les eaux-

(1) Il n'existe aucune relation entre la marque Belvedere, détenue par LVMH et le groupe français de vins et spiritueux Belvédère, désormais Marie Brizard Wine & Spirits.

de-vie ainsi obtenues vieillissent en barriques de chêne. Une eau-de-vie qui a atteint sa plénitude ne constitue pas pour autant un grand cognac. Le cognac résulte de l'assemblage progressif d'eaux-de-vie sélectionnées en fonction de leurs crus, de leurs origines et de leur âge.

1.2.4. Sources d'approvisionnement en vins et eaux-de-vie de cognac et sous-traitance

L'essentiel des eaux-de-vie de cognac nécessaires à Hennessy pour sa production est acheté auprès d'un réseau d'environ 1 500 producteurs indépendants, avec lesquels la société veille au maintien d'une extrême qualité. Hennessy exploite en propre près de 170 hectares, soit moins de 1 % de ses besoins en eaux-de-vie.

Les prix d'achat des eaux-de-vie sont agréés entre la société et chaque producteur selon l'offre et la demande et le niveau qualitatif des eaux-de-vie. En 2015, le prix des eaux-de-vie de la récolte est en augmentation de 0,7 % par rapport à celui de la récolte 2014.

Grâce à un stock optimal d'eaux-de-vie, le Groupe peut gérer les effets des évolutions de prix, en adaptant ses achats d'une année sur l'autre, dans le cadre contractuel établi avec les partenaires.

Hennessy poursuit la maîtrise de ses engagements d'achat et la diversification de ses partenariats, pour préparer sa croissance future dans les différentes qualités.

Comme pour les activités de Champagne et Vins, Hennessy s'approvisionne en matières sèches (bouteilles, bouchons et autres constituants d'emballage) auprès de fournisseurs hors Groupe. Les barriques et foudres utilisés pour le vieillissement du cognac proviennent également de fournisseurs hors Groupe.

Hennessy a peu recours à la sous-traitance pour ce qui concerne son cœur de métier.

1.2.5. Mode d'élaboration de la vodka, sources d'approvisionnement et sous-traitance

La vodka peut être obtenue par la distillation de différentes céréales ou de pommes de terre. La vodka Belvedere résulte de la quadruple distillation de seigle polonais. La distillerie qui élabore Belvedere réalise elle-même trois de ces distillations, à Zyrardow, en Pologne. Elle recourt à une eau purifiée selon un procédé spécifique, permettant l'élaboration d'une vodka au goût unique.

Les vodkas Belvedere aromatisées sont obtenues par la macération de fruits dans une vodka pure élaborée selon le même procédé que celui utilisé pour la vodka non aromatisée, la distillation étant réalisée dans un alambic de type charentais.

Globalement, le premier fournisseur d'eau-de-vie brute de Belvedere représente moins de 30 % des approvisionnements de la société.

1.2.6. Mode d'élaboration du whisky

Selon sa définition légale, le Scotch Whisky doit être produit par une distillerie écossaise à partir d'eau et d'orge malté, parfois additionné d'autres céréales, dont on obtient la fermentation au moyen de levures ; il doit être distillé et mis à vieillir sur le territoire écossais pour une durée d'au moins 3 années, dans des fûts de chêne d'une capacité n'excédant pas 700 litres. Le Scotch Whisky Single Malt provient d'une seule distillerie. Le Scotch Whisky Blended est un assemblage de plusieurs whiskies de malt et de grain.

Selon les règles d'élaboration du whisky de malt, l'orge malté est tout d'abord broyé, ce qui produit un mélange de farine et d'écorces appelé « *grist* ». Ce produit est ensuite mélangé avec de l'eau chaude dans de grands baquets de bois, les « *mash tuns* », afin d'extraire les sucres de l'orge malté. Le liquide résultant de ce brassage, appelé « *wort* », est placé dans une cuve et additionné de levures en vue d'opérer la fermentation alcoolique. Le liquide ainsi obtenu, appelé « *wash* », subit ensuite une double distillation dans des alambics de cuivre connus sous le nom de « *wash stills* » et « *spirit stills* ». Chaque distillerie possède des alambics dont la taille et la forme spécifiques influencent fortement les arômes du whisky qu'elle produit. Les alambics de Glenmorangie, les plus hauts d'Écosse, s'élèvent à 5,14 mètres de hauteur, ne laissant se dégager et se condenser que les émanations les plus subtiles. Chez Ardbeg, les alambics sont équipés d'un purificateur unique en son genre.

Le whisky ainsi obtenu est enfin enfermé dans des fûts de chêne ayant précédemment contenu du bourbon et vieillit pour une durée d'au moins 3 années dans les chais de la distillerie. Le vieillissement, étape cruciale de l'élaboration du whisky, lui confère sa coloration et ses arômes supplémentaires. Les whiskies Glenmorangie et Ardbeg subissent habituellement un vieillissement d'au moins 10 années qui s'opère dans des fûts de très grande qualité.

1.2.7. Mode d'élaboration des spiritueux Wen Jun

Wen Jun est en Chine l'un des producteurs de spiritueux de luxe les plus anciens et les plus réputés. Les spiritueux élaborés par Wen Jun sont des alcools blancs de catégorie « nong » (aromatique), la plus appréciée dans le pays. Ils sont élaborés à partir d'eau de source et de différentes céréales, principalement du blé, du riz, du sorgho, du maïs et du riz glutineux.

La fermentation s'opère en pleine terre, à l'intérieur d'une fosse de trois mètres de large et de profondeur, dont les parois sont recouvertes d'un revêtement favorisant le développement des arômes. On y place les céréales avec un agent de fermentation pendant environ 70 jours avant de procéder à la distillation. Le produit ainsi obtenu est alors enfermé dans des jarres de céramique d'une contenance de 1 100 litres pour une durée d'un an. Vient ensuite le processus d'assemblage et de mise en bouteille. La température, le taux d'humidité et l'alcalinité du terrain ont une grande influence sur la qualité des alcools blancs chinois. Le Sichuan, où est implantée depuis le XVI^e siècle (dynastie des Ming) la distillerie Wen Jun, est considéré comme un terroir exceptionnel pour l'élaboration de spiritueux de type « nong ».

1.3. La distribution des Vins et Spiritueux

La distribution des Vins et Spiritueux de LVMH sur les principaux marchés mondiaux est assurée pour l'essentiel par un réseau de filiales internationales, dont une partie en joint-ventures avec le groupe de spiritueux Diageo ; en 2015, 23 % des ventes de champagne et de cognac ont été réalisées par ce canal.

En outre, Diageo détient une participation de 34 % dans Moët Hennessy, société holding des activités Vins et Spiritueux du groupe LVMH.

Depuis 1987, LVMH et Guinness (antérieurement à la constitution du groupe Diageo) ont en effet conclu des accords conduisant à établir des joint-ventures pour la distribution de leurs grandes marques dans les principaux pays, dont MHD en France et Schieffelin & Somerset aux États-Unis. Ce réseau commun répond à l'objectif de renforcer les positions des deux groupes, de mieux contrôler leur distribution, d'améliorer le service rendu à leur clientèle et d'accroître leur rentabilité par un partage des coûts de distribution.

Aux États-Unis, la commercialisation des produits de Moët Hennessy est assurée par Moët Hennessy USA depuis 2005, suite à la dissolution de la joint-venture Schieffelin & Somerset, mais les produits de Moët Hennessy et Diageo continuent d'être commercialisés auprès de distributeurs communs.

En 2010, LVMH et Diageo ont réorganisé la distribution de leurs produits au Japon. Moët Hennessy s'est recentré sur la distribution de ses marques de champagne et spiritueux, ainsi que sur certaines marques de spiritueux ultra-premium de Diageo, Diageo transférant la distribution de ses autres marques premium à une joint-venture dans laquelle Diageo est associé à Kirin.

Depuis 2011, à la suite du rachat par LVMH des parts de la société Whitehall, la distribution en Russie est réalisée par une filiale à 100 % de Moët Hennessy.

2. MODE ET MAROQUINERIE

Louis Vuitton, première marque de luxe mondiale, Donna Karan, Fendi, Loewe, Céline, Kenzo, Marc Jacobs, Givenchy, Thomas Pink, Pucci, Berluti, Rossimoda, Loro Piana et Nicholas Kirkwood composent le groupe d'activités Mode et Maroquinerie. Cet ensemble exceptionnel de sociétés nées en Europe et aux États-Unis dispose de 1 566 magasins dans le monde. Tout en

respectant l'identité et le positionnement créatif des marques ainsi rassemblées, LVMH soutient leur développement en mettant à leur disposition des ressources communes.

En 2015, les ventes du groupe d'activités Mode et Maroquinerie se sont élevées à 12 369 millions d'euros, soit 35 % des ventes totales de LVMH.

2.1. Les marques du groupe Mode et Maroquinerie

LVMH réunit dans le secteur de la mode et de la maroquinerie de luxe un ensemble de marques d'origine française dans leur majorité, mais également espagnole, italienne, britannique et américaine.

Louis Vuitton, fondée en 1854, marque phare du groupe d'activités, a d'abord centré son développement autour de l'art du voyage, créant des malles, bagages rigides ou souples, sacs et accessoires novateurs, pratiques et élégants, avant d'élargir son territoire et sa légitimité en abordant d'autres domaines d'expression. Depuis plus de 150 ans, sa gamme de produits s'enrichit ainsi continuellement de nouveaux modèles pour le voyage ou pour la ville et de nouvelles matières, formes et couleurs. Réputée pour l'originalité et la grande qualité de ses créations, Louis Vuitton est aujourd'hui la première marque mondiale de produits de luxe et, depuis 1998, propose à sa clientèle internationale une offre globale : maroquinerie, prêt-à-porter féminin et masculin, souliers et accessoires. La Maison est en outre présente depuis 2002 dans le domaine des montres, a lancé en 2004 sa première collection de joaillerie, sa première collection de lunettes en 2005, ainsi qu'une ligne de Haute Maroquinerie en 2011.

Fendi, fondée à Rome en 1925, l'une des marques phares de la scène italienne, fait partie du Groupe depuis 2000. Particulièrement connue pour son savoir-faire et sa créativité dans le travail de la fourrure, la marque est présente dans la maroquinerie, les accessoires et le prêt-à-porter.

Donna Karan, a été fondée à New York en 1984 et est entrée dans le Groupe en 2001. Sa ligne de prêt-à-porter **DKNY** correspond à un style de vie très actuel et international.

Loewe, Maison espagnole créée en 1846 et acquise par LVMH en 1996, s'est spécialisée à l'origine dans le travail de cuirs de très haute qualité. Elle est aujourd'hui présente dans la maroquinerie et le prêt-à-porter. Les Parfums Loewe sont intégrés dans le groupe d'activités Parfums et Cosmétiques.

Marc Jacobs, créée à New York en 1984, est la marque éponyme de son fondateur. Elle se veut, à travers ses collections de prêt-à-porter homme et femme, de maroquinerie et de souliers, le symbole d'une mode urbaine et irrévérencieuse, culturelle mais aussi engagée.

Céline, fondée en 1945, détenue par LVMH depuis 1996, développe une offre de prêt-à-porter, maroquinerie, souliers et accessoires.

Kenzo, créée en 1970, a rejoint le Groupe en 1993. La Maison exerce aujourd'hui ses activités dans le prêt-à-porter féminin et masculin, les accessoires de mode, la maroquinerie et le décor de la Maison. Son activité dans le domaine des parfums est intégrée dans le groupe d'activités Parfums et Cosmétiques.

Givenchy, fondée en 1952 par Hubert de Givenchy et dans le Groupe depuis 1988, ancrée dans les traditions d'excellence de la Haute Couture, est également reconnue pour ses collections de prêt-à-porter féminin et masculin et ses accessoires de mode. Les Parfums Givenchy sont intégrés dans le groupe d'activités Parfums et Cosmétiques de LVMH.

Thomas Pink, marque née en 1984, est au Royaume-Uni un spécialiste réputé de la chemise haut de gamme. Depuis son entrée dans le Groupe en 1999, la marque a entrepris d'accélérer sa croissance à l'international.

Emilio Pucci, marque italienne fondée en 1947, est, dans le domaine du prêt-à-porter de luxe, le symbole d'une mode sans contrainte, synonyme d'évasion et de loisirs raffinés. Emilio Pucci a rejoint LVMH en 2000.

2.2. La création

Qu'elles appartiennent au monde de la Haute Couture ou de la mode de luxe, les marques de LVMH fondent avant tout leur réussite sur la qualité, l'authenticité et l'originalité de leurs créations qui doivent se renouveler au fil des saisons et des collections. Renforcer les équipes de création, s'assurer la collaboration des meilleurs créateurs, accorder leur talent à l'esprit de chaque marque est donc une priorité stratégique.

LVMH considère comme un atout essentiel d'avoir su attirer au sein de ses Maisons de mode un grand nombre de créateurs au talent reconnu mondialement : en 2013, Nicolas Ghesquière succède à Marc Jacobs qui créait depuis 1998 les collections de prêt-à-porter féminin de Louis Vuitton. Chez Fendi, Karl Lagerfeld crée les collections de prêt-à-porter féminin, tandis que Silvia Fendi est en charge des accessoires et du prêt-à-porter masculin. Phoebe Philo est Directrice artistique de Céline depuis 2008. Le créateur Riccardo Tisci est depuis 2005 Directeur

Berluti, artisan bottier depuis 1895, marque détenue par LVMH depuis 1993, crée et commercialise des souliers pour homme de très haute qualité, ainsi qu'une ligne de maroquinerie, désormais complétée par une ligne de prêt-à-porter pour homme.

Loro Piana, Maison italienne fondée en 1924, dans laquelle LVMH a acquis une participation de 80 % en décembre 2013, crée des produits et des tissus exceptionnels, en particulier à partir du cachemire, dont elle est le premier transformateur au monde. La Maison est célèbre pour sa dévotion à la qualité et aux matières premières les plus nobles, pour ses standards incomparables dans le design et son savoir-faire artisanal.

Nicholas Kirkwood, marque de souliers britannique éponyme de son fondateur née en 2004, dans laquelle LVMH a acquis une participation de 52 % en 2013, est connue dans le monde entier pour son approche unique et innovante dans la création de souliers.

artistique pour la Haute Couture, le prêt-à-porter et les accessoires féminins de Givenchy et s'est vu confier la création du prêt-à-porter masculin en 2008. Depuis 2013, Jonathan Anderson est en charge de la Direction Artistique de Loewe. En 2011, la Direction Artistique de l'ensemble des collections Kenzo a été confiée à Humberto Leon et Carol Lim. Chez Donna Karan, la Direction Créative du prêt-à-porter féminin *DKNY* a été confiée en 2015 aux designers new-yorkais Dao-Yi Chow et Maxwell Osborne. Olga Berluti, héritière du savoir-faire bâti par ses prédécesseurs, perpétue le style et la qualité uniques des souliers Berluti. La création d'une collection de prêt-à-porter masculine a été confiée en 2011 à Alessandro Sartori, nommé Directeur artistique de la Maison. Marc Jacobs est en charge de la création de la marque éponyme. La Direction Artistique de Pucci a été confiée en 2015 à Massimo Giorgetti.

2.3. La distribution

La maîtrise de la distribution de ses produits est un axe stratégique essentiel pour LVMH, particulièrement dans le domaine de la mode et de la maroquinerie de luxe. Cette maîtrise permet de conserver dans le Groupe les marges de distribution, garantit le contrôle rigoureux de l'image des marques, l'accueil et l'environnement commercial qui doit leur correspondre ; elle permet aussi de resserrer la proximité avec chaque clientèle et de mieux anticiper ses attentes.

Pour répondre à ces objectifs, LVMH s'est doté du premier réseau mondial de boutiques exclusives à l'enseigne de ses marques de Mode et Maroquinerie. Ce réseau comprend 1 566 magasins au 31 décembre 2015.

2.4. Sources d'approvisionnement et sous-traitance

Les dix-sept ateliers de fabrication de Maroquinerie de Louis Vuitton, douze en France, trois en Espagne et deux aux États-Unis, assurent l'essentiel de la fabrication des articles de Maroquinerie de la Maison Louis Vuitton. Les ateliers Louis Vuitton de Fiesso d'Artico, en Italie, regroupent l'ensemble des

savoir-faire, du développement à la fabrication pour toutes les catégories de souliers. Louis Vuitton ne recourt à des fabricants externes que pour compléter ses fabrications et obtenir une flexibilité de son volume de production.

Louis Vuitton achète ses matières auprès de fournisseurs localisés dans le monde entier et avec lesquels la Maison a établi des relations de partenariat. La stratégie fournisseurs mise en œuvre depuis quelques années a permis de répondre aux besoins tant en termes de volumes que de qualité et d'innovation grâce à une politique de concentration et d'accompagnement des meilleurs fournisseurs tout en limitant la dépendance de Louis Vuitton vis-à-vis de ces derniers. Ainsi le premier fournisseur de cuirs pèse moins de 20 % du total des approvisionnements en cuir de Louis Vuitton.

Fendi et Loewe disposent d'ateliers de maroquinerie dans leurs pays d'origine, et en Italie pour Céline et Berluti, qui ne couvrent qu'une part de leurs besoins de production. De façon générale, la sous-traitance à laquelle a recours le groupe d'activités est diversifiée en termes de nombre de sous-traitants, et située pour une large part dans le pays d'origine de la marque, France, Italie et Espagne.

Loro Piana gère toutes les étapes de la fabrication, de la collecte des fibres naturelles à la livraison du produit fini en boutique. Loro Piana se procure ses matières uniques (« baby cashmere » du nord de la Chine et de Mongolie, vigogne des Andes, laine Merino extra-fine d'Australie et de Nouvelle-Zélande) dans le cadre de partenariats exclusifs noués avec des fournisseurs du

monde entier. Les textiles et produits d'exception de la marque sont ensuite fabriqués en Italie.

En outre, afin de protéger et développer l'accès des Maisons de Mode et Maroquinerie aux matières premières et aux savoir-faire d'excellence qui leur sont indispensables, LVMH Métiers d'Art, secteur d'activités créé en 2015, investit et accompagne dans la durée les meilleurs de ses fournisseurs. Ainsi, dans les métiers du cuir, LVMH s'est associé en 2011 aux frères Koh afin de développer la tannerie Heng Long, à Singapour. Créée en 1950, elle est aujourd'hui leader dans le tannage des peaux de crocodilien. En 2012, LVMH a acquis les Tanneries Roux, fondées en 1803, l'une des dernières tanneries françaises spécialisées dans le tannage des peaux de veau.

Globalement, pour les activités Mode et Maroquinerie, le recours à la sous-traitance de production représente en 2015 environ 34 % du coût des ventes.

Enfin, pour les différentes Maisons, les fournisseurs de tissu sont très souvent italiens, sans qu'il y ait toutefois d'exclusivité.

Les créateurs et les bureaux de style de chacune des Maisons permettent, de façon générale, de ne pas dépendre, pour la fabrication, de brevets ou de savoir-faire exclusifs appartenant à des tiers.

3. PARFUMS ET COSMÉTIQUES

Le groupe LVMH est présent dans le secteur des Parfums et Cosmétiques par ses grandes Maisons françaises Parfums Christian Dior, Guerlain, Givenchy et Kenzo. À cet ensemble de marques mondialement établies s'ajoutent Benefit Cosmetics et Fresh, deux jeunes sociétés américaines de cosmétiques en fort développement, la prestigieuse marque italienne Acqua di Parma, les Parfums Loewe, marque espagnole détenant de fortes positions sur son marché domestique, et Make Up For Ever, marque française spécialisée à l'origine dans les produits de maquillage professionnel.

La présence d'un large éventail de marques au sein du groupe d'activités génère des synergies et constitue une force sur le marché. L'effet de volume permet notamment l'achat d'espace publicitaire à de meilleurs tarifs et la négociation de meilleurs emplacements dans les grands magasins. Dans le domaine de la recherche et développement, les marques du Groupe ont mutualisé leurs ressources dès 1997 avec un centre en commun

à Saint-Jean de Braye (France), sur le site industriel de Parfums Christian Dior. L'utilisation de services partagés par les filiales augmente l'efficacité des fonctions de support de distribution dans le monde et facilite l'expansion des marques les plus récentes. Ces économies d'échelle permettent d'investir davantage dans la création et la communication, qui sont deux facteurs clés de succès dans le secteur d'activités des Parfums et Cosmétiques.

Les marques de Parfums et Cosmétiques du Groupe sont commercialisées principalement dans les circuits dits de « distribution sélective », par opposition à la grande distribution et à la parapharmacie, mais également pour certaines marques dans leurs propres magasins, 203 au total à fin 2015 pour le groupe d'activités.

En 2015, les ventes du groupe d'activités Parfums et Cosmétiques se sont élevées à 4 517 millions d'euros, soit 13 % des ventes totales de LVMH.

3.1. Les marques du groupe Parfums et Cosmétiques

La société **Parfums Christian Dior** est née en 1947, la même année que la Maison de couture Christian Dior, avec le lancement du parfum *Miss Dior*. Tout en développant ses lignes de parfums féminins et masculins au fil des années, Parfums Christian Dior a étendu son activité au domaine du maquillage à partir de

1955 et aux produits de soin à partir de 1973. François Demachy, parfumeur-créditeur et Peter Philips, directeur artistique du maquillage perpétuent l'héritage de Christian Dior. Aujourd'hui, Parfums Christian Dior, qui consacre à la recherche 1,2 % de ses ventes, se situe à l'avant-garde en matière d'innovation.

Guerlain, fondée en 1828 par Pierre François Pascal Guerlain, a créé plus de 700 parfums depuis son origine. La marque s'est dotée d'une image exceptionnelle dans l'univers du parfum et nombre de ses créations jouissent d'une longévité remarquable. Elle est aujourd'hui connue également pour ses lignes de maquillage et de soin.

Parfums Givenchy, fondée en 1957, complète la Maison de Couture dans l'univers des parfums féminins et masculins à travers *Amarige*, *Organza*, *Very Irrésistible Givenchy*, *Ange ou Démon*, *Play for her*, et *Dahlia Noir*, ainsi que *Givenchy pour Homme*, *Very Irrésistible pour Homme*, *Play*, et *Gentlemen Only* et développe une activité dans le domaine des produits cosmétiques avec les soins Givenchy et la ligne de maquillage *Givenchy Le Makeup*.

Les **Parfums Kenzo** sont apparus en 1988 et se sont développés avec le succès de *FlowerbyKenzo*, lancé en 2000. La marque a diversifié son activité dans le domaine de la cosmétique « bien-être » en lançant la gamme *KenzoKi* en 2001. Les années suivantes ont vu le lancement du parfum féminin *KenzoAmour*, celui du parfum masculin *KenzoPower*, la création de *KenzoHomme eau de toilette boisée*, les lancements de *Eau de Parfum Madly Kenzo*, de *KenzoHomme Sport*, de *Flower in the Air* et, en 2015, de *Flower by Kenzo L'Élixir*.

Benefit Cosmetics, créée en 1976 à San Francisco, a rejoint LVMH fin 1999. La marque doit son succès rapide au sérieux de ses produits de beauté et de maquillage allié à un réel sens du plaisir, conforté par l'aspect ludique de leurs noms et de leurs packagings. Outre les ventes réalisées par ses soixante-huit boutiques exclusives à travers le monde (États-Unis, Asie, Europe,

Australie), la marque est actuellement distribuée dans environ 4 500 points de vente dans 46 pays à travers le monde.

Fresh, créée en 1991, a rejoint LVMH en septembre 2000. La marque a d'abord bâti sa réputation sur la création de soins pour le corps inspirés de recettes de beauté ancestrales et de parfums entièrement naturels et de grande qualité, avant d'approfondir son concept et d'élargir son activité au maquillage et aux soins pour les cheveux.

Loewe lance son premier parfum en 1972. Acteur majeur en Espagne, la marque développe également son activité à l'international, notamment en Russie, au Moyen-Orient et en Amérique latine.

Make Up For Ever, créée en 1984, a rejoint LVMH en 1999. La marque est spécialisée dans le maquillage professionnel et ses applications pour le grand public. Ses produits sont distribués dans des boutiques exclusives à Paris, New York, Los Angeles et Dallas, et dans différents circuits de distribution sélective, notamment en France, en Europe, aux États-Unis, marchés développés en partenariat avec Sephora, mais aussi en Chine, en Corée et au Moyen-Orient.

Acqua di Parma, fondée en 1916 à Parme et acquise par LVMH en 2001, est une marque de parfumerie de prestige, symbole du chic italien. La marque est spécialisée dans les parfums et les soins du corps et a diversifié son offre, notamment dans les parfums d'intérieur et le linge de maison. Aujourd'hui basée à Milan, Acqua di Parma s'appuie sur un réseau de distribution exclusif, dont une boutique en propre à Milan et à Paris.

3.2. La recherche en Parfums et Cosmétiques en 2015

La recherche et l'innovation constituent l'ADN de la stratégie de développement des nouveaux produits de Parfums et Cosmétiques du groupe LVMH. Au sein d'Hélios, centre de recherche de pointe au sein de la Cosmetic Valley française, près de 300 scientifiques : chercheurs, chimistes, biologistes, pharmaciens et médecins, œuvrent pour la création et le développement de produits de soin, maquillage et parfums des marques du Groupe LVMH. Le marché cosmétique continue d'évoluer fortement. Les cycles d'innovations sont devenus de plus en plus rapides et l'offre produits, et donc technologique, s'est considérablement élargie dans le monde. Aussi, dans l'élaboration de produits de luxe, les chercheurs du Groupe travaillent avec les équipes des marques pour rendre possible l'éclosion de produits disruptifs et emblématiques, ancrés dans l'excellence et la qualité.

En 2015, la nouvelle organisation de la Recherche et Développement s'est focalisée sur la mise en place et l'utilisation de nouvelles méthodologies destinées à favoriser la créativité et la réactivité face aux mutations technologiques. Cette stratégie vient renforcer les capacités d'innovation et de croissance des marques dans un contexte global d'accélération de lancements de produits et d'apparition de nouveaux acteurs. Le renforcement des structures de recherche en Asie (Japon, Chine, Corée) permet à LVMH d'accéder en temps réel aux meilleures technologies de partenaires extérieurs afin de les intégrer dans les développements de certains produits. Depuis plusieurs années,

nombre d'innovations ont vu le jour grâce à l'aboutissement de projets collaboratifs à l'international, projets à la fois audacieux et pragmatiques avec des universités, des entreprises de taille variable et des start-ups. De multiples communications scientifiques dans des congrès internationaux spécialisés ont été l'occasion d'enrichir le réseau international des chercheurs de LVMH et de construire de nouvelles opportunités de collaboration.

Dans le domaine du soin, les recherches ont été poursuivies sur les produits naturels, la régénération des tissus et la lutte contre les effets de la pollution sur la peau. L'expertise de LVMH Recherche en physicochimie permet de proposer un large éventail de formules aux activités et sensorialités cosmétiques d'exception. De nombreux produits innovants ont vu le jour sur le marché dans le domaine de la protection et de l'anti-âge. Ils intègrent les derniers résultats de recherche sur les cellules souches et la longévité. Les recherches menées en 2015 ont permis d'appréhender de nouveaux territoires biologiques stratégiques. La découverte des SKPs (*skin-derived precursor cells*), qui constituent un réservoir de cellules souches au cœur de la peau, est une formidable avancée dans le domaine de l'anti-âge (*Capture Totale* de Dior). Un nouveau complexe d'algues a permis d'améliorer la communication cellulaire et la protection des cellules souches de l'épiderme pour un effet anti-âge (*Sérum soin noir* de Givenchy). D'autres travaux de recherche ont permis d'approfondir les connaissances sur les facteurs environnementaux, le climat et leurs

conséquences sur la peau. Des produits de soin plus adaptés à l'environnement, la pollution et au mode de vie ont vu le jour (*One Essential City Defense* de Dior). Ces recherches ont également bénéficié, au sein d'une galénique biphasée détoxifiante et régénérante, à un soin de nuit au sein de la ligne de soin *Orchidée Impériale* (*Essence de nuit détoxifiante* Guerlain).

En maquillage, les chercheurs de LVMH étudient spécifiquement les systèmes dispersés, les nouveaux effets coloriels, des modes d'applications innovants et de nouvelles technologies majeures dans le domaine de la tenue sur la peau. Les recherches menées sur le domaine de l'optique ont donné naissance à des produits permettant une transformation immédiate : *Soin Météorites* (Guerlain) et *Capture Dreamskin* (Dior) dont les formules jouent avec la lumière. Véritables adjuvants au soin, celles-ci illuminent et subliment l'éclat du visage. Soin et maquillage s'hybrident. Ainsi, le rouge à lèvres *Dior Addict* porte en son cœur une formule de soin incorporée sous la forme des initiales de son créateur Christian Dior. Givenchy propose une expérience sensorielle

inédite grâce à un blush à mémoire de forme dont la texture reprend sa forme initiale après chaque utilisation.

La préservation de l'environnement est depuis toujours une préoccupation constante pour LVMH Recherche. La naturalité est une clé pour des produits cosmétiques respectueux de la planète et de la peau. Le recours à des ingrédients d'origine naturelle végétale illustre cette volonté tels les graines de cacao adoucissantes pour un exfoliant corps (*Fresh*), une cire naturelle (*Or de Vie* de Dior), des miels d'exception réparateurs (*Masque Gel Abeille Royale* de Guerlain), des extraits d'orchidées bioénergétiques (*Orchidée Impériale* de Guerlain), des extraits de rose de Granville (*Prestige* de Dior), une rare cire de sarment ou un extrait de marc d'Yquem millésimé (*La Sève, Or de vie* de Dior).

Enfin, LVMH Recherche a continué à renforcer ses études sur les perceptions interculturelles des produits, les relations texture – efficacité, ses structures de cosmétovigilance et à protéger ses inventions par des dépôts de brevets.

3.3. Sources d'approvisionnement et sous-traitance

Les cinq centres de production français de Guerlain, Parfums Christian Dior et LVMH Fragrances Brands assurent la quasi-totalité de la production des quatre grandes marques françaises, y compris Kenzo Parfums, tant dans le domaine des produits parfumants que dans ceux du maquillage ou des produits de soin. Make Up For Ever dispose également de capacités de production en France. Les marques Benefit, Parfums Loewe, Fresh et Parfums Fendi confient la fabrication de leurs produits pour partie aux autres marques du Groupe, le solde étant sous-traité à l'extérieur du Groupe.

Au total, la sous-traitance industrielle représente en 2015, pour cette activité, environ 6 % du coût des ventes ; s'y ajoutent environ 10 millions d'euros de sous-traitance logistique.

Les matières sèches, c'est-à-dire les flaconnages, bouchons... et tout autre élément constituant le contenant ou l'emballage, sont acquis auprès de fournisseurs hors Groupe, ainsi que les matières premières entrant dans l'élaboration des produits finis. Dans certains cas, ces matières ne sont disponibles qu'auprès d'un nombre limité de fournisseurs français ou étrangers.

Les formules des produits sont développées majoritairement dans les laboratoires de Saint-Jean de Braye en France, le Groupe pouvant également acquérir ou développer des formules auprès de sociétés spécialisées, notamment dans le domaine des jus de parfums.

4. MONTRES ET JOAILLERIE

Le groupe d'activités Montres et Joaillerie regroupe un portefeuille de marques horlogères et joaillières de premier plan et aux positionnements très complémentaires : TAG Heuer, leader mondial des montres et chronographes de sport de prestige, Hublot, marque horlogère récente haut de gamme, Zenith, manufacture de Haute Horlogerie, Montres Dior, dont les collections sont inspirées des créations de la Maison de couture, Bvlgari, grand nom de la Haute Joaillerie italienne depuis 1884, Chaumet, prestigieux joaillier historique de la place Vendôme, Fred, créateur de bijoux contemporains, et De Beers Diamond Jewellers, joint-venture créée en juillet 2001, qui affirme son positionnement de joaillier diamantaire.

Le groupe d'activités a désormais largement déployé sa présence internationale et renforcé la coordination et la mise en commun de moyens administratifs, développé ses équipes commerciales

et marketing et a progressivement mis en place à travers le monde un réseau de services après-vente multimarques afin d'améliorer la satisfaction de sa clientèle. LVMH Montres et Joaillerie dispose d'une organisation territoriale couvrant tous les marchés européens, le continent américain, le Nord de l'Asie, le Japon et la région Asie-Pacifique.

Pour l'horlogerie, une coordination industrielle a été mise en place par l'utilisation de ressources communes, en particulier pour la conception de prototypes, et par un partage des meilleures méthodes en matière d'investissements, d'amélioration de la productivité et de négociation des conditions d'achat auprès des fournisseurs.

En 2015, les ventes du groupe d'activités Montres et Joaillerie se sont élevées à 3 308 millions d'euros, soit 9 % des ventes totales de LVMH.

4.1. Les marques du groupe Montres et Joaillerie

TAG Heuer, fondée en 1860 à Saint-Imier dans le Jura suisse, acquise par LVMH en novembre 1999, s'est associée depuis de longues années au monde des sports de compétition et à ses valeurs de performance. La marque est reconnue pour la qualité et la précision de ses montres ainsi que pour leur esthétique d'avant-garde. Les modèles les plus réputés sont les séries *Aquaracer*, *Link* et *Formula 1* ; pour les montres et chronographes classiques et automatiques, les modèles *Carrera* et *Monaco*. TAG Heuer a lancé en 2010 le *Calibre 1887*, le premier mouvement développé et fabriqué dans sa manufacture. TAG Heuer a lancé en 2015 une montre connectée. TAG Heuer est également présente, via des licences, dans le domaine des lunettes.

Hublot, marque fondée en 1980 et faisant partie de LVMH depuis 2008, a innové dès son origine en créant la première montre dotée d'un bracelet en caoutchouc naturel. Dotée d'un savoir-faire horloger de premier plan, la marque est reconnue pour son concept original de fusion de matériaux nobles et technologiques et pour son modèle icône *Big Bang* né en 2005. En parallèle aux nombreuses déclinaisons de ce modèle, Hublot a relancé sa gamme historique *Classic Fusion*.

Zenith, fondée en 1865 et implantée au Locle près du Jura suisse, a rejoint LVMH en novembre 1999. Zenith appartient au cercle très restreint des manufactures horlogères. Le terme manufacture désigne, dans le monde de l'horlogerie, une entreprise qui assure intégralement la conception et la fabrication des mouvements mécaniques. Les deux mouvements phares de Zenith, le chronographe *El Primero* et le mouvement extra-plat *Elite*, références absolues de l'horlogerie helvétique, équipent les montres vendues sous sa marque.

Bvlgari, fondée en 1884, synonyme de créativité et d'excellence dans le monde entier, est unanimement reconnue comme l'un des acteurs majeurs de son secteur. La célèbre Maison italienne tient une place prééminente dans les domaines de la joaillerie, avec notamment sa ligne iconique *Serpenti* et de l'horlogerie,

de même qu'un rang significatif dans celui des parfums et des accessoires.

Chaumet, joaillier depuis 1780, maintient depuis plus de deux siècles un savoir-faire prestigieux tout en imposant un style qui se veut résolument contemporain et se reflète dans toutes ses créations, qu'il s'agisse de pièces de Haute Joaillerie, de collections de bijoux ou de montres. Le groupe LVMH a acquis Chaumet en 1999.

Montres Dior est gérée depuis 2008 sous la forme d'une joint-venture entre le groupe d'activités Montres et Joaillerie et Christian Dior Couture. Les collections de Montres Dior, notamment les lignes *Chrystal*, *Chiffre rouge*, *D de Dior* et, depuis 2011, *Dior VIII*, sont conçues en parfaite harmonie avec la force créative de la Maison de couture.

De Beers est une marque de Haute Joaillerie créée en juillet 2001, exploitée en commun par les groupes LVMH et De Beers, au sein de la société De Beers Diamond Jewellers. Celle-ci est basée à Londres (Royaume-Uni) et met progressivement en place un réseau mondial de boutiques proposant des bijoux sous la marque De Beers. De Beers se démarque par son unique expertise profondément ancrée dans un savoir-faire traditionnel, doublée d'une vision créative résolument moderne.

Depuis le 1^{er} janvier 2014, rétrospectivement au 1^{er} janvier 2012, Montres Dior et De Beers sont mis en équivalence en application de la norme IFRS 11 Partenariats.

Fred, fondée en 1936 et faisant partie de LVMH depuis 1995, est présente dans la Haute Joaillerie, la joaillerie et l'horlogerie. Depuis son arrivée au sein du Groupe, Fred a entrepris un renouvellement complet de sa création, de son image et de sa distribution. Ce renouveau se traduit notamment dans le style audacieux et contemporain de ses créations, portées en particulier par sa ligne iconique, *Force 10*.

4.2. La distribution

Le réseau de magasins des marques de Montres et Joaillerie compte 395 boutiques fin 2015. Les produits des marques joaillières sont ainsi mis en valeur dans le cadre d'emplacements prestigieux, situés dans les plus grandes villes du monde.

Ainsi, TAG Heuer et Hublot développent leur réseau de magasins, en propre et en franchise, au moyen d'implantations dans des emplacements stratégiques contribuant à la visibilité des produits.

4.3. Sources d'approvisionnement et sous-traitance

Grâce à ses ateliers et manufactures suisses, situés au Locle, à La Chaux-de-Fonds, à Neuchâtel, à Cornol, à Tramelan, au Sentier, à Chevenez et à Nyon, le Groupe assure la majorité de l'assemblage des montres et chronographes vendus sous les marques TAG Heuer, Hublot, Zenith, Bvlgari, Montres Dior, Chaumet et Fred ; la conception et fabrication de mouvements mécaniques notamment *El Primero* et *Elite* de Zenith, le *Calibre 1887* de TAG Heuer, l'*UNICO* de Hublot et les Hautes Complications de Bvlgari ainsi que la fabrication d'une partie des besoins sur composants critiques que sont les cadrans, les boîtes et les bracelets. La Manufacture de Zenith au Locle a fait

l'objet d'une rénovation majeure en 2012. En 2013, TAG Heuer a inauguré une nouvelle manufacture de mouvements à Chevenez et en 2015 Hublot s'est doté d'une deuxième manufacture sur son site de Nyon.

Globalement, dans cette activité, la sous-traitance représente en 2015 13 % du coût des ventes.

Bien que le Groupe puisse avoir recours à des tiers dans certains cas pour le dessin de ses modèles, ceux-ci sont le plus souvent élaborés dans ses propres bureaux d'études.

5. DISTRIBUTION SÉLECTIVE

Les activités de Distribution sélective ont pour vocation de promouvoir un environnement approprié à l'image et au statut des marques de luxe. Leurs activités se développent en Europe, en Amérique du Nord, en Asie et au Moyen-Orient et s'exercent dans deux domaines : le « travel retail » (vente de produits de luxe à la clientèle des voyageurs internationaux), métier de DFS

5.1. L'activité « travel retail »

DFS

Duty Free Shoppers (« DFS ») a rejoint LVMH en 1997.

DFS est le pionnier et le leader mondial de la vente de produits de luxe aux voyageurs internationaux. Son activité est très liée aux cycles du tourisme.

Depuis son origine en 1960 en qualité de concessionnaire de produits hors taxes au sein de l'aéroport de Kai Tak à Hong Kong, DFS a acquis une connaissance approfondie des besoins de la clientèle des voyageurs, a bâti de solides partenariats avec les tour-opérateurs japonais et internationaux et a considérablement développé son activité, tout particulièrement au sein des destinations touristiques situées dans la région Asie-Pacifique.

La stratégie actuelle de DFS a pour priorité le développement et la promotion de ses magasins *Galleria* de centre-ville, qui assurent aujourd'hui près de la moitié de ses ventes.

D'une superficie de 6 000 à 12 000 mètres carrés environ, les *Gallerias* sont implantées dans les centres-villes d'importantes destinations aériennes en Asie-Pacifique, aux États-Unis et au Japon. Chacune associe en un même lieu, à proximité des hôtels où séjournent les voyageurs, deux espaces commerciaux différents

5.2. L'activité « selective retail »

Sephora

L'enseigne Sephora, fondée en 1969, a développé au fil du temps un concept de parfumerie alliant le libre accès et le conseil. Ce concept a donné naissance à une nouvelle génération de magasins à l'architecture sobre et luxueuse, structurés en trois espaces dédiés respectivement au parfum, au maquillage et au soin. Grâce à la qualité de ce concept, Sephora a su conquérir la confiance des marques sélectives de parfums et cosmétiques. L'enseigne propose en outre depuis 1995 des produits vendus sous sa propre marque et a développé une offre de produits exclusifs grâce à son association avec des marques sélectionnées pour leur audace et leur créativité.

Depuis son acquisition par LVMH en juillet 1997, Sephora a connu une expansion rapide en Europe en ouvrant de nouveaux magasins et en réalisant l'acquisition de sociétés exploitant des chaînes de parfumerie. En Europe, Sephora est implantée dans 16 pays. Le concept de Sephora a traversé l'Atlantique en

et Starboard Cruise Services, et les concepts de distribution sélective représentés par Sephora et le grand magasin parisien Le Bon Marché.

En 2015, les ventes du groupe d'activités Distribution sélective se sont élevées à 11 233 millions d'euros, soit 31 % des ventes totales de LVMH.

et complémentaires : une offre généraliste de produits de luxe (parfums et cosmétiques, mode et accessoires...) et une galerie de boutiques de grandes marques appartenant ou non au groupe LVMH (Louis Vuitton, Hermès, Bvlgari, Tiffany, Christian Dior, Chanel, Prada, Fendi, Céline...).

Tout en privilégiant le développement de ses *Gallerias* où réside sa principale source de croissance, DFS maintient son intérêt stratégique pour les concessions d'aéroports si celles-ci sont remportées ou renouvelées dans de bonnes conditions économiques. DFS est actuellement présent dans une vingtaine d'aéroports internationaux situés en Asie-Pacifique, aux États-Unis et au Japon, notamment à Hong Kong, grâce aux trois nouvelles concessions remportées fin 2012.

Starboard Cruise Services

Starboard Cruise Services, dont l'acquisition a été réalisée par LVMH en 2000, est une société américaine fondée en 1958, leader mondial de la vente de produits de luxe hors taxes à bord des navires de croisière. Elle fournit ses services à près de 100 bateaux représentant plusieurs compagnies maritimes. Elle édite, en outre, des revues touristiques, des catalogues et fiches publicitaires disponibles à bord des navires.

1998, avec une forte présence aux États-Unis, un site Internet, sephora.com, et un réseau au Canada. Sephora est implanté en Chine depuis 2005. Ayant débuté son implantation au Moyen-Orient en 2007, l'enseigne y est présente dans cinq pays à fin 2015. Après avoir inauguré en 2010 sa présence en Amérique latine grâce à l'acquisition de Sack's, le leader brésilien des ventes en ligne de parfums et cosmétiques sélectifs, Sephora a poursuivi son développement au Mexique et au Brésil. Par ailleurs, Sephora a renforcé sa présence en Russie en 2011, portant à 65 % sa participation dans le capital de l'enseigne de distribution de parfums et cosmétiques Ile de Beauté. À partir de 2008, Sephora a également développé sa présence en Asie du Sud-Est en ouvrant ses premiers magasins à Singapour, puis en Malaisie, en Inde et en Thaïlande. En 2014 l'enseigne a poursuivi son expansion dans la région et inauguré sa présence en Australie et en Indonésie. En 2015, l'expansion géographique s'est poursuivie avec l'acquisition du site de e-commerce Luxola, présent dans neuf pays d'Asie du Sud-Est.

Le Bon Marché

Établi en 1852, Le Bon Marché Rive Gauche fut au XIX^e siècle le pionnier du commerce moderne. Unique grand magasin de la rive gauche à Paris, il a été acquis par LVMH en 1998.

Le Bon Marché Rive Gauche dispose d'un département alimentaire, La Grande Épicerie de Paris. Depuis 1995, il est également propriétaire du magasin Franck et Fils, situé rue de Passy dans

le XVI^e arrondissement de Paris. Au cours des dernières années, un important travail de fond, portant notamment sur la rénovation et la transformation de ses espaces de vente associées à une montée en gamme de son offre commerciale, a permis de renforcer l'identité du Bon Marché. Reconnu pour sa politique d'assortiment et de service, très exigeante, Le Bon Marché Rive Gauche s'est aujourd'hui imposé comme le grand magasin le plus exclusif et le plus créatif de Paris.

6. AUTRES ACTIVITÉS

Les Autres activités regroupent le pôle média géré par le groupe Les Echos, La Samaritaine, le constructeur de yachts néerlandais Royal Van Lent, les activités hôtelières Cheval Blanc et, depuis 2013, la pâtisserie Cova, basée à Milan (Italie).

Groupe Les Echos

LVMH a acquis le groupe Les Echos en 2007. Le groupe Les Echos comprend *Les Echos*, premier quotidien économique en France, *LesEchos.fr*, premier site Internet économique en France, le magazine *Enjeux-Les Echos*, ainsi que d'autres services économiques spécialisés. En outre, le groupe Les Echos réunit plusieurs titres de la presse économique et culturelle antérieurement détenus par LVMH : *Investir – Le Journal des finances*, né de la fusion en 2011 des titres *Investir* et *Le journal des finances*, *Connaissance des Arts*, ainsi que la station de radio française *Radio Classique*. Le groupe Les Echos est également présent dans le domaine de la presse professionnelle, avec les titres édités par SID Presse, et du service aux entreprises, avec notamment *Les Echos Formation*, *Les Echos Conférences*, *Le Salon des Entrepreneurs*, et les études *Eurostaf*.

La Samaritaine

La Samaritaine est un ensemble immobilier situé au cœur de Paris, en bordure de Seine. Il était constitué d'un grand magasin et d'immeubles locatifs de bureaux et commerces jusqu'en 2005,

date de fermeture du grand magasin pour raisons de sécurité. Il fait l'objet d'un projet de rénovation d'envergure qui s'inscrit dans une démarche environnementale innovante. Plusieurs activités seront ainsi regroupées au sein des bâtiments répartis sur deux îlots entre le quai du Louvre et la rue de Rivoli : un grand magasin, un palace Cheval Blanc de 72 clefs, 96 logements sociaux, une crèche et des bureaux. Le permis de construire, obtenu fin 2012, a été validé définitivement par un arrêt du Conseil d'État du 19 juin 2015.

Royal Van Lent

Fondée en 1849, Royal Van Lent est spécialisée dans la conception et la construction sur mesure de yachts de luxe commercialisés sous la marque *Feadship*, l'une des plus prestigieuses au monde pour les bateaux de plus de 50 mètres.

Cheval Blanc

Cheval Blanc porte le développement des activités hôtelières du groupe LVMH. L'approche Cheval Blanc, dont les valeurs fondatrices sont le sens de l'artisanat, l'exclusivité, la créativité et l'art de recevoir, est déclinée dans tous ses hôtels, qu'ils soient détenus en propre ou qu'ils fassent l'objet d'un mandat de gestion. Cheval Blanc accueille ses hôtes à Courchevel (France), à Saint-Barthélemy (Antilles françaises), dans l'hôtel acquis en 2013, ainsi qu'aux Maldives.

RAPPORT DE GESTION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le groupe LVMH

1.	COMMENTAIRES SUR L'ACTIVITÉ ET LA SITUATION FINANCIÈRE	24
1.1.	Commentaires sur le compte de résultat consolidé	24
1.2.	Vins et Spiritueux	28
1.3.	Mode et Maroquinerie	29
1.4.	Parfums et Cosmétiques	30
1.5.	Montres et Joaillerie	31
1.6.	Distribution sélective	32
1.7.	Commentaires sur le bilan consolidé	33
1.8.	Commentaires sur la variation de trésorerie consolidée	34
2.	FACTEURS DE RISQUES LIÉS À L'ACTIVITÉ ET POLITIQUE D'ASSURANCE	35
2.1.	Risques stratégiques et opérationnels	35
2.2.	Politique d'assurance	38
2.3.	Risques financiers	39
3.	ÉLÉMENTS DE POLITIQUE FINANCIÈRE	41
4.	INVESTISSEMENTS OPÉRATIONNELS	41
4.1.	Dépenses de communication et promotion	41
4.2.	Frais de recherche et développement	42
4.3.	Investissements industriels et dans les réseaux de distribution	42
5.	PRINCIPAUX ÉTABLISSEMENTS ET PROPRIÉTÉS FONCIÈRES	42
5.1.	Production	42
5.2.	Distribution	43
5.3.	Établissements administratifs et immeubles locatifs	44
6.	PLANS D'OPTIONS MIS EN PLACE PAR DES FILIALES	44
7.	ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE	44
8.	ÉVOLUTIONS RÉCENTES ET PERSPECTIVES	44

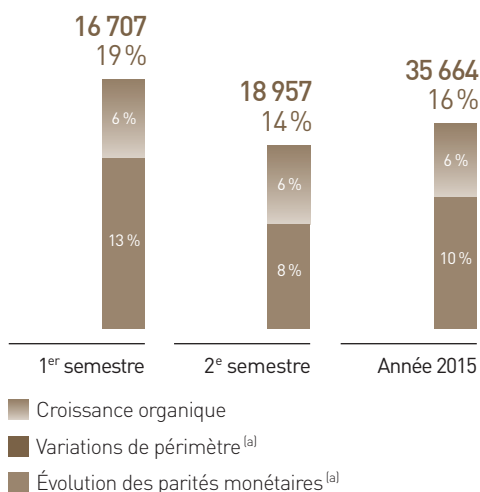
1. COMMENTAIRES SUR L'ACTIVITÉ ET LA SITUATION FINANCIÈRE

1.1. Commentaires sur le compte de résultat consolidé

1.1.1. Analyse des ventes

Évolution des ventes par semestre

(en millions d'euros et en pourcentage)



(a) Les principes de détermination des effets de l'évolution des parités monétaires sur les ventes des entités en devises et des variations de périmètre sont décrits en page 27.

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

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

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

Ventes par devise de facturation

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

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

Ventes par zone géographique de destination

(en pourcentage)	2015	2014	2013
France	10	10	11
Europe (hors France)	18	19	19
États-Unis	26	24	23
Japon	7	7	7
Asie (hors Japon)	27	29	30
Autres marchés	12	11	10
Total	100	100	100

Par zone géographique, on constate une baisse de 2 points du poids relatif dans les ventes du Groupe, de l'Asie (hors Japon) et de 1 point de l'Europe (hors France), pour atteindre respectivement 27 % et 18 %, alors que les États-Unis et les Autres marchés voient leur poids progresser de 2 et 1 point, à respectivement 26 % et 12 %. La France et le Japon restent stables à respectivement, 10 % et 7 %.

En devises locales, l'évolution des ventes par zone géographique présente des performances satisfaisantes dans l'ensemble des régions et notamment aux États-Unis et au Japon.

Ventes par groupe d'activités

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

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

Les ventes du groupe d'activités Vins et Spiritueux sont en hausse de 16 % en données publiées. Bénéficiant d'un effet de change positif de 10 points, les ventes de ce groupe d'activités sont en hausse de 6 % à taux de change et périmètre comparables. Cette performance est essentiellement tirée par la progression des volumes. La demande est toujours très dynamique aux États-Unis et en Europe, la Chine restant néanmoins le deuxième marché du groupe d'activités Vins et Spiritueux.

La croissance organique des activités Mode et Maroquinerie est de 4 %, pour 14 % en données publiées. La performance de ce groupe d'activités bénéficie toujours de la progression de Louis Vuitton. Fendi, Céline, Kenzo, Givenchy et Berluti confirment leur potentiel de forte croissance.

Les ventes des Parfums et Cosmétiques sont en hausse de 7 % à taux de change et périmètre comparables et de 15 % en données publiées. Toutes les marques ont enregistré de bonnes performances. Ces performances confirment l'efficacité de la stratégie de valeur fermement maintenue par les marques du Groupe face aux tensions concurrentielles engendrées sur les marchés par la crise économique. Le groupe d'activités Parfums et Cosmétiques a sensiblement augmenté son chiffre d'affaires aux États-Unis et en Asie, notamment en Chine.

Les ventes du groupe d'activités Montres et Joaillerie sont en hausse de 8 % à taux de change et périmètre comparables, et de 19 % en données publiées. Cette branche d'activité bénéficie du très fort dynamisme de Bvlgari partout dans le monde ainsi que des très belles performances de Chaumet et Hublot. L'Europe et le Japon constituent, pour l'ensemble des marques, les zones les plus dynamiques.

Les ventes des activités de Distribution sélective sont en hausse de 5 % à taux de change et périmètre comparables et de 18 % en données publiées. Cette performance est tirée par Sephora dont les ventes progressent très sensiblement en Amérique du Nord et au Moyen-Orient.

1.1.2. Résultat opérationnel courant

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

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

Les charges commerciales, qui s'élèvent à 13 830 millions d'euros, sont en hausse de 18 % en données publiées et de 8 % à taux de change et périmètre comparables. Cette augmentation provient principalement du développement des réseaux de distribution, mais aussi du renforcement des investissements en communication notamment dans les Parfums et Cosmétiques et dans la Mode et Maroquinerie. Le niveau de ces charges progresse de 1 point en pourcentage des ventes et s'établit à 39 %. Parmi ces charges commerciales, les frais de publicité et de promotion représentent 11 % des ventes et sont en augmentation de 8 % à taux de change et périmètre comparables.

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

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

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

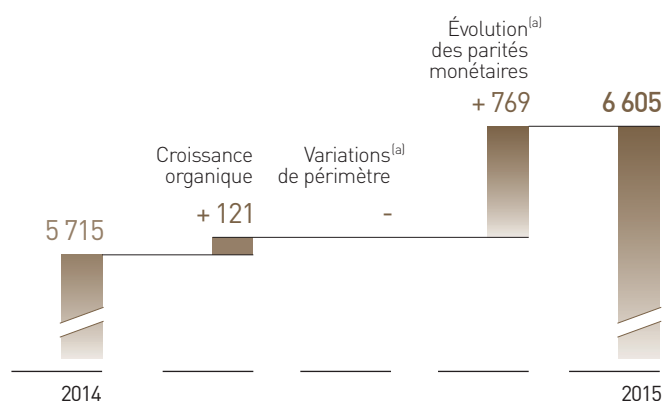
Résultat opérationnel courant par groupe d'activités

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

Le résultat opérationnel courant du Groupe s'établit à 6 605 millions d'euros, en hausse de 16 %. Le taux de marge opérationnelle sur ventes du Groupe s'élève à 18,5 %, stable par rapport au 31 décembre 2014.

Évolution du résultat opérationnel courant

(en millions d'euros)



(a) Les principes de détermination des effets de l'évolution des parités monétaires sur les résultats opérationnels courants des entités en devises et des variations de périmètre sont décrits en page 27.

L'effet total de l'évolution des parités monétaires sur le résultat opérationnel courant par rapport à l'exercice précédent est positif de 769 millions d'euros. Ce chiffre intègre les trois éléments suivants : l'effet des variations des parités monétaires sur les ventes et les achats des sociétés du Groupe exportatrices et importatrices ; la variation du résultat de la politique de couverture de l'exposition commerciale du Groupe aux différentes devises ; l'effet des variations des devises sur la consolidation des résultats opérationnels courants des filiales hors zone Euro.

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

Vins et Spiritueux

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

Le résultat opérationnel courant du groupe d'activités Vins et Spiritueux s'établit à 1 363 millions d'euros, en hausse de 19 % par rapport à 2014. La part des champagnes et vins représente 641 millions d'euros et celle des cognacs et spiritueux 722 millions d'euros. La hausse des volumes et la maîtrise des coûts ont permis de limiter les effets liés à la baisse d'activité en Chine.

Mode et Maroquinerie

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

Les activités Mode et Maroquinerie présentent un résultat opérationnel courant de 3 505 millions d'euros, en hausse de

10 % par rapport à 2014. Louis Vuitton maintient son niveau de profitabilité très élevé, tandis que Céline, Kenzo, Givenchy et Fendi confirment leur dynamique de croissance rentable. Le taux de marge opérationnelle sur ventes de ce groupe d'activités baisse de 1 point pour s'établir à 28 %.

Parfums et Cosmétiques

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

Le résultat opérationnel courant des activités Parfums et Cosmétiques est de 525 millions d'euros, en hausse de 26 % par rapport à 2014. Cette hausse est tirée par Parfums Christian Dior, Benefit, Guerlain et Make Up For Ever qui améliorent leur résultat, grâce au succès de leurs lignes de produits phares et à une forte dynamique d'innovation. Le taux de marge opérationnelle sur ventes de ce groupe d'activités augmente de 1 point et atteint 12 %.

Montres et Joaillerie

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

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

Distribution sélective

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

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

Autres activités

Le résultat opérationnel courant lié aux Autres activités et éliminations est négatif de 154 millions d'euros, en amélioration par rapport à 2014. Outre les frais de siège, cette rubrique intègre le pôle Média ainsi que les yachts Royal Van Lent.

1.1.3. Autres éléments du compte de résultat

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

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

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

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

- du coût global de la dette financière nette qui s'élève à 78 millions d'euros, en baisse de 37 millions d'euros par rapport

à 2014, grâce aux effets combinés de la baisse des taux d'intérêt et de celle de l'encours moyen de dette ;

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

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

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

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

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

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

Les effets des variations de périmètre sont déterminés :

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

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

1.2. Vins et Spiritueux

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

Faits marquants

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

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

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

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

Ruinart maintient la priorité accordée aux cuvées premium et ses liens forts avec la création contemporaine. La marque se

renforce en France et accélère son expansion à l'international avec une croissance solide dans toutes les régions.

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

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

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

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

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

Perspectives

Portées par leur stratégie de création de valeur et d'innovation, les Maisons du groupe Vins et Spiritueux sont dans une dynamique favorable pour les mois qui viennent. L'année 2016 verra de nouveaux lancements de produits et de belles initiatives marketing, événementielles et digitales au service de l'image des marques et de leur désirabilité. Des investissements significatifs en communication seront consacrés aux marchés et segments les plus porteurs afin de renforcer la position des marques de LVMH dans les grands pays consommateurs et d'accentuer leur conquête des marchés à fort potentiel. Le développement des outils de production, indispensables au maintien du plus haut niveau de qualité, reste un axe stratégique majeur. Pour accompagner son développement, **Hennessy** a ainsi engagé la construction d'un nouveau site de conditionnement et d'expédition répondant aux

normes professionnelles et environnementales les plus exigeantes, dont l'inauguration est prévue en 2017. Dans le même temps, **Moët & Chandon** entame la construction d'une seconde cuverie à Mont-Aigu. Dans un environnement mondial contrasté, le groupe d'activités continuera de bénéficier de la réputation

d'excellence de ses produits et de sa couverture géographique équilibrée. Le dynamisme et la réactivité des équipes du réseau de distribution de Moët Hennessy constituent un atout essentiel pour réaliser son ambition de renforcer son leadership mondial des vins et spiritueux de prestige.

1.3. Mode et Maroquinerie

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

Faits marquants

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Pucci confie sa Direction Artistique à Massimo Giorgetti.

Perspectives

2016 sera pour **Louis Vuitton** une année riche en développements. La Maison illustrera sa créativité permanente et son esprit d'innovation dans l'ensemble de ses collections. L'un des temps forts de l'année sera le lancement d'un parfum Louis Vuitton et l'inauguration du laboratoire de création installé à Grasse pour servir les ambitions de la Maison dans la conquête de ce nouveau territoire. Une communication toujours très liée à l'actualité de la marque accompagnera ces développements. La Maison poursuivra l'évolution qualitative de son réseau de distribution ainsi que les initiatives visant à offrir à ses clients, dans une optique globale, à la fois en magasin et dans l'univers digital, une expérience et une qualité de service hors du commun. **Fendi** accentue sa

dynamique, portée par une offre audacieuse et sophistiquée et la mise en avant de son savoir-faire unique. L'innovation sera toujours à l'honneur en 2016, avec de nombreux lancements, et la Maison romaine poursuivra son expansion en ouvrant des magasins au cœur de villes clés et sur de nouveaux marchés. Pour **Loro Piana**, l'ouverture en 2016 d'une boutique phare avenue Montaigne à Paris constituera un temps fort de l'année. La Maison continuera à dédier ses investissements à la recherche et développement textile et à l'approvisionnement en fibres naturelles les plus fines et les plus précieuses. En se concentrant sur leurs objectifs spécifiques, l'ensemble des marques de mode continueront de renforcer leur modèle de développement dans la perspective d'une croissance rentable et maîtrisée dans le temps.

1.4. Parfums et Cosmétiques

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

Faits marquants

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

Parfums Christian Dior accentue sa croissance et augmente ses parts de marché partout dans le monde. Une performance soutenue par le succès mondial sans précédent du nouveau parfum masculin *Sauvage*, incarné par Johnny Depp, et la vitalité des trois parfums emblématiques : *J'adore* innove avec *Touche de Parfum* ; *Miss Dior* est portée par sa nouvelle communication et son succès mondial ; *Dior Homme* accroît ses positions dans les principaux pays du monde. Dior développe ses collections via

la réédition de son flacon iconique, l'amphore, et une nouvelle fragrance d'exception, *Fève Délicieuse*, créée par son Parfumeur François Demachy pour la *Collection Privée Christian Dior*. Porté depuis 2014 par la créativité de Peter Philips, le maquillage renforce son leadership avec des collections toujours plus audacieuses et de nombreuses nouveautés comme *Dior Addict Lipstick* ou le Sérum de teint *Nude Air*. Le soin, nourri par les avancées scientifiques de Dior dans le domaine de l'anti-âge, bénéficie du succès de *Dreamskin* et de la gamme *Prestige*.

Guerlain poursuit sa croissance, portée par le succès continu de *La Petite Robe Noire* dans ses diverses déclinaisons et par la performance de *L'Homme Idéal*, solidement installé sur les marchés. La Maison bénéficie en outre de l'essor des soins *Orchidée Impériale* et *Abeille Royale* et des excellents résultats des créations de maquillage iconiques *Terracotta* et *Météorites*. La Ruche, le nouveau site de production du soin et du maquillage à Chartres, soutient le développement des cosmétiques et inscrit dans la durée l'engagement de Guerlain pour la haute qualité, l'éco-conception des produits ainsi que la pérennisation des savoir-faire au cœur de la Cosmetic Valley française.

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

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

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

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

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

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

Perspectives

En 2016, les marques de LVMH se fixent un nouvel objectif de gain de parts de marché qui passera par la mise en avant de leur démarche d'excellence et une politique active en termes d'innovation, de communication et d'initiatives digitales. **Parfums Christian Dior** continuera d'affirmer son statut de Maison de haute parfumerie, d'accroître sa désirabilité et d'élargir

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

1.5. Montres et Joaillerie

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

Faits marquants

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

Bvlgari confirme sa belle dynamique en termes de ventes et de résultat, avec une performance remarquable de la joaillerie, grâce au succès des lignes emblématiques *Serpenti*, *Bulgari-Bulgari*, *B.Zero1* et de la nouvelle collection *Diva*. La Haute Joaillerie réalise une progression spectaculaire à laquelle contribue la

nouvelle collection *Giardini Italiani* qui s'inspire de l'art créatif des jardins italiens et exprime le talent inégalé de la Maison dans l'assemblage de pierres de couleur exceptionnelles. L'activité des montres bénéficie du succès de la nouvelle collection *Lucea*, des progrès continus de *Serpenti*, et de la croissance de la ligne *Octo* dans la catégorie masculine. La bonne performance des magasins en propre récompense les efforts soutenus d'ouvertures sélectives et d'embellissement des boutiques. Bvlgari accentue sa montée en gamme dans le domaine des accessoires et des parfums.

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

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

Zenith célèbre en 2015 son 150^e anniversaire autour de ses valeurs de savoir-faire et de passion horlogère. Tandis que la ligne

emblématique *El Primero* poursuit son développement, la nouvelle *Elite 6150* reçoit un très bon accueil. La Maison renforce sa visibilité et étend son réseau avec l'ouverture d'un magasin à Chengdu.

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

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

Perspectives

Le groupe d'activités Montres et Joaillerie poursuit activement son objectif de gains de parts de marché. La maîtrise des savoir-faire horloger et joaillier, la créativité des produits, la

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

1.6. Distribution sélective

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

Faits marquants

Sephora gagne des parts de marché partout dans le monde et enregistre une nouvelle croissance à deux chiffres de ses ventes, avec des performances remarquables en Amérique du Nord et au Moyen-Orient. Les marchés ouverts récemment, notamment l'Australie, se révèlent prometteurs. L'expansion se poursuit avec près d'une centaine d'ouvertures à travers le monde en 2015. Plusieurs magasins phares comme ceux de Mall of the Emirates à Dubaï et de Powell Street à San Francisco ont été rénovés pour enrichir l'expérience client autour du digital et des services. Les ventes en ligne poursuivent leur forte croissance

avec notamment une offre mobile renforcée. La stratégie de développement omnicanal de Sephora s'accélère : plusieurs propositions innovantes sont lancées comme la livraison en 48h aux États-Unis et le service « Click and Collect » en France, permettant de retirer une commande passée sur Internet dans un magasin trois heures plus tard. L'expansion géographique se poursuit avec l'acquisition du site d'e-commerce Luxola, présent dans neuf pays d'Asie du Sud-Est. Sephora maintient aussi le cap de l'innovation dans les produits et les services avec le renforcement de l'offre exclusive, le déploiement de l'offre Beauty to Go, un ensemble de produits en petit format adaptés à la vie quotidienne et au voyage, et l'initiative « Play! » aux États-Unis, permettant de recevoir sur abonnement des échantillons d'une sélection de produits.

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

Les activités de « travel retail » font face en Asie à une conjugaison de facteurs défavorables d'ordre politique, économique et monétaire, à l'exception du Japon où **DFS** profite de l'afflux important de voyageurs chinois. Dans ce contexte, **DFS** s'appuie sur son expertise unique et sa forte capacité d'innovation pour renforcer son offre en réponse à l'évolution des attentes de

ses clients voyageurs, tout en poursuivant la baisse de ses frais opérationnels. À Macao et Hong Kong, le concept d'espace T Beauty dédié à la beauté a été lancé et propose un large choix de marques et de produits dans une architecture à la fois luxueuse, moderne et accessible. Autre initiative, les boutiques de vins et spiritueux sur 2 niveaux ouvertes au sein de l'aéroport de Changi à Singapour. Elles redéfinissent les standards d'excellence de leur catégorie en termes d'architecture et d'expérience client. Dans le même temps, le plan de modernisation des magasins existants est poursuivi, accompagné d'une politique dynamique de marketing, d'animation et de fidélisation, grâce à l'extension du programme de fidélité LoyalT.

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

Perspectives

Sephora poursuivra son expansion internationale. Fidèle à son profil de pionnier dans l'univers de la beauté, l'enseigne continuera d'inventer l'expérience d'achat de demain en accentuant la

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

Fort de la réactivité de ses équipes et de son organisation, **DFS** continue de se concentrer sur l'attractivité de son réseau pour être incontournable auprès des voyageurs et enrichir leur expérience. L'année 2016 verra l'aboutissement de plusieurs développements porteurs : l'ouverture de la *T Galleria* à Siem Reap au Cambodge, près des fabuleuses ruines d'Angkor, celle du nouveau magasin *T Galleria – City of Dreams* à Macao et celle du *T Fondaco dei Tedeschi*, premier magasin européen de DFS, sur le Grand Canal de Venise juste à côté du pont du Rialto, l'un des sites touristiques les plus fréquentés au monde. En réponse à la multiplicité des circuits de croisière et à l'évolution des clientèles, **Starboard Cruise Services** continue d'innover et d'affiner ses sélections de produits, tout en privilégiant les catégories les plus contributives.

1.7. Commentaires sur le bilan consolidé

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Dette financière nette et capitaux propres

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

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

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

La dette financière brute après effet des instruments dérivés s'élève à fin 2015 à 8,2 milliards d'euros, en recul de 1 milliard par rapport à fin 2014. Durant l'année, LVMH a remboursé les emprunts obligataires émis en 2009 (250 millions d'euros) et 2011 (500 millions d'euros) ainsi que celui de 200 millions de francs suisses émis en 2008. La réduction des autres emprunts, de 0,4 milliard d'euros, contribue également au recul de la dette. À l'inverse, l'encours de billets de trésorerie a progressé de 0,3 milliard d'euros, ainsi que les dettes en devises, de 0,1 milliard d'euros du fait de l'évolution des parités monétaires. La trésorerie et équivalents de trésorerie, et les placements financiers s'élèvent en fin d'exercice à 4,0 milliards d'euros, inférieurs de 0,4 milliard d'euros aux 4,4 milliards atteints fin 2014, la dette financière nette recule ainsi de 0,6 milliards d'euros.

À fin 2015, le montant disponible de lignes de crédit confirmées non tirées est de 3,4 milliards d'euros, et couvre largement le programme de billets de trésorerie, dont l'encours au 31 décembre 2015 atteint 2,3 milliards d'euros.

1.8. Commentaires sur la variation de trésorerie consolidée

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

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

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

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

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

Les investissements d'exploitation, nets des cessions, représentent en 2015 un débours de 1 955 millions d'euros, contre 1 775 millions d'euros un an plus tôt. Ils sont constitués principalement des investissements de Sephora, Louis Vuitton, DFS et Bvlgari dans leurs réseaux de distribution, ceux de Parfums Christian Dior dans de nouveaux comptoirs, ceux des marques de champagne et de Hennessy dans leur outil de production, ainsi que des investissements immobiliers affectés à l'exploitation administrative, commerciale ou locative.

En 2015, 511 millions d'euros ont été consacrés aux investissements financiers et acquisitions de titres consolidés, dont 240 millions d'euros pour les acquisitions de titres consolidés. Celles-ci comprennent notamment l'acquisition du Parisien-Aujourd'hui en France, celle d'une participation de 95 % dans le

site de e-commerce Luxola, ainsi que des prises de participation dans Repossi et L Catterton. Le solde, négatif de 271 millions d'euros, est relatif à la gestion des investissements financiers, dont un débours de 265 millions d'euros au titre de l'impôt relatif aux investissements financiers.

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

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

2. FACTEURS DE RISQUES LIÉS À L'ACTIVITÉ ET POLITIQUE D'ASSURANCE

2.1. Risques stratégiques et opérationnels

2.1.1. Image et notoriété du Groupe

Le groupe LVMH est caractérisé par ses marques, un savoir-faire unique et des méthodes spécifiques de production, pour des produits vendus dans le monde entier. La notoriété des marques repose sur la qualité et l'exclusivité des produits et de leurs modes de distribution, ainsi que sur les politiques de communication et de promotion mises en œuvre. Des produits ou une politique de communication en inadéquation avec l'image des marques, des comportements inappropriés de la part des ambassadeurs des marques, des employés, distributeurs ou fournisseurs du Groupe, ainsi que la circulation dans les médias d'informations préjudiciables pourraient affecter la notoriété des marques et entraîner un effet défavorable sur les ventes. La valeur nette des marques, enseignes et écarts d'acquisition inscrits au bilan du Groupe au 31 décembre 2015 s'élève à 22,7 milliards d'euros.

La vigilance de LVMH à l'égard de l'utilisation inappropriée par des tiers du nom de ses marques est extrême, dans le monde physique aussi bien que digital. Cette vigilance s'exerce notamment via l'enregistrement systématique des marques et noms de produits, que ce soit en France ou dans les autres pays, via une communication visant à limiter le risque de confusion entre les marques LVMH et des marques de même nom, et via une veille constante associée, le cas échéant, à des recours juridiques. Les actions menées par le Groupe visent en particulier à la mise

en place d'un cadre juridique adapté au monde digital, afin d'établir les responsabilités des différents acteurs impliqués, un devoir de vigilance contre les actes illicites en ligne devant être partagé par l'ensemble des acteurs tout au long de la chaîne de valeur digitale.

Dans le cadre de ses activités de Vins et Spiritueux, de Parfums et Cosmétiques, et, dans une moindre mesure, de Montres et Joaillerie, LVMH vend une partie de ses produits à des distributeurs hors Groupe, ceux-ci assurant la vente au client final. La notoriété des produits repose donc en partie sur le respect par les distributeurs des exigences du Groupe en matière de mise en valeur des produits, de politique de communication, de gestion des prix de vente. Afin de se prémunir contre des pratiques inappropriées, les contrats de distribution encadrent strictement ces aspects, qui font également l'objet de contrôles réguliers de la part des Maisons.

En outre, le Groupe soutient et développe la notoriété de ses marques en collaborant avec des professionnels réputés et innovants dans leur domaine (Direction Artistique, Œnologie, Recherche en cosmétiques...), en impliquant le management au plus haut niveau dans les orientations stratégiques (collections, politiques de distribution, de communication), en respectant et mettant en avant la personnalité de chaque marque. Les collaborateurs de LVMH à tous les niveaux sont sensibilisés au respect de règles éthiques diffusées dans le Groupe. Enfin, afin de se prémunir contre le risque lié à la mise en cause publique du

Groupe ou de l'une de ses marques, LVMH effectue une veille média constante et maintient en permanence un dispositif de gestion de crise.

2.1.2. Contrefaçon et réseaux de distribution parallèles

Les marques, savoir-faire et méthodes de production du Groupe peuvent être contrefaits ou copiés ; les produits du Groupe, notamment les articles de maroquinerie et les parfums et cosmétiques peuvent être distribués, en dehors de la volonté de LVMH, dans des réseaux de distribution parallèles, y compris les réseaux de vente sur Internet. Dans un effort conjoint visant à développer de nouvelles solutions pour engager davantage les consommateurs dans leur expérience digitale tout en préservant la valeur des marques et favoriser la créativité, LVMH et des acteurs majeurs de l'Internet (« pure players ») ont annoncé leur coopération afin de protéger les droits de propriété intellectuelle du Groupe et combattre la publicité et la vente en ligne des produits de contrefaçon.

La contrefaçon et la distribution parallèle ont un effet défavorable immédiat sur le chiffre d'affaires et le résultat, et peuvent progressivement nuire à l'image de marque des produits concernés et à la confiance des consommateurs. Tous les moyens sont donc mis en œuvre pour lutter contre ces risques.

Pour agir contre la contrefaçon des produits, outre la protection systématique des marques et noms de produits mentionnée plus haut, des plans d'actions ont été développés, ayant pour objectif une collaboration étroite, dans les pays concernés, avec les autorités gouvernementales, les douanes, les avocats spécialistes de ces questions, et les acteurs du monde digital que LVMH sensibilise aux conséquences néfastes de la contrefaçon. Le Groupe est aussi très présent dans l'ensemble des organismes regroupant les grands noms de l'industrie du luxe, afin de promouvoir des actions concertées et un message commun au niveau mondial, seuls gages de succès. LVMH lutte également par divers moyens contre la vente de ses produits par des réseaux de distribution parallèles, notamment par le développement de la traçabilité des produits, l'interdiction de vente directe à ces réseaux et des actions spécifiques permettant de mieux contrôler les circuits de distribution.

En dehors de l'Union européenne, LVMH n'est pas soumis à des contraintes juridiques de nature à entraver sa politique de distribution sélective, ou à restreindre ses voies de recours contre des tiers distribuant sans agrément les produits du Groupe. Au sein de l'Union européenne, le droit de la concurrence vise dans son principe à garantir une stricte égalité de traitement aux différents acteurs, notamment dans le domaine de la distribution, constituant potentiellement une entrave aux sociétés refusant de distribuer leurs produits en dehors d'un réseau de distributeurs agréés. Toutefois, le Règlement européen de 1999 n° 2790/1999 sur les restrictions verticales, en autorisant le recours à la distribution sélective, a instauré une exemption à ce principe général, dans le cadre de laquelle LVMH exerce ses activités, offrant ainsi une protection accrue à ses clients. L'exemption a été confirmée en avril 2010, lors du renouvellement du Règlement de 1999, et étendue aux ventes par Internet.

Cette protection juridique donne au groupe LVMH des moyens supplémentaires de lutte contre la contrefaçon et la distribution parallèle de ses produits, lutte qui s'exerce dans le monde tant physique que digital.

La lutte contre la contrefaçon a coûté au Groupe en 2015, en dépenses internes et externes, 39 millions d'euros environ.

2.1.3. Obligations contractuelles

Dans le cadre de ses activités, le Groupe s'engage envers ses partenaires et notamment envers certains de ses fournisseurs sur des périodes pluri-annuelles (contrats de location et de concession, de distribution, d'approvisionnement en particulier). En cas d'interruption de ces contrats avant leur échéance, des indemnités sont généralement prévues au contrat qui représenteraient une charge sans contrepartie immédiate. Le montant total des engagements minimum pris par le Groupe au titre des contrats pluri-annuels de location, de concession et d'approvisionnement s'élève à 11,5 milliards d'euros au 31 décembre 2015 ; ces engagements sont détaillés dans les Notes 30.1 et 30.2 de l'annexe aux comptes consolidés.

La conclusion de contrats engageant le Groupe sur des périodes pluri-annuelles fait l'objet d'un processus d'approbation au sein des Maisons, à un niveau adapté à l'importance des enjeux financiers et opérationnels. Les contrats sont revus par les services juridiques, en liaison avec les courtiers d'assurances.

En outre, le Groupe s'est engagé envers ses partenaires dans certaines activités à acquérir les participations que ceux-ci détiennent dans les activités concernées s'ils en font la demande, selon une formule de prix contractuelle. Cet engagement, évalué à 7,4 milliards d'euros au 31 décembre 2015, est enregistré au bilan du Groupe, en Autres passifs non courants (voir Note 20 de l'annexe aux comptes consolidés).

Le Groupe s'est également engagé vis-à-vis de certains des actionnaires de ses filiales à distribuer un montant minimum de dividendes, sous réserve que la filiale dispose d'un montant suffisant de trésorerie. Ceci concerne notamment les activités Moët Hennessy et DFS, dont le montant de dividendes minimum est fixé contractuellement à 50 % du résultat consolidé de ces entités.

2.1.4. Capacité du Groupe à anticiper les nouvelles attentes des clients

Les marques doivent identifier les nouvelles tendances, les changements de comportements et de goûts, afin de proposer des produits et des expériences en adéquation avec les attentes des consommateurs. À défaut le succès de leurs produits serait menacé. Par l'entretien de relations fortes et en constant renouvellement avec leurs sources d'inspiration traditionnelles, tels le monde de l'art, du sport, du cinéma, des nouvelles technologies... , les différentes marques du Groupe s'attachent à devancer et répondre pleinement aux nouvelles attentes des clients, dans le profond respect de l'identité et des affinités de chacune avec ces différents univers.

2.1.5. Exposition internationale du Groupe

Les risques et incertitudes liés à une présence internationale sont de diverses natures. Il s'agit notamment de l'évolution du pouvoir d'achat de la clientèle, ou de la valeur des actifs d'exploitation localisés à l'étranger ; il s'agit aussi des évolutions économiques qui ne sont pas nécessairement simultanées d'une zone à l'autre ; il s'agit enfin des réglementations en matière de droit des sociétés, de fiscalité, de droits de douane ou restrictions à l'importation que peuvent imposer certains pays, et qui le cas échéant peuvent être pénalisantes pour le Groupe. Ainsi, certaines des activités du Groupe ont été pénalisées depuis 2014 par les mesures « anti-extravagances » instaurées par la Chine fin 2012. Il s'agit notamment de l'activité Cognac, qui, touchée par la réduction des réceptions et banquets, a souffert d'une réduction de ses volumes de ventes en 2014 et 2015 liée à l'importance des stocks présents chez ses distributeurs fin 2013. La réduction des volumes de cadeaux d'affaires avait également eu un effet défavorable en 2014 sur l'activité Montres et Joaillerie.

Afin de se prémunir contre les risques liés au non-respect par méconnaissance d'une évolution de la réglementation, le Groupe met en œuvre un dispositif de veille réglementaire dans toutes ses régions d'implantation.

Le Groupe est peu présent dans des zones instables politiquement, les cadres législatifs et réglementaires des principaux pays d'implantation du Groupe étant bien établis. Il importe de souligner que l'activité est répartie principalement sur trois zones géographiques et monétaires : l'Asie, l'Europe occidentale, et les États-Unis, ce qui compense en partie l'exposition aux risques décrits ici.

En outre, une part significative des ventes du Groupe est liée aux flux touristiques, ceci concerne particulièrement les activités de « travel retail » au sein de la Distribution sélective, ainsi que le groupe d'activités Mode et Maroquinerie, dont les magasins bénéficient de la clientèle des touristes. Des événements de nature à perturber ces flux (instabilité géopolitique et sécuritaire, dégradation de l'environnement économique, catastrophe naturelle...) auraient un impact défavorable sur les ventes du Groupe.

Enfin, le Groupe participe activement aux discussions globales visant à conclure une nouvelle génération d'accords de libre-échange entre l'Union européenne et les pays tiers, qui concernent non seulement l'accès aux marchés des pays tiers, mais aussi la signature d'accords facilitant l'accès des touristes des pays tiers à l'Union européenne. Ainsi, malgré un contexte sécuritaire tendu, poussant les États membres à demander des contrôles renforcés aux frontières, la Commission européenne a proposé de créer un « touring visa » (période de séjour étendue et possibilité de traverser l'ensemble du territoire européen) qui facilitera le tourisme de shopping de luxe dans l'Union européenne.

2.1.6. Sécurité du consommateur

Beaucoup de produits du Groupe, en particulier dans les Vins et Spiritueux et les Parfums et Cosmétiques, sont soumis, en France, dans l'Union européenne et dans l'ensemble des pays où le Groupe exerce ses activités, à des réglementations spécifiques ; celles-ci portent notamment sur les conditions de production

ou de fabrication des produits, leur vente, la sécurité du consommateur, l'étiquetage des produits ou leur composition. Au-delà de la sécurité industrielle, les sociétés du Groupe s'attachent à renforcer la sécurité et la traçabilité des produits afin d'augmenter la capacité d'anticipation et de réactivité en cas de rappel de produits. Une veille jurisprudentielle a également été mise en place afin de maîtriser la dérive des risques de responsabilité, notamment ceux pouvant affecter les marques du Groupe.

Voir également le « *Rapport de gestion du Conseil d'administration – LVMH et l'environnement* », § 6 Santé et Sécurité des consommateurs concernant ce sujet.

2.1.7. Saisonnalité

Pratiquement toutes les activités du Groupe sont concernées par la saisonnalité ; celle-ci se manifeste par la part des ventes sur le dernier trimestre de l'exercice, liée aux manifestations festives de fin d'année ; cette part est d'environ 30 % pour l'ensemble des activités. Des événements imprévisibles sur les derniers mois de l'année peuvent ainsi affecter sensiblement le niveau d'activité et les résultats du Groupe.

2.1.8. Approvisionnements et compétences stratégiques

L'attractivité des produits du Groupe repose sur la disponibilité de certaines matières premières, en quantité suffisante mais aussi qualitativement, ces produits devant répondre aux critères de qualité exigés par le Groupe. Il s'agit notamment des approvisionnements en raisins et eaux-de-vie dans le cadre des activités des Vins et Spiritueux, en cuirs, toiles, laines et fourrures dans le cadre des activités Mode et Maroquinerie, mais aussi en composants horlogers, pierres et métaux précieux pour les activités Montres et Joaillerie. Afin de s'assurer des approvisionnements correspondant à ses exigences, le Groupe met en place des partenariats privilégiés avec les fournisseurs concernés. Tout en inscrivant dans la durée ce type de partenariats, le Groupe est constamment à la recherche de nouveaux fournisseurs pouvant répondre à ses exigences. À titre d'illustration, une évaluation du risque de défaillance des fournisseurs a été menée et des bonnes pratiques échangées, conduisant notamment à mettre en place des politiques de dédoublement des approvisionnements pour les produits stratégiques dans les Parfums et Cosmétiques.

En complément, pour certaines ressources rares ou dont la mise au point requiert un savoir-faire spécifique tels les cuirs précieux ou les composants de Haute Horlogerie, le Groupe poursuit, ponctuellement, une stratégie d'intégration verticale.

Concernant les approvisionnements et la sous-traitance, voir également la partie « *Activités du Groupe* » du Document de référence.

Les métiers de LVMH requièrent également des compétences particulières, par exemple dans le domaine de la maroquinerie ou de l'horlogerie. Afin de garantir la pérennité de ces savoir-faire, LVMH mène des actions en faveur de la formation et de la sauvegarde de ces métiers, indispensables à la qualité de ses produits, notamment à travers une action envers la reconnaissance de la spécificité des métiers du luxe comme métiers « d'excellence », avec des critères propres au secteur économique du luxe et permettant de mieux répondre à ses besoins et exigences.

Enfin, le succès du Groupe repose également sur le développement de son réseau de distribution, et sur sa capacité à sécuriser les meilleurs emplacements sans obérer la rentabilité future des points de vente. Le Groupe a développé une expertise particulière dans le domaine immobilier, qui, partagée avec les différentes marques, permet d'optimiser le développement du réseau de distribution.

2.1.9. Systèmes d'information

Le Groupe est exposé au risque de défaillance de ses Systèmes d'information, en raison d'un dysfonctionnement ou d'une malveillance. La matérialisation de ce risque peut entraîner la perte ou la corruption de données sensibles, telles des informations relatives aux produits, aux clients, aux données financières. Un tel risque peut également se traduire par une indisponibilité partielle ou totale de certains systèmes, désorganisant les processus concernés. Afin de se prémunir contre ce risque, le Groupe met en œuvre une architecture décentralisée permettant d'éviter toute propagation de risque. Par l'intermédiaire de son réseau de Responsables sécurité des Systèmes d'information, le Groupe continue de mettre en place un ensemble de mesures permettant d'assurer la protection des données sensibles, ainsi que des plans de continuité d'exploitation au niveau de chaque Maison. La protection des données personnelles de nos clients et de nos employés notamment est l'un de ces sujets sensibles. Le Groupe a ainsi développé des outils de bonne gouvernance à destination des Maisons, tels que des principes pour le marketing en ligne et la protection des données.

2.1.10. Risques industriels, environnementaux et météorologiques

Les risques environnementaux ainsi que les mesures prises pour assurer la conformité de l'activité aux dispositions législatives et réglementaires sont présentés de manière détaillée dans la

2.2. Politique d'assurance

La politique de gestion des risques du Groupe s'inscrit dans une démarche dynamique dont les principaux vecteurs sont :

- l'identification systématique et documentée des risques ;
- l'organisation de la prévention et de la protection des biens industriels et des personnes ;
- le déploiement de plans de secours et continuité sur le plan international ;
- un dispositif global de financement des risques visant à réduire les conséquences d'événements majeurs sur la situation financière du Groupe ;
- l'optimisation et la coordination des programmes d'assurances mondiaux et centralisés.

La politique de couverture des risques du Groupe s'appuie principalement sur le transfert de ses risques aux marchés de l'assurance à des conditions financières raisonnables, dans le cadre de l'offre disponible sur ces marchés en termes de nature, de

partie « *Rapport de gestion du Conseil d'administration – LVMH et l'environnement* ».

L'activité de production de vins et spiritueux du Groupe dépend des conditions météorologiques prévalant avant la récolte des raisins. Les vignerons et négociants de Champagne ont instauré un mécanisme permettant de faire face à ces aléas, via le maintien d'une réserve qualitative. Voir la partie « *Activités du Groupe* », § 1.1.4 Sources d'approvisionnement en raisins et sous-traitance du Document de référence concernant la description de ce mécanisme.

Dans le cadre de ses activités de production et de stockage, le Groupe est exposé à la survenance de sinistres tels que les incendies, les dégâts des eaux, ou les catastrophes naturelles.

Pour identifier, analyser et traiter les risques industriels et environnementaux, le Groupe s'appuie sur l'action combinée de compétences externes et de professionnels qualifiés au sein des sociétés du Groupe – notamment les responsables sécurité, qualité ou environnement. La définition et la mise en œuvre de la politique de maîtrise de ces risques sont réunies au sein de la Direction financière.

La protection des actifs du groupe LVMH s'inscrit dans une politique de prévention appliquant les normes de sécurité les plus élevées (Norme incendie FM GLOBAL et NFPA). En concertation avec ses assureurs, LVMH adopte l'approche dite RHP (Risques Hautement Protégés) dont le but est de réduire de manière significative le risque d'incendie et pertes d'exploitation consécutives. L'amélioration continue de la qualité de la prévention des risques est un critère important pris en compte par les assureurs dans l'appréciation de ces risques et, par voie de conséquence, dans l'octroi de garanties étendues et compétitives.

Cette démarche est combinée à un programme de suivi des risques industriels et environnementaux ; dans ce cadre, environ 52 sites ont été audités par des cabinets d'ingénieurs en 2015.

Des plans de prévention et de protection intègrent, en outre, la continuité des activités et des plans de secours.

garanties et de limites de couverture. Les limites des couvertures d'assurance résultent soit d'une quantification du sinistre maximum possible, soit des contraintes imposées par le marché de l'assurance.

Par rapport aux capacités financières du Groupe, le niveau d'auto-assurance des risques n'est pas significatif. Les franchises à la charge des sociétés du Groupe répondent notamment à une optimisation du rapport couverture/coût global du risque. Les coûts de programmes d'assurance supportés par les sociétés du Groupe est proche de 0,15 % du chiffre d'affaires consolidé.

La solidité financière des partenaires assureurs du Groupe est régulièrement vérifiée, et si nécessaire un assureur est remplacé par un autre.

Les principaux programmes d'assurance coordonnés par le Groupe sont les programmes visant à couvrir les risques de dommages aux biens, pertes d'exploitation, terrorisme, construction, transport, crédit, responsabilité civile et retrait de produits.

2.2.1. Assurance de dommages aux biens et pertes d'exploitation

La plupart des activités industrielles du Groupe sont couvertes dans le cadre d'un programme mondial consolidé d'assurance de dommages aux biens et de pertes d'exploitation consécutives.

Les garanties de dommages aux biens sont délivrées à hauteur des capitaux exposés, les garanties de pertes d'exploitation couvrent la marge brute des sociétés du Groupe sur une période d'indemnisation d'une durée, selon l'exposition aux risques, de 12 à 24 mois. La limite de garantie de ce programme est de 1,75 milliard d'euros par sinistre, ce montant ayant été déterminé d'après l'analyse des sinistres maximums possibles du Groupe.

Les garanties « événements naturels », accordées dans le cadre du programme mondial d'assurance de dommages du Groupe, sont de 75 millions d'euros par sinistre et par an. Suite à une étude de modélisation du risque tremblement de terre au Japon réalisée en 2014, une garantie spécifique de 15 milliards de yens a été prise pour ce risque. Ces niveaux sont en adéquation avec les expositions des sociétés du Groupe à ces risques.

2.2.2. Assurance transport

L'ensemble des entités opérationnelles du Groupe sont couvertes par un contrat d'assurance transport « Stock et Transit ». La limite de garantie du programme est de 60 millions d'euros et correspond au risque maximal pour les transports en cours à un instant donné.

2.3. Risques financiers

2.3.1. Risque de crédit

En raison de la nature des activités, une part importante des ventes réalisées par le Groupe n'entraîne pas de risque clients. Il s'agit des ventes effectuées directement à notre clientèle par la Distribution sélective, par les activités de Mode et Maroquinerie, et dans une moindre mesure par les Montres et Joaillerie ; cette part représente approximativement 74 % des ventes de 2015.

En outre, pour les ventes non comprises dans ce chiffre, il n'existe pas de dépendance dans les différents métiers vis-à-vis d'un ou de plusieurs clients dont la perte pourrait avoir un effet significatif sur le niveau d'activité ou le résultat du Groupe. Le risque client est assuré de manière satisfaisante ; les demandes de couverture de crédit auprès des assureurs sont satisfaites à environ 88 % au 31 décembre 2015.

2.3.2. Risque de contrepartie

Le Groupe, à travers ses activités de financements, de placements et de couverture des risques de marchés, est exposé à un risque de contrepartie, principalement bancaire, qui doit être contrôlé de manière régulière et dynamique. La diversification de ce

2.2.3. Assurance responsabilité civile

Le groupe LVMH a mis en place, pour l'ensemble de ses filiales dans le monde entier, un programme d'assurance responsabilité civile et retrait de produits. Ce programme a été conçu pour répondre au mieux, compte tenu de l'offre disponible sur les marchés mondiaux d'assurance des grandes entreprises, aux risques identifiés par le Groupe. Les niveaux de couverture sont conformes à ceux des sociétés dont les activités sont comparables.

Les atteintes à l'environnement en base accidentelle et graduelle ainsi que les dommages environnementaux (Directive 2004/35 CE) sont couverts dans le cadre de ce programme.

Dans les pays où les accidents du travail ne sont pas couverts par des organismes publics, des programmes d'assurances spécifiques sont souscrits, notamment aux États-Unis. Les niveaux de couverture sont alors conformes aux obligations légales imposées par les différents États. Dans certaines conditions et limites, le Groupe couvre, directement ou à travers un contrat d'assurances, la responsabilité que ses dirigeants et collaborateurs pourraient encourir à titre personnel, individuellement ou solidairement, à l'égard de tiers en cas de faute professionnelle commise dans l'exercice de leurs fonctions.

2.2.4. Couverture des risques spéciaux

La couverture des risques politiques, la responsabilité civile des mandataires sociaux, la couverture des actes de fraude et malveillance, du risque crédit client, des actes de terrorisme, des risques de pertes ou corruptions de données informatiques, des risques liés aux projets de constructions immobiliers, ou risques liés à l'environnement sont assurées par des polices dédiées au niveau mondial ou local.

risque est un objectif important. Une attention particulière est portée aux expositions de nos contreparties bancaires aux risques financiers et souverains, ainsi qu'à leur notation qui doit refléter des signatures de premières catégories.

2.3.3. Risque de change

Une part prépondérante des ventes du Groupe est réalisée dans des monnaies autres que l'euro, en particulier le dollar US (ou devises liées au dollar US telles qu'entre autres le dollar de Hong Kong et le yuan chinois) et le yen japonais, alors que la majeure partie de ses dépenses de production est libellée en euros.

Les fluctuations de change entre l'euro et les principales devises dans lesquelles sont libellées les ventes du Groupe peuvent donc modifier significativement le montant de ces ventes et les résultats du Groupe exprimés en euros, et rendre difficiles les comparaisons de ses performances d'une année sur l'autre.

Le Groupe gère activement son exposition au risque de change, afin de réduire sa sensibilité à des variations défavorables des cours, en mettant en place des couvertures qui revêtent la

forme de ventes à terme ou de produits optionnels. Une analyse de sensibilité du résultat net à la variation des principales devises auxquelles est exposé le Groupe ainsi que les niveaux de couverture des flux prévisionnels 2016 pour les principales devises de facturation sont détaillés dans la Note 22.5 de l'annexe aux comptes consolidés.

La détention d'actifs substantiels en devises (principalement en dollar US et en franc suisse) est également créatrice d'un risque de change patrimonial. Ce risque de change peut être couvert de manière totale ou partielle par l'utilisation d'emprunts ou d'instruments à terme dans la devise de l'actif. Une analyse de l'exposition du Groupe au risque de change patrimonial est présentée dans la Note 22.5 de l'annexe aux comptes consolidés pour les principales devises concernées.

2.3.4. Risque de taux d'intérêt

L'exposition du Groupe au risque de taux peut être évaluée par le montant de sa dette nette consolidée, qui atteint 4,2 milliards d'euros au 31 décembre 2015. Après effet des instruments dérivés, l'encours de dette financière brute est de 50 % à taux fixe et de 50 % à taux variable. Une analyse de la dette financière par échéance et nature de taux ainsi qu'une analyse de la sensibilité du coût de la dette financière nette aux variations de taux d'intérêt sont présentées dans les Notes 18.5 et 18.7 de l'annexe aux comptes consolidés.

La dette du Groupe est libellée dans différentes devises, la part libellée dans des devises autres que l'euro étant la plupart du temps transformée en euro par le biais de *cross currency swaps* ; le Groupe est alors exposé principalement à l'évolution des taux d'intérêt euro. Ce risque de taux est géré par la mise en place de *swaps* ou par l'achat d'instruments optionnels (protections contre la hausse des taux) destinés à limiter les effets négatifs d'une évolution défavorable des taux.

À travers la couverture de son risque de change par des couvertures à terme ou optionnelles décrites au paragraphe 2.3.3, le Groupe est également exposé aux différentiels entre les taux euro et les taux des devises couvertes.

2.3.5. Risque des marchés actions

L'exposition du Groupe au risque des marchés actions est pour partie liée aux actions LVMH auto-détenues, essentiellement en couverture des plans de stock-options et des plans d'attribution d'actions gratuites. Les actions LVMH constituent en normes IFRS des instruments de fonds propres dont les variations de valeur n'affectent pas le compte de résultat consolidé. En outre, des titres cotés peuvent être détenus par certains des fonds dans lesquels le Groupe a investi, ou directement parmi les investissements ou les placements financiers.

Le Groupe peut utiliser des produits dérivés pour gérer ses positions, avec notamment pour objectif de réduire la sensibilité de la position à la variation des cours de bourse. Ainsi, peuvent être mises en place des couvertures de plans de rémunération liés au cours de l'action LVMH. Les produits dérivés peuvent aussi être utilisés pour disposer synthétiquement d'une position acheteuse.

2.3.6. Risque des marchés matières premières

Le Groupe, essentiellement à travers son activité Montres et Joaillerie, peut être exposé à la variation du prix de certains métaux précieux, notamment l'or. Dans certains cas et afin de sécuriser le coût de production, des couvertures peuvent être mises en place, soit en négociant le prix de livraisons prévisionnelles d'alliages avec des affineurs, ou en négociant avec des producteurs le prix de produits semi-finis, soit par l'achat de couvertures auprès de banques de première catégorie. Dans ce dernier cas, les couvertures consistent à acheter de l'or auprès de banques ou à contracter des instruments fermes ou optionnels avec livraison physique.

2.3.7. Risque de liquidité

Outre des risques de liquidité locaux en règle générale peu significatifs, l'exposition du Groupe au risque de liquidité peut être appréciée au moyen du montant de sa dette financière à moins d'un an, hors effet des instruments dérivés, nette de la trésorerie et équivalents, soit 0,2 milliard d'euros à fin 2015, ou de l'encours de son programme de billets de trésorerie, soit 2,3 milliards d'euros. Au regard du non-renouvellement éventuel de ces concours, le Groupe dispose de lignes de crédit confirmées non tirées d'un montant de 3,4 milliards d'euros.

La liquidité du Groupe résulte ainsi de l'ampleur de ses placements, de l'existence de financements à long terme, de la diversité de sa base d'investisseurs (obligations et papiers court terme), ainsi que de la qualité de ses relations bancaires, matérialisée ou non par des lignes de crédit confirmées.

Les contrats d'emprunts et dettes financières ne sont assortis d'aucune clause spécifique susceptible d'en modifier significativement les conditions.

La ventilation des passifs financiers par échéance contractuelle est présentée dans la Note 22.7 de l'annexe aux comptes consolidés.

2.3.8. Organisation de la gestion des risques de change, de taux et des marchés actions

Le Groupe applique une stratégie de gestion des risques de change et de taux destinée principalement à limiter l'impact négatif des fluctuations des monnaies ou des taux d'intérêts sur son activité ou ses investissements. Cette gestion est pour l'essentiel centralisée, que ce soit au niveau de la société mère ou de la filiale assurant la gestion centralisée de la trésorerie du Groupe. Le Groupe a mis en place une politique, des règles de gestion et des procédures très strictes pour mesurer, gérer et contrôler ces risques de marché. L'organisation de ces activités repose sur la séparation des fonctions de mesure des risques, de mise en œuvre des opérations (trésorerie et *front office*), de gestion administrative (*back office*) et de contrôle financier. Cette organisation s'appuie sur un système d'information intégré qui permet un contrôle très rapide des opérations.

Le dispositif de couverture est présenté au Comité d'audit.

Les décisions de couverture sont prises selon un processus clairement établi qui comprend des présentations régulières au Comité exécutif du Groupe, et font l'objet d'une documentation détaillée.

3. ÉLÉMENTS DE POLITIQUE FINANCIÈRE

Au cours de l'exercice, les principaux axes de la politique financière du Groupe ont été les suivants :

- L'amélioration de la structure et la flexibilité financière du Groupe, avec pour principaux indicateurs :
 - le niveau des capitaux propres : les capitaux propres avant affectation du résultat connaissent une progression de 12 % et atteignent 25,8 milliards d'euros fin 2015, contre 23,0 milliards un an auparavant ;
 - l'accès à la liquidité du Groupe grâce notamment au programme de Billets de Trésorerie qui bénéficient à la fois de taux et de spreads extrêmement attractifs, mais aussi à la capacité à faire appel de manière récurrente aux marchés obligataires sur des maturités moyen/long terme, avec des spreads d'émission à des niveaux très bas en 2015 ;
 - le maintien d'un volume important de placements de trésorerie et équivalents de trésorerie auprès de contreparties bancaires diversifiées et de premier rang : la trésorerie a bénéficié de rendements attractifs auprès de signatures de très bonne qualité, avec un souci constant de suivi dynamique du risque de contrepartie ;
 - la flexibilité financière du Groupe, grâce à un volant significatif de lignes de crédit confirmées non tirées de 3,4 milliards d'euros au total, dont un crédit syndiqué d'un montant de 2 milliards d'euros d'une maturité résiduelle de 5 ans.
- Une politique prudente de gestion des risques de change et de taux d'intérêt, avec pour objectif principal la couverture des risques générés directement ou indirectement par l'exploitation et la couverture du patrimoine du Groupe.
- Une concentration accrue des liquidités du Groupe grâce aux déploiements de « cash poolings » à travers le monde, qui assure une fluidité de ces liquidités à travers le Groupe et qui permet une gestion optimisée des excédents. De manière générale, le Groupe pratique une politique d'investissement et de placement diversifiée.

- Une politique de distribution dynamique en faveur des actionnaires, associant ceux-ci aux très bonnes performances de l'année :

- paiement d'un acompte sur le dividende 2015 de 1,35 euro dès décembre 2015 ;
- proposition de versement d'un dividende par action de 3,55 euros au titre de l'exercice (soit un solde de 2,20 euros distribuable en 2016). La distribution aux actionnaires de la société LVMH est ainsi, pour la part ordinaire, d'un montant total de 1,8 milliard d'euros au titre de l'année 2015, avant effet des actions auto-détenues.

L'endettement net s'élève à 4,2 milliards d'euros à fin 2015 contre 4,8 milliards un an auparavant. La dette nette a baissé de 0,6 milliard d'euros. Cette évolution est rendue possible par une génération de trésorerie issue des opérations d'exploitation et d'investissement (cash flow disponible) qui demeure élevée en 2015.

Le Groupe a pu profiter en 2015 de conditions de marché toujours plus favorables et maintenir un bon équilibre de dettes à court et long terme, en diminuant le coût de la dette financière nette à 78 millions d'euros en 2015, contre 115 millions d'euros en 2014.

En matière de change, les couvertures des sociétés exportatrices sous forme d'achat d'options ou de tunnels, qui permettent de se protéger contre l'impact négatif de la baisse d'une devise tout en gardant le bénéfice d'une partie de la hausse, ont continué à être privilégiées. Cette année est marquée par des devises en général très volatiles et par un renforcement notoire du dollar US. La stratégie de couverture a permis d'obtenir pour le dollar US un cours de couverture légèrement supérieur au cours moyen de la devise sur l'année. Pour ce qui concerne le yen japonais, le cours de couverture est égal au cours moyen de la devise sur l'année.

4. INVESTISSEMENTS OPÉRATIONNELS

4.1. Dépenses de communication et promotion

Sur les trois derniers exercices, les investissements en dépenses de communication ont représenté pour le Groupe dans son ensemble les montants suivants, en valeur absolue et en pourcentage des ventes :

Dépenses de communication et promotion :	2015	2014	2013
- en millions d'euros	4 017	3 484	3 310
- en % des ventes	11,3	11,5	11,4

Ces frais englobent essentiellement le coût des campagnes publicitaires, notamment lors de lancement des nouveaux produits, ainsi que le coût des opérations de relations publiques et de promotion, et des équipes de marketing responsables de l'ensemble de ces activités.

4.2. Frais de recherche et développement

En matière de recherche et développement, les investissements sur les trois derniers exercices ont été les suivants :

(en millions d'euros)	2015	2014	2013
Frais de recherche et développement	97	79	72

Ces montants couvrent principalement les dépenses de recherche scientifique et de développement des produits de soins et de maquillage dans l'activité Parfums et Cosmétiques.

4.3. Investissements industriels et dans les réseaux de distribution

Au-delà des investissements dans les domaines de la communication, de la promotion et des frais de recherche et développement, les investissements d'exploitation concernent l'amélioration et le développement des réseaux de distribution ainsi que la mise en œuvre des moyens de production adéquats.

Les acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles pour les trois derniers exercices ont été les suivantes, en valeur absolue et en pourcentage de la capacité d'autofinancement générée par l'activité du Groupe :

Acquisitions d'immobilisations incorporelles et corporelles :	2015	2014	2013
- en millions d'euros	1 974	1 769	1 725
- en % de la capacité d'autofinancement générée par l'activité	25	25	24

À l'instar des enseignes de la Distribution sélective qui gèrent directement l'ensemble de leurs points de vente, Louis Vuitton assure la distribution de ses produits exclusivement dans ses magasins. La commercialisation des produits des autres marques du Groupe est assurée par des agents, grossistes ou distributeurs pour les activités de gros, ainsi que par un réseau de magasins en propre ou de franchises pour les activités de vente au détail.

En 2015, outre les acquisitions d'actifs immobiliers, les investissements d'exploitation ont principalement porté sur les points de vente, le réseau total de magasins du Groupe étant porté en 2015 de 3 708 à 3 860. En particulier, Sephora a poursuivi le développement de son réseau mondial, qui atteint 1 626 magasins à fin 2015 contre 1 560 à fin 2014.

Dans l'activité Vins et Spiritueux, en complément des renouvellements nécessaires de barriques et d'équipements industriels, les investissements de 2015 concernent également la poursuite des investissements en Champagne (initiés en 2012) ainsi que le début de la construction d'un nouveau site de conditionnement et d'expédition chez Hennessy.

5. PRINCIPAUX ÉTABLISSEMENTS ET PROPRIÉTÉS FONCIÈRES

5.1. Production

Vins et Spiritueux

Le Groupe est propriétaire de vignobles en France et à l'international, aux superficies suivantes :

(en hectares)	2015		2014	
	Total	Dont en production	Total	Dont en production
France				
Appellation Champagne	1 836	1 641	1 838	1 645
Appellation Cognac	187	163	245	170
Vignobles bordelais	194	149	194	150
Vignobles bourguignons	11	11	11	11
International				
Californie (États-Unis)	440	261	440	304
Argentine	1 683	1 018	1 670	997
Australie, Nouvelle-Zélande	659	578	612	533
Brésil	232	78	232	69
Espagne	112	83	113	83
Chine	68	40	68	-
Inde	4	-	4	-

Dans le tableau ci-dessus, le nombre total d'hectares détenus est déterminé hors surfaces non utilisables en viticulture. La différence entre le nombre total d'hectares détenus et le nombre d'hectares en production correspond à des surfaces plantées mais non encore productives et à des surfaces en jachère.

Le Groupe possède également des bâtiments industriels, des « wineries », des caves, des entrepôts, des bureaux et des centres de visite et de réception liés à chacune de ses principales marques de Champagne ou à ses opérations de production en France, Californie, Argentine, Australie, Espagne, Brésil et Nouvelle-Zélande, ainsi que des distilleries et des entrepôts à Cognac, au Royaume-Uni et en Pologne. L'ensemble représente environ 1 950 000 m² en France et 446 000 m² à l'étranger.

Mode et Maroquinerie

Louis Vuitton est propriétaire de ses dix-sept ateliers de fabrication de maroquinerie et souliers qui se trouvent essentiellement en France ; des ateliers importants sont également situés près de Barcelone en Espagne, à Fiesso en Italie et à San Dimas en Californie. L'ensemble des ateliers et entrepôts en propriété représente environ 180 000 m².

Fendi est propriétaire en Italie de son site de production près de Florence, ainsi que de l'immeuble Palazzo Fendi à Rome regroupant la boutique historique ainsi qu'une activité hôtelière.

Céline possède également des installations de production et de logistique situées près de Florence en Italie.

L'usine de production de souliers de Berluti à Ferrare en Italie est la propriété du Groupe.

Rossimoda est propriétaire de ses bureaux et de son atelier de production Vigonza en Italie.

Loro Piana détient plusieurs ateliers de production en Italie ainsi qu'un site à Ulanbaatar en Mongolie.

Les autres installations utilisées par le groupe d'activités sont en location.

5.2. Distribution

La distribution des produits du Groupe est réalisée principalement dans des magasins exclusifs. Ce réseau de magasins est le plus souvent en location, le groupe LVMH n'étant que très exceptionnellement propriétaire des murs.

Louis Vuitton est propriétaire des murs de certains de ses magasins de Tokyo, Guam, Hawaï, Séoul, Cannes, Saint-Tropez, Gênes ; l'ensemble représente environ 8 000 m².

Céline, Fendi et Berluti sont également propriétaires de certains magasins, à Paris, en Italie et en Espagne.

Parfums et Cosmétiques

Les installations de Recherche et Développement des activités Parfums et Cosmétiques du Groupe, de fabrication et de distribution de Parfums Christian Dior, près d'Orléans en France, sont la propriété de Parfums Christian Dior, l'ensemble représentant 140 000 m².

Guerlain possède à Chartres un site de production, d'une surface de 20 000 m². Un autre centre de production à Orphin en France, d'une superficie de 10 500 m², est également la propriété de la marque.

Parfums Givenchy possède deux usines en France, à Beauvais et à Vervins, d'une surface totale de 19 000 m², cette dernière unité assurant la production à la fois des lignes de produits Givenchy et Kenzo. La société possède également des installations de logistique à Hersham au Royaume-Uni.

Make Up For Ever est propriétaire d'un site d'entreposage à Gennevilliers en France pour 2 300 m².

Montres et Joaillerie

TAG Heuer détient deux ateliers en Suisse, l'un à Cornol et l'autre à Chenevez, pour une superficie totale d'environ 4 700 m².

Zenith est propriétaire de la Manufacture où sont fabriqués ses mouvements et montres au Locle (Suisse). Les entrepôts situés en Europe sont loués.

Hublot est propriétaire de ses ateliers de production et de ses bureaux.

Bulgari est propriétaire de ses ateliers de production en Italie et en Suisse.

Les installations des autres marques du groupe d'activités, Chaumet, Fred, De Beers, Montres Dior sont en location.

Dans la Distribution sélective :

- les enseignes parisiennes du Bon Marché et de Franck et Fils sont propriétaires de leurs magasins, qui représentent des surfaces totales d'environ 80 000 m² ;
- DFS est propriétaire de ses magasins de Guam, de Saipan et d'Hawaï.

Au 31 décembre 2015, le réseau de magasins du Groupe est réparti de la façon suivante :

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

<i>(en nombre de magasins)</i>	2015	2014	2013
Mode et Maroquinerie	1 566	1 534	1 339
Parfums et Cosmétiques	203	162	123
Montres et Joaillerie	395	380	363
Distribution sélective	1 679	1 614	1 541
<i>Dont : Sephora</i>	<i>1 626</i>	<i>1 560</i>	<i>1 481</i>
<i>Autres, incluant DFS</i>	<i>53</i>	<i>54</i>	<i>60</i>
Autres	17	18	18
Total	3 860	3 708	3 384

5.3. Établissements administratifs et immeubles locatifs

Les bâtiments administratifs du Groupe sont le plus souvent en location, à l'exception de sièges sociaux de certaines marques, en particulier ceux de Louis Vuitton, Parfums Christian Dior ou Zenith.

Le Groupe détient 40 % de la société propriétaire de l'immeuble où se trouve son siège social avenue Montaigne à Paris ; le Groupe détient en outre trois immeubles à New York (environ 20 000 m²) et un immeuble à Osaka (environ 5 000 m²) hébergeant des filiales.

Enfin, le Groupe est propriétaire d'immeubles locatifs, dans le centre de Paris, ainsi qu'à Londres, qui représentent respectivement environ 50 000 m² et 9 000 m².

Le patrimoine immobilier utilisé précédemment pour l'exploitation commerciale du grand magasin parisien de La Samaritaine fait l'objet d'un projet de reconversion qui le transformera en un ensemble essentiellement constitué de bureaux, de commerces et d'un grand hôtel.

6. PLANS D'OPTIONS MIS EN PLACE PAR DES FILIALES

Néant.

7. ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE

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

8. ÉVOLUTIONS RÉCENTES ET PERSPECTIVES

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

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

RAPPORT DE GESTION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

La société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton

1.	FAITS SIGNIFICATIFS DE L'EXERCICE	46
2.	COMMENTAIRES SUR LES COMPTES	46
2.1.	Commentaires sur le bilan	46
2.2.	Résultats de la société mère et perspectives d'avenir	46
3.	AFFECTATION DU RÉSULTAT	47
4.	ACTIONNARIAT – CAPITAL SOCIAL – PLANS D'OPTIONS – ATTRIBUTIONS D'ACTIONS GRATUITES	48
4.1.	Principaux actionnaires	48
4.2.	Actions détenues par les organes de direction et de contrôle	48
4.3.	Actionnariat des salariés	48
4.4.	Plans d'options d'achat et plans d'options de souscription	48
4.5.	Attributions d'actions gratuites et d'actions gratuites de performance	51
5.	AUTORISATIONS À CARACTÈRE FINANCIER	54
5.1.	État des délégations et autorisations en cours	54
5.2.	Autorisations proposées à l'Assemblée générale	55
6.	PROGRAMMES DE RACHAT D'ACTIONS	56
6.1.	Information sur les programmes de rachat d'actions	56
6.2.	Descriptif des principales caractéristiques du programme de rachat soumis à l'autorisation de l'Assemblée générale mixte du 14 avril 2016	57
6.3.	Tableau de déclaration synthétique des opérations réalisées par l'émetteur sur ses propres titres du 1 ^{er} janvier au 31 décembre 2015	57
7.	RÉMUNÉRATIONS DES MANDATAIRES SOCIAUX	58
7.1.	Synthèse des rémunérations, des options et actions de performance attribuées aux dirigeants mandataires sociaux	58
7.2.	Récapitulatif des rémunérations de chaque dirigeant mandataire social	58
7.3.	Récapitulatif des jetons de présence, rémunérations, avantages en nature et engagements en faveur des autres mandataires sociaux	59
7.4.	Options attribuées et levées durant l'exercice par les mandataires sociaux	59
7.5.	Actions de performance attribuées durant l'exercice aux mandataires sociaux	60
7.6.	Historique des attributions d'options	62
7.7.	Historique des attributions d'actions de performance	63
7.8.	Contrat de travail, retraite spécifique, indemnités de départ et clause de non-concurrence en faveur des dirigeants mandataires sociaux	63
8.	ÉTAT RÉCAPITULATIF DES OPÉRATIONS RÉALISÉES SUR LES TITRES LVMH DURANT L'EXERCICE PAR LES DIRIGEANTS ET LES PERSONNES QUI LEUR SONT LIÉES	64
9.	GOUVERNANCE	65
9.1.	Liste des mandats et fonctions des membres du Conseil d'administration	65
9.2.	Présentation des résolutions	65
9.3.	Information sur les conventions visées à l'article L.225-102-1 du Code de commerce	66
10.	ÉLÉMENTS SUSCEPTIBLES D'AVOIR UNE INCIDENCE EN CAS D'OFFRE PUBLIQUE	67

1. FAITS SIGNIFICATIFS DE L'EXERCICE

Néant.

2. COMMENTAIRES SUR LES COMPTES

Le bilan, le compte de résultat et l'annexe de la société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SE (ci-après « LVMH » ou « la Société ») arrêtés au 31 décembre 2015 ont été établis conformément aux dispositions légales françaises, selon les mêmes principes et méthodes comptables que ceux retenus lors de l'exercice précédent.

2.1. Commentaires sur le bilan

2.1.1. Évolution du portefeuille de titres de participation

La valeur brute du portefeuille de participations s'élève à 19,7 milliards d'euros, inchangée par rapport à 2014.

2.1.2. Structure financière

LVMH a procédé en avril 2015 au remboursement de l'emprunt obligataire de 500 millions d'euros émis en 2011, et en juin 2015 au remboursement des emprunts obligataires de 200 millions de francs suisses et de 250 millions d'euros émis respectivement en 2008 et 2009.

2.1.3. Opérations de couverture

La société LVMH utilise de façon régulière des instruments financiers. Cette pratique répond aux besoins de couverture du risque de change ou de taux sur ses actifs ou passifs financiers, y compris les flux de dividendes à recevoir de participations étrangères ; chaque instrument utilisé est affecté aux soldes financiers ou opérations couverts.

En raison du rôle de LVMH au sein du Groupe, peuvent être utilisés des instruments ayant nature de couverture d'actifs nets

en devises en consolidation mais non adossés en comptes sociaux, ou adossés à des sous-jacents maintenus à taux de change historiques, tels les titres de participation.

Les contreparties des contrats de couverture sont sélectionnées en fonction de leur notation de crédit, et dans un souci de diversification.

2.1.4. Capital social

Au 31 décembre 2015, le capital social d'un montant de 152,1 millions d'euros est constitué de 507 139 110 actions entièrement libérées.

Au cours de l'exercice, 552 137 actions ont été émises du fait d'exercice d'options de souscription ; en outre 1 124 740 actions ont été annulées.

2.1.5. Informations sur les délais de paiement

Au 31 décembre 2015, les dettes fournisseurs s'élèvent à 126 millions d'euros (118 millions d'euros en 2014) et sont essentiellement non échues. Le délai de règlement moyen est de 41 jours en 2015, inchangé par rapport à 2014.

2.2. Résultats de la société mère et perspectives d'avenir

Le résultat financier de l'exercice est de 6 155,5 millions d'euros ; il était de 7 699,3 millions d'euros en 2014.

Le résultat de gestion des filiales et participations est de 6 587,4 millions d'euros en 2015, contre 8 031 millions d'euros en 2014. Cette évolution provient principalement d'une diminution des produits financiers de filiales et participations (6 604,6 millions d'euros en 2015 contre 7 359,1 millions d'euros en 2014) et de résultats de cession qui s'élevaient à 727,8 millions d'euros en 2014.

Les produits financiers de filiales et participations sont constitués de dividendes et assimilés ainsi que de la quote-part de résultat de Moët Hennessy SNC ; leur variation provient essentiellement de la diminution des dividendes versés par LV Group SA.

Le résultat financier inclut en outre le coût de la dette financière nette et des instruments dérivés de taux associés pour 59,9 millions d'euros en 2015, ainsi que les pertes sur instruments et opérations de change pour 377,7 millions d'euros en 2015.

Le résultat d'exploitation reflète les charges d'exploitation non refacturées aux filiales et participations, soit une charge de 145,3 millions d'euros en 2015, contre 139,3 millions d'euros en 2014.

Après effet positif de l'impôt sur les sociétés de 9,6 millions d'euros, intégrant l'effet du résultat d'intégration fiscale, le résultat net s'élève à 6 019,8 millions d'euros, en diminution par rapport à celui de l'exercice 2014 qui s'élevait à 7 160,5 millions d'euros.

Compte tenu des résultats de 2015 des filiales et participations détenues par la société LVMH, il est attendu en 2016 des distributions de dividendes d'un niveau satisfaisant.

Enfin, lors de l'établissement de la déclaration fiscale de la Société, aucune dépense n'a été considérée comme devant être réintégrée dans le résultat imposable ou non déductible, au sens des articles 39-4, 39-5, 54 quater et 223 quinquies du Code général des impôts.

3. AFFECTATION DU RÉSULTAT

La proposition d'affectation du montant distribuable de l'exercice est la suivante :

<i>(en euros)</i>	
Résultat comptable de l'exercice clos le 31/12/2015	6 019 768 127,07
Part disponible de la réserve légale ^(a)	17 178,09
Report à nouveau	5 553 886 543,20
Montant du résultat distribuable	11 573 671 848,36
Proposition d'affectation :	
Dividende statutaire de 5%, soit 0,015 euro par action	7 607 086,65
Dividende complémentaire de 3,535 euros par action	1 792 736 753,85
Report à nouveau	9 773 328 007,86
	11 573 671 848,36

(a) Part de la réserve légale supérieure à 10 % du capital social au 31 décembre 2015.

Pour mémoire, au 31 décembre 2015, la Société détient 4 339 921 de ses propres actions, correspondant à un montant non distribuable de 240,5 millions d'euros, équivalent au coût d'acquisition de ces actions.

Si cette affectation est retenue, le dividende global ressortira à 3,55 euros par action. Un acompte sur dividende de 1,35 euro par action ayant été distribué le 3 décembre 2015, le solde est de 2,20 euros ; celui-ci sera mis en paiement le 21 avril 2016.

Conformément à l'article 158 du Code général des impôts, ce dividende ouvre droit, pour les résidents fiscaux français personnes physiques, à un abattement de 40 %.

Enfin, dans le cas où, lors de la mise en paiement de ce solde, la Société détiendrait dans le cadre des autorisations données une partie de ses propres actions, le montant correspondant aux dividendes non versés en raison de cette détention serait affecté au compte report à nouveau.

Conformément à la loi, nous vous rappelons le montant du dividende par action versé au titre des trois derniers exercices :

Exercice <i>(en euros)</i>	Nature	Date de mise en paiement	Dividende brut	Abattement fiscal ^(a)
2014 ^(b)	Acompte	4 décembre 2014	1,25	0,50
	Solde	23 avril 2015	1,95	0,78
	Total		3,20	1,28
2013	Acompte	3 décembre 2013	1,20	0,48
	Solde	17 avril 2014	1,90	0,76
	Total		3,10	1,24
2012	Acompte	4 décembre 2012	1,10	0,44
	Solde	25 avril 2013	1,80	0,72
	Total		2,90	1,16

(a) Pour les personnes physiques ayant leur résidence fiscale en France.

(b) Hors dividende exceptionnel en nature sous forme d'actions Hermès International de 2 actions Hermès International pour 41 actions LVMH voté par l'Assemblée générale mixte du 25 novembre 2014 correspondant à un montant de 13,66 euros par action LVMH, dont 12,08 euros qualifiés fiscalement de revenu distribué et 1,58 euro qualifié fiscalement de remboursement d'apport.

4. ACTIONNARIAT – CAPITAL SOCIAL – PLANS D'OPTIONS – ATTRIBUTIONS D' ACTIONS GRATUITES

4.1. Principaux actionnaires

Au 31 décembre 2015, le Groupe Familial Arnault contrôlait directement et indirectement 46,64 % du capital et 62,90 % des droits de vote exerçables en Assemblée générale, contre respectivement 46,57 % et 62,59 % au 31 décembre 2014.

4.2. Actions détenues par les organes de direction et de contrôle

Au 31 décembre 2015, les membres du Conseil d'administration et du Comité exécutif détenaient directement, à titre personnel et au nominatif, moins de 0,1 % du capital social.

4.3. Actionnariat des salariés

Au 31 décembre 2015, les salariés de la Société et des sociétés qui lui sont liées au sens de l'article L.225-180 du Code de commerce, détenaient, dans le cadre des plans d'épargne d'entreprise, moins de 0,1 % du capital social.

4.4. Plans d'options d'achat et plans d'options de souscription

Les bénéficiaires des plans d'options sont sélectionnés selon les critères suivants : performance, potentiel de développement et contribution à un poste clé.

Quatre plans d'options de souscription ayant un solde d'options positif et mis en place par LVMH entre 2006 et 2009 étaient en vigueur au 31 décembre 2015. Le prix d'exercice des options à la date d'ouverture des plans était égal au cours de référence, calculé conformément aux dispositions légales, pour les plans ouverts depuis 2007 et à 95 % de ce même cours pour le plan de 2006. En conséquence de la distribution exceptionnelle en nature représentée par des actions Hermès International décidée par l'Assemblée générale extraordinaire du 25 novembre 2014, et pour préserver les droits des bénéficiaires, le prix d'exercice et le nombre d'options attribuées non exercées à la date du 17 décembre 2014 ont été ajustés à cette date selon les modalités fixées par la loi. Chaque plan a une durée de dix ans. Sous réserve du respect des conditions fixées par le plan, les options peuvent être exercées après un délai de quatre ans à compter de l'ouverture du plan.

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

Outre les conditions de présence dans le Groupe, l'exercice des options attribuées en 2009 était soumis à des conditions de performance liées aux trois indicateurs suivants : résultat

opérationnel courant, variation de la trésorerie issue des opérations et investissements d'exploitation et taux de marge opérationnelle courante du Groupe.

Concernant les options attribuées aux mandataires sociaux dirigeants, leurs options ne devenaient exerçables que si, au titre de trois des quatre exercices 2009 à 2012, l'un au moins de ces trois indicateurs enregistrait une variation positive par rapport à l'exercice 2008. La condition de performance a été satisfaite en 2009, 2010, 2011 et 2012.

Concernant les options attribuées aux autres bénéficiaires, elles ne devenaient exerçables que si, au titre des exercices 2009 et 2010, l'un au moins de ces indicateurs enregistrait une variation positive par rapport à l'exercice 2008. La condition de performance a été satisfaite en 2009 et 2010.

Les mandataires sociaux, dirigeants ou salariés de la Société, doivent également respecter certaines restrictions relatives à la période d'exercice de leurs options.

Pour les plans mis en place depuis 2007, le Président-directeur général et le Directeur général délégué doivent, en cas d'exercice de leurs options, conserver jusqu'à la cessation de leurs fonctions un nombre d'actions déterminé en fonction de la date de levée et correspondant à un pourcentage de leur rémunération brute globale.

4.4.1. Plans d'options d'achat

Aucun plan d'options d'achat n'était en vigueur au 31 décembre 2015.

4.4.2. Plans d'options de souscription

Date de l'Assemblée	15/05/2003	11/05/2006	11/05/2006	11/05/2006	11/05/2006	
Date du Conseil d'administration	12/05/2005	11/05/2006	10/05/2007	15/05/2008	14/05/2009	Total
Nombre total d'options attribuées à l'ouverture du plan	1 924 400	1 789 359	1 679 988	1 698 320	1 301 770	8 393 837
<i>Dont mandataires sociaux^(a)</i>	<i>862 500</i>	<i>852 500</i>	<i>805 875</i>	<i>766 000</i>	<i>541 000</i>	<i>3 827 875</i>
Bernard Arnault ^(b)	450 000	450 000	427 500	400 000	200 000	1 927 500
Antoine Arnault ^(b)	-	-	9 500	9 500	9 500	28 500
Delphine Arnault ^(b)	10 000	10 000	9 500	9 500	9 500	48 500
Nicolas Bazire ^(b)	150 000	150 000	142 500	142 500	100 000	685 000
Antonio Belloni ^(b)	150 000	150 000	142 500	142 500	100 000	685 000
Pierre Godé ^(b)	40 000	30 000	15 000	40 000	100 000	225 000
<i>Dont dix premiers salariés^(c)</i>	<i>342 375</i>	<i>339 875</i>	<i>311 544</i>	<i>346 138</i>	<i>327 013</i>	<i>1 666 945</i>
Nombre de bénéficiaires	495	520	524	545	653	
Point de départ d'exercice des options	12/05/2009	11/05/2010	10/05/2011	15/05/2012	14/05/2013	
Date d'expiration	11/05/2015	10/05/2016	09/05/2017	14/05/2018	13/05/2019	
Prix de souscription (en euros) ^{(d) (e)}	47,549	70,972	77,526	65,265	50,861	
Nombre d'options exercées ^(d)	126 228	255 638	55 141	36 241	78 889	552 137
Nombre d'options devenues caduques ^(d)	5 507	1 251	793	1 529	1 946	11 026
Nombre cumulé d'options exercées ^(d)	1 826 221	1 178 765	883 741	847 567	719 427	5 455 721
Nombre cumulé d'options caduques ^(d)	111 407	109 349	95 735	91 274	49 163	456 928
Options en vie en fin d'exercice^(d)	-	586 640	784 727	848 170	601 613	2 821 150

(a) Options attribuées aux mandataires sociaux en fonction à la date d'ouverture du plan.

(b) Mandataires sociaux en fonction au 31 décembre 2015.

(c) Options attribuées aux salariés – hors mandataires sociaux – en fonction à la date d'ouverture du plan.

(d) Après ajustements liés à la distribution exceptionnelle d'un dividende en actions Hermès International le 17 décembre 2014.

(e) Prix de souscription pour les résidents italiens :

Plans	Prix de souscription (en euros)
12/05/2005	50,258
11/05/2006	74,186
15/05/2008	65,445
14/05/2009	50,879

Au 31 décembre 2015, la dilution théorique liée à l'attribution de ces options représente 0,56 % du capital. Toutefois, LVMH procédant à l'annulation d'un nombre d'actions équivalent à celui des actions émises dans le cadre des levées, l'exercice des options de souscription n'entraîne aucune dilution pour les actionnaires.

4.4.3. Options attribuées et options levées par les dix premiers salariés du Groupe non mandataires sociaux durant l'exercice

Les informations concernant les mandataires sociaux figurent au point 7.4.

Options attribuées aux dix salariés du Groupe, non mandataires sociaux

Aucun plan d'options n'a été ouvert en 2015.

Options levées par les dix salariés du Groupe, non mandataires sociaux, ayant exercé le plus grand nombre d'options ^(a)

Société ayant attribué les options	Date du plan	Nombre d'options	Prix de souscription <i>(en euros)</i>
LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton	12/05/2005	4 235	47,549
"	11/05/2006	13 332	70,972 ^(b)
"	10/05/2007	7 126	77,526
"	15/05/2008	11 376	65,265
"	14/05/2009	15 143	50,861

(a) Après ajustement lié à la distribution exceptionnelle d'un dividende en actions Hermès International le 17 décembre 2014.

(b) Prix de souscription pour les résidents italiens : 74,186 euros.

4.5. Attributions d'actions gratuites et d'actions gratuites de performance

Les bénéficiaires des actions gratuites sont sélectionnés parmi les salariés et dirigeants des sociétés du Groupe en fonction de leur niveau de responsabilité et de leur performance individuelle.

Pour les résidents fiscaux français, les actions sont attribuées définitivement après un délai de trois ans depuis 2011. Les actions sont librement cessibles après une période complémentaire de conservation de deux ans. Les actions gratuites attribuées à des bénéficiaires ayant leur résidence fiscale à l'étranger sont définitivement attribuées et librement cessibles à l'issue d'un délai de quatre ans.

Le plan ouvert le 31 mars 2011 associe attribution d'actions gratuites et attribution d'actions gratuites de performance (« actions de performance »), dans des proportions déterminées en fonction du niveau hiérarchique et du statut du bénéficiaire. Les plans ouverts les 5 avril 2012, 25 juillet 2013, 23 octobre 2014 et 22 octobre 2015 prévoient exclusivement l'attribution d'actions de performance.

Pour les plans de 2011, 2012 et 2013, les actions de performance ne sont définitivement attribuées que si les comptes consolidés de LVMH pour l'exercice au cours duquel le plan est mis en place (exercice « N ») et l'exercice N+1 affichent une variation positive par rapport à l'exercice N-1 de l'un ou l'autre des indicateurs suivants : résultat opérationnel courant, variation de la trésorerie issue des opérations et investissements d'exploitation, taux de marge opérationnelle courante du Groupe. En ce qui concerne le plan mis en place le 31 mars 2011, la condition a été satisfaite en 2011 et 2012 et les bénéficiaires se sont vu attribuer définitivement leurs actions le 31 mars 2014 pour ceux ayant leur résidence fiscale en France et le 31 mars 2015 pour ceux ayant leur résidence fiscale hors de France. En ce qui concerne le plan mis en place le 5 avril 2012, la condition a été satisfaite en 2012 et 2013 et les bénéficiaires ayant leur résidence fiscale en France se sont vu attribuer définitivement

leurs actions le 5 avril 2015. En ce qui concerne le plan mis en place le 25 juillet 2013, la condition a été satisfaite en 2013 et 2014. Pour le plan mis en place le 23 octobre 2014, les actions de performance ne sont définitivement attribuées que si les comptes consolidés de LVMH pour l'exercice 2015 affichent une variation positive par rapport à l'exercice 2014 de l'un ou l'autre des indicateurs suivants : résultat opérationnel courant, variation de la trésorerie issue des opérations et investissements d'exploitation, taux de marge opérationnelle courante du Groupe. Cette condition a été satisfaite.

Pour le plan mis en place le 22 octobre 2015, les actions de performance ne sont définitivement attribuées que si les comptes consolidés de LVMH pour les exercices 2016 et 2017 affichent une variation positive par rapport à l'exercice 2015 de l'un ou l'autre des indicateurs suivants : résultat opérationnel courant, variation de la trésorerie issue des opérations et investissements d'exploitation, taux de marge opérationnelle courante du Groupe.

Le Président-directeur général et le Directeur général délégué doivent en cas d'attribution définitive de leurs actions, conserver jusqu'à la cessation de leurs fonctions, un nombre d'actions au nominatif pur correspondant à la moitié de la plus-value notionnelle nette d'impôts et de prélèvements sociaux calculée à la date d'attribution définitive des actions sur la base du cours d'ouverture à cette même date.

Quatre autres plans d'attribution d'actions gratuites et/ou d'actions de performance mis en place les 26 juillet 2012, 24 octobre 2013, 24 juillet 2014 et 16 avril 2015 au profit de salariés et de cadres dirigeants des sociétés du Groupe étaient en vigueur et présentaient un solde positif au 31 décembre 2015. En ce qui concerne les plans d'actions de performance, la condition a été satisfaite en 2012 et 2013 pour le plan du 26 juillet 2012, en 2013 et 2014 pour le plan du 24 octobre 2013 et en 2015 pour le plan du 16 avril 2015.

4.5.1. Plans d'actions gratuites et d'actions de performance

Date de l'Assemblée	15/05/2008	15/05/2008	31/03/2011	31/03/2011	31/03/2011
Date du Conseil d'administration	31/03/2011	31/03/2011	05/04/2012	26/07/2012	26/07/2012
	Actions gratuites	Actions de performance	Actions de performance	Actions gratuites	Actions de performance
Nombre total d'actions attribuées provisoirement à l'ouverture du plan	184 328	257 724	416 609	45 000	830
<i>Dont mandataires sociaux^(a)</i>	-	100 071	85 913	45 000	-
Bernard Arnault ^(b)	-	36 994	28 008	-	-
Antoine Arnault ^(b)	-	1 757	1 478	-	-
Delphine Arnault ^(b)	-	1 757	1 478	-	-
Nicolas Bazire ^(b)	-	18 498	15 560	-	-
Antonio Belloni ^(b)	-	18 498	15 560	-	-
Pierre Godé ^(b)	-	18 498	15 560	45 000	-
Francesco Trapani ^(b)	-	-	4 847	-	-
<i>Dont dix premiers salariés^(c)</i>	23 387	64 611	90 078	-	830
Nombre de bénéficiaires	698	712	747	1	1
Date d'attribution définitive	31/03/2014 ^(d)	31/03/2014 ^(d)	05/04/2015 ^(d)	26/07/2015 ^(d)	26/07/2015 ^(d)
Date à partir de laquelle les actions sont cessibles	31/03/2016 ^(d)	31/03/2016 ^(d)	05/04/2017 ^(d)	26/07/2017 ^(d)	26/07/2017 ^(d)
Conditions de Performance	-	Satisfaite	Satisfaite	-	Satisfaite
Nombre d'attributions devenues définitives en 2015 ^(e)	78 757	93 474	213 555	-	923
Nombre d'attributions devenues caduques en 2015 ^(e)	3 806	1 271	9 220	-	-
Nombre cumulé d'attributions définitives au 31/12/2015 ^(e)	163 785	253 688	222 935	-	923
Nombre cumulé d'attributions caduques au 31/12/2015 ^(e)	28 899	13 601	36 911	-	-
Attributions en vie en fin d'exercice^(e)	-	-	200 058	49 989	-

(a) Actions gratuites attribuées aux mandataires sociaux en fonction à la date d'attribution provisoire.

(b) Mandataires sociaux en fonction au 31 décembre 2015.

(c) Actions gratuites attribuées aux salariés – hors mandataires sociaux LVMH – en fonction à la date d'attribution provisoire.

4.5.2. Actions définitivement attribuées durant l'exercice aux dix premiers salariés du Groupe non mandataires sociaux

Les informations concernant les mandataires sociaux figurent au point 7.5.

Actions gratuites et actions de performance attribuées définitivement durant l'exercice aux dix salariés^(a) du Groupe, non mandataires sociaux, ayant reçu le plus grand nombre d'actions^(b)

Société ayant attribué les actions	Date du plan	Nombre d'actions gratuites	Nombre d'actions de performance
LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton	31/03/2011	8 544	21 555
"	05/04/2012	-	37 970

(a) Salariés en fonction à la date de l'attribution définitive.

(b) Après ajustement lié à la distribution exceptionnelle d'un dividende en actions Hermès International le 17 décembre 2014.

18/04/2013	18/04/2013	18/04/2013	18/04/2013	16/04/2015	16/04/2015	
25/07/2013	24/10/2013	24/07/2014	23/10/2014	16/04/2015	22/10/2015	
Actions de performance	Actions de performance	Actions gratuites	Actions de performance	Actions de performance	Actions de performance	Total
397 406	6 228	61 000	307 548	73 262	315 532	2 065 467
78 572	-	-	19 235	41 808	46 990	417 589
17 968	-	-	4 606	10 012	14 626	112 214
1 644	-	-	659	1 432	2 093	9 063
1 644	-	-	659	1 432	2 093	9 063
17 308	-	-	4 437	9 644	14 089	79 536
17 308	-	-	4 437	9 644	14 089	79 536
17 308	-	-	4 437	9 644	-	110 447
5 392	-	-	-	-	-	10 239
69 606	6 228	61 000	36 280	31 454	61 858	445 332
748	3	2	772	14	740	
25/07/2016 ^(d)	24/10/2016 ^(d)	24/07/2017 ^(d)	23/10/2017 ^(d)	16/04/2018 ^(d)	22/10/2018 ^(d)	
25/07/2018 ^(d)	24/10/2018 ^(d)	24/07/2019 ^(d)	23/10/2019 ^(d)	16/04/2020 ^(d)	22/10/2020 ^(d)	
Satisfaite	Satisfaite	-	Satisfaite	Satisfaite	Non applicable en 2015	
-	-	-	-	-	-	386 709
12 833	-	-	11 514	-	-	38 644
227	-	-	-	-	-	641 558
27 430	-	-	11 514	-	-	118 355
412 379	6 920	67 764	330 164	73 262	315 532	1 456 068

(d) Attribution définitive et disponibilité des actions les 31 mars 2015, 5 avril 2016, 26 juillet 2016, 25 juillet 2017, 24 octobre 2017, 24 juillet 2018, 23 octobre 2018, 16 avril 2019 et 22 octobre 2019 pour les bénéficiaires ayant leur résidence fiscale hors de France.

(e) Après ajustements liés à la distribution exceptionnelle d'un dividende en actions Hermès International le 17 décembre 2014.

5. AUTORISATIONS À CARACTÈRE FINANCIER

5.1. État des délégations et autorisations en cours

Programme de rachat d'actions (L.225-209 et suivants du Code de commerce) ^(a)

Nature	Date de l'autorisation	Échéance/ Durée	Montant autorisé	Utilisation au 31 décembre 2015
Programme de rachat d'actions Prix d'achat maximum : 250 euros	16 avril 2015 (11 ^e résol.)	15 octobre 2016 (18 mois)	10 % du capital 50 766 986 actions ^(b)	Mouvements au cours de l'exercice ^(c) Achats : 1 528 949 actions Ventes : 1 475 949 actions
Réduction du capital par annulation des actions achetées dans le cadre du programme de rachat	16 avril 2015 (13 ^e résol.)	15 octobre 2016 (18 mois)	10 % du capital par période de 24 mois 50 766 986 actions ^(b)	Actions annulées au cours de l'exercice : 4 374 022 actions

(a) Il sera proposé à l'Assemblée générale du 14 avril 2016 de renouveler ces autorisations. Voir ci-après point 5.2.

(b) Sur la base du capital statutaire au 31 décembre 2014.

(c) Mouvements entre le 16 avril 2015 et le 31 décembre 2015 mentionnés au point 6 au titre du programme de rachat d'actions adopté par l'Assemblée générale du 16 avril 2015. Voir également ci-après point 6.1.

Augmentation du capital social (L.225-129, L.225-129-2 et L.228-92 du Code de commerce)

Nature	Date de l'autorisation	Échéance/ Durée	Montant autorisé	Modalités de détermination du prix d'émission	Utilisation au 31 décembre 2015
Par incorporation de réserves (L.225-130)	16 avril 2015 (12 ^e résol.)	15 juin 2017 (26 mois)	50 millions d'euros 166 666 666 actions ^(a)	Non applicable	Néant
Avec droit préférentiel de souscription : actions ordinaires, valeurs mobilières donnant accès au capital	16 avril 2015 (14 ^e résol.)	15 juin 2017 (26 mois)	50 millions d'euros 166 666 666 actions ^{(a) (b)}	Libre	Néant
Sans droit préférentiel de souscription : actions ordinaires et valeurs mobilières donnant accès au capital					
- par offre au public (L.225-135 et suivants)	16 avril 2015 (15 ^e résol.)	15 juin 2017 (26 mois)	50 millions d'euros 166 666 666 actions ^{(a) (b)}	Au moins égal au prix minimum prévu par la réglementation ^(c)	Néant
- par placement privé (L.225-135 et suivants)	16 avril 2015 (16 ^e résol.)	15 juin 2017 (26 mois)	50 millions d'euros 166 666 666 actions ^{(a) (b)}	Au moins égal au prix minimum prévu par la réglementation ^(c)	Néant
Dans le cadre d'une offre publique d'échange (L.225-148)	16 avril 2015 (19 ^e résol.)	15 juin 2017 (26 mois)	50 millions d'euros 166 666 666 actions ^(a)	Libre	Néant
Dans le cadre d'apports en nature (L.225-147)	16 avril 2015 (20 ^e résol.)	15 juin 2017 (26 mois)	10 % du capital 50 766 986 actions ^{(a) (d)}	Libre	Néant

(a) Montant nominal maximum. Sur ce montant s'imputerait le montant nominal de toute augmentation de capital décidée en application des autres délégations de compétence.

(b) Sous réserve du respect du plafond global de 50 millions d'euros visé au (a), ce montant est susceptible d'être augmenté dans la limite de 15 % de l'émission initiale en cas de demandes excédentaires (Assemblée du 16 avril 2015, 18^e résolution) (L.225-135-1).

(c) Dans la limite de 10 % du capital, le Conseil d'administration peut fixer librement le prix d'émission sous réserve que celui-ci soit au moins égal à 90 % de la moyenne pondérée des cours des trois dernières séances de bourse précédant la fixation (Assemblée du 16 avril 2015, 17^e résolution).

(d) Sur la base du capital statutaire au 31 décembre 2014.

Actionnariat des salariés

Nature	Date de l'autorisation	Échéance/ Durée	Montant autorisé	Modalités de détermination du prix d'émission	Utilisation au 31 décembre 2015
Attribution d'options de souscription ou d'achat d'actions (L.225-177 et suivants)	16 avril 2015 (21 ^e résol.)	15 juin 2017 (26 mois)	1 % du capital 5 076 698 actions ^{(a)(b)}	Moyenne des cours des 20 dernières séances de bourse précédant la date d'attribution ^(c) , aucune décote	- attribuées : néant - attribuables : 5 076 698 options
Attribution d'actions gratuites (L.225-197-1 et suivants) ^(d)	16 avril 2015 (24 ^e résol.)	15 juin 2017 (26 mois)	1 % du capital 5 076 698 actions ^{(a)(b)}	Non applicable	- attribuées : 388 794 actions - attribuables : 4 687 904 actions
Augmentation de capital réservée aux salariés dans le cadre d'un Plan d'Épargne d'Entreprise (L.225-129-6)	16 avril 2015 (22 ^e résol.)	15 juin 2017 (26 mois)	1 % du capital 5 076 698 actions ^{(a)(b)}	Moyenne des cours des 20 dernières séances de bourse précédant la date d'attribution, décote maximum : 20 %	Néant

(a) Sous réserve du respect du plafond global de 50 millions d'euros visé ci-dessus sur lequel s'imputerait ce montant.

(b) Sur la base du capital statutaire au 31 décembre 2014.

(c) S'agissant des options d'achat, le prix ne peut être inférieur au cours moyen d'achat des actions.

(d) Il sera proposé à l'Assemblée générale du 14 avril 2016 de renouveler cette autorisation. Voir ci-après point 5.2.

5.2. Autorisations proposées à l'Assemblée générale**Programme de rachat d'actions (L.225-209 et suivants du Code de commerce)**

Nature	Résolution	Durée	Montant autorisé
Programme de rachat d'actions Prix d'achat maximum : 300 euros	17 ^e	18 mois	10 % du capital 50 698 029 actions ^(a)
Réduction du capital par annulation des actions achetées dans le cadre du programme de rachat	18 ^e	18 mois	10 % du capital par période de 24 mois 50 698 029 actions ^(a)

(a) Sur la base du capital statutaire au 31 décembre 2015.

Il vous est proposé d'autoriser votre Conseil d'administration à acquérir des actions de la Société en vue, notamment et conformément aux dispositions législatives et réglementaires en vigueur à la date d'établissement du présent rapport, de (i) l'animation du marché, (ii) leur affectation à la couverture de plans d'options sur actions, d'attributions d'actions gratuites ou de toutes autres opérations d'actionnariat salarié, (iii) leur affectation à la couverture de valeurs mobilières donnant droit à des titres de la Société, (iv) leur annulation ou (v) leur conservation et remise ultérieure à l'échange ou en paiement dans le cadre d'opérations éventuelles de croissance externe

(voir ci-après point 6 le détail des opérations réalisées dans le cadre du précédent programme). Le Conseil d'administration ne pourra, sauf autorisation préalable par l'Assemblée générale, prendre la décision de faire usage de cette autorisation à compter du dépôt par un tiers d'un projet d'offre publique visant les titres de la Société et ce jusqu'à la fin de la période d'offre.

L'autorisation de réduire le capital social par voie d'annulation des actions acquises dans le cadre du programme de rachat pourra être utilisée en vue, notamment, de compenser la dilution résultant des levées d'options de souscription d'actions.

Actionnariat des salariés

Nature	Résolution	Durée	Montant autorisé	Modalités de détermination du prix d'émission
Attribution d'actions gratuites (L.225-197-1 et suivants)	19 ^e	26 mois	1 % du capital 5 069 802 actions ^{(a)(b)}	Non applicable

(a) Sous réserve du respect du plafond global de 50 millions d'euros défini par la 23^e résolution proposée au vote des actionnaires lors de l'Assemblée générale du 16 avril 2015 sur lequel s'imputerait ce montant.

(b) Sur la base du capital statutaire au 31 décembre 2015.

Il vous est proposé de renouveler l'autorisation d'attribuer des actions gratuites aux salariés et dirigeants du Groupe. L'attribution des actions gratuites sera ainsi soumise aux dispositions de la loi du 6 août 2015 pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques. Cette autorisation permettra au

Conseil d'administration de disposer d'un mécanisme visant à fidéliser les salariés et responsables du Groupe qui contribuent le plus directement à ses résultats en les associant aux performances à venir de celui-ci.

6. PROGRAMMES DE RACHAT D'ACTIONS

6.1. Information sur les programmes de rachat d'actions

L'objet de ce paragraphe est d'informer l'Assemblée générale des opérations d'achat d'actions propres qui ont été réalisées, entre le 1^{er} janvier 2015 et le 31 décembre 2015, par la Société dans le cadre des programmes de rachat d'actions ayant été autorisés par les Assemblées générales mixtes de la Société tenues respectivement les 10 avril 2014 et 16 avril 2015.

Dans le cadre du contrat de liquidité conclu par la Société avec les sociétés Oddo & Cie Entreprise d'Investissement et Oddo

Corporate Finance le 23 septembre 2005, la Société a acquis 1 799 806 actions LVMH au cours moyen de 156,40 euros et a cédé 1 799 806 actions LVMH au cours moyen de 156,91 euros.

Ces opérations ont généré un montant de frais de 0,3 million d'euros.

Le tableau ci-dessous récapitule par finalité les opérations effectuées, en date de valeur, pendant la période du 1^{er} janvier 2015 au 31 décembre 2015 :

<i>(en nombre d'actions sauf indication contraire)</i>	Contrat de liquidité	Couverture de plans	Couverture de valeurs mobilières donnant droit à des titres de la Société	Échange ou paiement lors d'acquisitions	Actions destinées à être annulées	Total
Solde au 31 décembre 2014	95 000	5 066 804	-	-	689 566	5 851 370
Achats	270 857	-	-	-	-	270 857
Prix moyen <i>(en euros)</i>	146,10	-	-	-	-	146,10
Cessions	(323 857)	-	-	-	-	(323 857)
Prix moyen <i>(en euros)</i>	147,22	-	-	-	-	147,22
Levées d'options d'achat	-	-	-	-	-	-
Prix moyen <i>(en euros)</i>	-	-	-	-	-	-
Exercice de calls	-	-	-	-	-	-
Prix moyen <i>(en euros)</i>	-	-	-	-	-	-
Attributions d'actions gratuites	-	(385 786)	-	-	-	(385 786)
Réallocations à d'autres finalités	-	-	-	-	-	-
Annulations	-	(41 848)	-	-	-	(41 848)
Solde au 16 avril 2015	42 000	4 639 170	-	-	689 566	5 370 736
Achats	1 528 949	-	-	-	-	1 528 949
Prix moyen <i>(en euros)</i>	158,23	-	-	-	-	158,23
Cessions	(1 475 949)	-	-	-	-	(1 475 949)
Prix moyen <i>(en euros)</i>	159,03	-	-	-	-	159,03
Levées d'options d'achat	-	-	-	-	-	-
Prix moyen <i>(en euros)</i>	-	-	-	-	-	-
Exercice de calls	-	-	-	-	-	-
Prix moyen <i>(en euros)</i>	-	-	-	-	-	-
Attributions d'actions gratuites	-	(923)	-	-	-	(923)
Réallocations à d'autres finalités	-	-	-	-	-	-
Annulations	-	(393 326)	-	-	(689 566)	(1 082 892)
Solde au 31 décembre 2015	95 000	4 244 921	-	-	-	4 339 921

- La Société a procédé, entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2015, à l'annulation de 1 124 740 actions qui avaient été acquises pour annulation ou en couverture de plans d'options de souscription.

6.2. Descriptif des principales caractéristiques du programme de rachat soumis à l'autorisation de l'Assemblée générale mixte du 14 avril 2016

- Titres concernés : actions émises par LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SE.
- Part maximale du capital susceptible d'être acheté par la Société : 10 %.
- Nombre maximal d'actions propres pouvant être acquises par la Société, sur la base du nombre d'actions composant le capital au 31 décembre 2015 : 50 698 029, mais compte tenu de l'auto-détention de 4 339 921 titres, seules 46 358 108 actions propres sont susceptibles d'être achetées.
- Prix d'achat unitaire maximum : 300 euros.
- Objectifs :
 - l'achat et la vente des titres dans le cadre du contrat de liquidité mis en place par la Société ;
 - l'achat de titres en vue de leur affectation à la couverture de plans d'options sur actions, d'attributions gratuites d'actions ou de toutes autres formes d'allocations d'actions ou de rémunérations liées au cours de l'action, en faveur de salariés ou mandataires sociaux de LVMH ou d'une entreprise liée à elle dans les conditions prévues à l'article L.225-180 du Code de commerce ;
- l'annulation des titres achetés ;
- l'achat de titres en vue de leur affectation à la couverture de valeurs mobilières donnant droit à des titres de la Société notamment par conversion, présentation d'un bon, remboursement ou échange ;
- l'achat pour conservation et remise ultérieure à l'échange ou en paiement dans le cadre d'opérations éventuelles de croissance externe.
- Durée du programme : 18 mois à compter de l'Assemblée générale ordinaire du 14 avril 2016.

6.3. Tableau de déclaration synthétique des opérations réalisées par l'émetteur sur ses propres titres du 1^{er} janvier au 31 décembre 2015

Le tableau ci-après, établi conformément aux dispositions de l'instruction AMF n° 2005-06 du 22 février 2005 prise en application de l'article 241-2 du Règlement général de l'AMF, récapitule sous forme synthétique les opérations réalisées par la Société sur ses propres titres du 1^{er} janvier 2015 au 31 décembre 2015.

Au 31 décembre 2015

Pourcentage de capital auto-détenu de manière directe et indirecte	0,86 %
Nombre d'actions annulées au cours des 24 derniers mois	2 187 011
Nombre de titres détenus en portefeuille	4 339 921
Valeur comptable du portefeuille	240 551 526
Valeur de marché du portefeuille	628 854 553

	Flux bruts cumulés		Positions ouvertes au 31 décembre 2015			
	Achats	Ventes/ Transferts	Positions ouvertes à l'achat		Positions ouvertes à la vente	
			Calls achetés	Achats à terme	Calls vendus	Ventes à terme
Nombre de titres	1 799 806	3 311 255	-	-	-	-
dont :						
- contrat de liquidité	1 799 806	1 799 806	-	-	-	-
- achats en couverture de plans	-	-	-	-	-	-
- levées d'options d'achat	-	-	-	-	-	-
- exercices de calls	-	-	-	-	-	-
- attributions d'actions gratuites	-	386 709	-	-	-	-
- achats pour annulation	-	-	-	-	-	-
- annulations	-	1 124 740	-	-	-	-
Échéance maximale moyenne	-	-	-	-	-	-
Cours moyen de la transaction ^[a]						
(en euros)	156,40	156,91	-	-	-	-
Prix d'exercice moyen (en euros)	-	-	-	-	-	-
Montants ^[a] (en euros)	281 492 488	282 400 833	-	-	-	-

[a] Hors actions attribuées gratuitement et annulations.

7. RÉMUNÉRATIONS DES MANDATAIRES SOCIAUX

7.1. Synthèse des rémunérations, des options et actions de performance attribuées aux dirigeants mandataires sociaux^(a)

(en euros) Dirigeants mandataires sociaux	Rémunérations dues au titre de l'exercice		Valorisation des options attribuées au cours de l'exercice		Valorisation des actions gratuites de performance attribuées au cours de l'exercice ^(b)	
	2015	2014	2015	2014	2015	2014
Bernard Arnault	3 345 326	3 269 126	-	-	6 067 687	2 911 819
Antonio Belloni	5 559 138	5 560 718	-	-	3 548 428	508 569

(a) Rémunérations brutes et avantages en nature versés ou supportés par la Société et les sociétés contrôlées ainsi que rémunérations et avantages versés ou supportés par les sociétés Financière Jean Goujon et Christian Dior, visées à l'article L.225-102-1 du Code de commerce hors jetons de présence.

(b) Le détail des titres de capital ou donnant accès au capital attribués aux membres du Conseil d'administration au cours de l'exercice figure au point 7.5 et les conditions de performance à satisfaire pour l'attribution définitive des actions figurent au point 4.5.

7.2. Récapitulatif des rémunérations de chaque dirigeant mandataire social^(a)

Bernard Arnault

Rémunérations (en euros)	Montants dus au titre de l'exercice		Montants versés au cours de l'exercice	
	2015	2014	2015	2014
Rémunération fixe	1 145 326	1 069 126	1 145 326	1 069 126
Rémunération variable	2 200 000	2 200 000	2 200 000 ^(b)	2 200 000 ^(b)
Rémunération exceptionnelle	-	-	-	-
Jetons de présence ^(c)	116 413	118 464	116 413	208 464 ^(d)
Avantages en nature	Voiture de fonction	Voiture de fonction	Voiture de fonction	Voiture de fonction
Total	3 461 739	3 387 590	3 461 739	3 477 590

Antonio Belloni

Rémunérations (en euros)	Montants dus au titre de l'exercice		Montants versés au cours de l'exercice	
	2015	2014	2015	2014
Rémunération fixe	3 243 888	3 245 468	3 243 888	3 824 468 ^(e)
Rémunération variable	2 315 250	2 315 250	2 315 250 ^(b)	2 315 250 ^(b)
Rémunération exceptionnelle	-	-	-	-
Jetons de présence ^(c)	87 245	87 245	87 245	87 245
Avantages en nature	Voiture de fonction	Voiture de fonction	Voiture de fonction	Voiture de fonction
Total	5 646 383	5 647 963	5 646 383	6 226 963

(a) Rémunérations brutes et avantages en nature versés ou supportés par la Société et les sociétés contrôlées ainsi que rémunérations et avantages versés ou supportés par les sociétés Financière Jean Goujon et Christian Dior, visées à l'article L.225-102-1 du Code de commerce.

(b) Montants versés au titre de l'exercice précédent.

(c) Les règles d'attribution des jetons de présence au sein de la Société figurent dans le « Rapport du Président du Conseil d'administration », point 1.11.

(d) Incluant les jetons dus par LVMH au titre de l'exercice 2013 et versés en 2014.

(e) Pour des raisons administratives, une partie des montants dus en 2013 a été payée en 2014.

La politique du Groupe en matière de rémunération fixe vise à maintenir une certaine stabilité de cette partie de la rémunération. La partie variable de la rémunération versée aux mandataires sociaux dirigeants repose sur l'atteinte d'objectifs financiers d'une part, d'ordre qualitatif d'autre part. Pour le Président-directeur général, les objectifs quantitatifs et qualitatifs pèsent à part égale dans la détermination du bonus ; pour le Directeur général délégué, ils comptent respectivement pour 2/3 et 1/3. Les critères financiers sont l'évolution du chiffre d'affaires, du

résultat opérationnel et de la génération de fonds (cash flow) par rapport au budget, chacun de ces trois éléments comptant pour un tiers. Les critères qualitatifs ont été établis de manière précise mais ne sont pas rendus publics pour des raisons de confidentialité. Compte tenu du choix fait d'une stabilité des rémunérations fixes, le plafond de la partie variable est fixé à 250 % de la rémunération fixe pour le Président-directeur général, et à 150 % de celle-ci pour le Directeur général délégué.

7.3. Récapitulatif des jetons de présence, rémunérations, avantages en nature et engagements en faveur des autres mandataires sociaux ^(a)

Administrateurs <i>(en euros sauf indication contraire)</i>	Jetons de présence versés en		Rémunération fixe versée au cours de l'exercice		Rémunération variable versée au cours de l'exercice	
	2015	2014	2015	2014	2015	2014
Antoine Arnault ^{(b) (c) (d)}	55 000	56 333	693 000	600 000	350 000	150 000
Delphine Arnault ^{(b) (c) (e)}	65 339	65 982	840 000	792 355	480 000	146 667
Nicolas Bazire ^{(b) (c) (f)}	55 000	55 000	1 235 000	1 235 000	2 700 000	2 700 000
Bernadette Chirac	37 500	37 500	-	-	-	-
Nicholas Clive Worms	61 875	63 000	-	-	-	-
Charles de Croisset	90 000	76 875	-	-	-	-
Diego Della Valle	45 000	37 500	-	-	-	-
Albert Frère	67 500	52 500	-	-	-	-
Pierre Godé ^{(b) (c)}	124 763	121 465	1 220 585	1 500 000	1 000 000	1 000 000
Marie-Josée Kravis	37 500	37 500	-	-	-	-
Lord Powell of Bayswater	37 500	37 500	205 000 ^(g)	205 000 ^(g)	-	-
Marie-Laure Sauty de Chalon	45 000	33 750	-	-	-	-
Yves-Thibault de Silguy	112 500	112 500	-	-	-	-
Francesco Trapani ^{(b) (h) (i)}	45 000	45 000	-	266 666	-	1 316 667
Hubert Védrine	45 000	45 000	-	-	-	-

(a) Jetons de présence et rémunérations bruts et/ou honoraires et avantages en nature versés ou supportés par la Société et les sociétés contrôlées ainsi que rémunérations et avantages versés ou supportés par les sociétés Financière Jean Goujon et Christian Dior, visées à l'article L.225-102-1 du Code de commerce.

(b) Le détail des titres de capital ou donnant accès au capital attribués aux membres du Conseil d'administration au cours de l'exercice figure aux points 4.5 et 7.5 ci-après.

(c) Avantages en nature : voiture de fonction.

(d) Hors contrats conclus avec la société AA Conseil prévoyant une rémunération globale de 560 000 euros hors taxes en base annuelle et faisant l'objet d'une convention réglementée. Les contrats ont pris fin le 30 septembre 2015. La rémunération globale versée à la société AA Conseil au cours de l'exercice 2015 s'élève à 420 000 euros hors taxes.

(e) Plan d'intéressement à long terme.

(f) Autre avantage : complément de retraite.

(g) En livres sterling.

(h) Hors plan d'intéressement à moyen terme versé à Francesco Trapani pour un montant de 1 155 000 euros en 2014.

(i) Hors contrat de prestations de services conclu en 2015 avec la société Diavolezza Ltd dont Monsieur Trapani est actionnaire et salarié. Les honoraires versés à la société Diavolezza Ltd en 2015 s'élèvent à 940 000 euros hors taxes.

En outre, les jetons de présence bruts versés par la Société aux Censeurs en 2015 s'élèvent à :

<i>(en euros)</i>	
Paolo Bulgari	30 000
Patrick Houël	45 000
Felix G. Rohatyn	15 000

7.4. Options attribuées et levées durant l'exercice par les mandataires sociaux

Options attribuées aux mandataires sociaux de la Société

Voir également point 4.4 page 48 pour les modalités d'attribution et de conservation.

Aucun plan d'options n'a été ouvert en 2015.

Options levées par les mandataires sociaux dirigeants de la Société ^(a)

Bénéficiaires	Société ayant attribué les options	Date du plan	Nombre d'options	Prix d'exercice <i>(en euros)</i>
Bernard Arnault	LVMH	12/05/2005	64 797	47,549
	Christian Dior	12/05/2005	239 396	47,98
Antonio Belloni	LVMH	11/05/2006	139 967	70,972
	"	10/05/2007	23 000	77,526
	"	15/05/2008	2 000	65,265

(a) Après ajustement lié à la distribution exceptionnelle d'un dividende en actions Hermès International le 17 décembre 2014.

Options levées par les autres mandataires sociaux de la Société ^(a)

Bénéficiaires	Société ayant attribué les options	Date du plan	Nombre d'options	Prix d'exercice <i>(en euros)</i>
Delphine Arnault	Christian Dior	14/05/2009	6 474	47,88
Nicolas Bazire	LVMH	14/05/2009	22 000	50,861

(a) Après ajustement lié à la distribution exceptionnelle d'un dividende en actions Hermès International le 17 décembre 2014.

7.5. Actions de performance attribuées durant l'exercice aux mandataires sociaux

Voir également point 4.5 page 51 pour les modalités d'attribution et de conservation.

Actions attribuées provisoirement durant l'exercice aux mandataires sociaux dirigeants de la Société

Bénéficiaires	Société ayant attribué les actions	Date de l'Assemblée	Date du plan	Nombre d'actions de performance	% du capital	Valorisation des actions <i>(en euros)</i>
Bernard Arnault	LVMH	16/04/2015	16/04/2015	10 012	0,002	1 575 989
	"	16/04/2015	22/10/2015	14 626	0,003	2 107 753
	Christian Dior	01/12/2015	01/12/2015	14 656	0,008	2 383 945
Antonio Belloni	LVMH	16/04/2015	16/04/2015	9 644	0,002	1 518 062
	"	16/04/2015	22/10/2015	14 089	0,003	2 030 366

Actions attribuées provisoirement durant l'exercice aux autres mandataires sociaux de la Société

Bénéficiaires	Société ayant attribué les actions	Date du plan	Nombre d'actions de performance
Antoine Arnault	LVMH	16/04/2015	1 432
	"	22/10/2015	2 093
Delphine Arnault	LVMH	16/04/2015	1 432
	"	22/10/2015	2 093
	Christian Dior	01/12/2015	4 675
Nicolas Bazire	LVMH	16/04/2015	9 644
	"	22/10/2015	14 089
Pierre Godé	LVMH	16/04/2015	9 644

Actions attribuées définitivement durant l'exercice aux mandataires sociaux dirigeants de la Société ^(a)

Bénéficiaires	Société ayant attribué les actions	Date du plan	Nombre d'actions de performance
Bernard Arnault	LVMH	05/04/2012	31 113
	Christian Dior	05/04/2012	25 009
Antonio Belloni	LVMH	05/04/2012	17 285

(a) Après ajustement lié à la distribution exceptionnelle d'un dividende en actions Hermès International le 17 décembre 2014.

Actions attribuées définitivement durant l'exercice aux autres mandataires sociaux de la Société ^(a)

Bénéficiaires	Société ayant attribué les actions	Date du plan	Nombre d'actions de performance
Antoine Arnault	LVMH	05/04/2012	1 642
Delphine Arnault	LVMH	05/04/2012	1 642
	Christian Dior	05/04/2012	6 633
Nicolas Bazire	LVMH	05/04/2012	17 285
Pierre Godé	LVMH	31/03/2011	20 549

(a) Après ajustement lié à la distribution exceptionnelle d'un dividende en actions Hermès International le 17 décembre 2014.

7.6. Historique des attributions d'options

7.6.1. Plans d'options d'achat

Aucun plan d'options d'achat d'actions n'était en vigueur en 2015.

7.6.2. Plans d'options de souscription

Les conditions d'exercice des options ainsi que, pour le plan mis en place en 2009, les conditions de performance liées à l'exercice des options figurent au point 4.4.

Pour les plans mis en place depuis 2007, le Président-directeur général et le Directeur général délégué doivent, en cas d'exercice de leurs options, conserver jusqu'à la cessation de leurs fonctions un nombre d'actions déterminé en fonction de la date de levée et correspondant à un pourcentage de leur rémunération brute globale.

Date de l'Assemblée	15/05/2003	11/05/2006	11/05/2006	11/05/2006	11/05/2006	
Date du Conseil d'administration	12/05/2005	11/05/2006	10/05/2007	15/05/2008	14/05/2009	Total
Nombre total d'options attribuées à l'ouverture du plan	1 924 400	1 789 359	1 679 988	1 698 320	1 301 770	8 393 837
<i>Dont mandataires sociaux^(a)</i>	<i>862 500</i>	<i>852 500</i>	<i>805 875</i>	<i>766 000</i>	<i>541 000</i>	<i>3 827 875</i>
Bernard Arnault ^(b)	450 000	450 000	427 500	400 000	200 000	1 927 500
Antoine Arnault ^(b)	-	-	9 500	9 500	9 500	28 500
Delphine Arnault ^(b)	10 000	10 000	9 500	9 500	9 500	48 500
Nicolas Bazire ^(b)	150 000	150 000	142 500	142 500	100 000	685 000
Antonio Belloni ^(b)	150 000	150 000	142 500	142 500	100 000	685 000
Pierre Godé ^(b)	40 000	30 000	15 000	40 000	100 000	225 000
<i>Dont dix premiers salariés^(c)</i>	<i>342 375</i>	<i>339 875</i>	<i>311 544</i>	<i>346 138</i>	<i>327 013</i>	<i>1 666 945</i>
Nombre de bénéficiaires	495	520	524	545	653	
Point de départ d'exercice des options	12/05/2009	11/05/2010	10/05/2011	15/05/2012	14/05/2013	
Date d'expiration	11/05/2015	10/05/2016	09/05/2017	14/05/2018	13/05/2019	
Prix de souscription (en euros) ^(d)	47,549	70,972	77,526	65,265	50,861	

(a) Options attribuées aux mandataires sociaux en fonction à la date d'ouverture du plan.

(b) Mandataires sociaux en fonction au 31 décembre 2015.

(c) Options attribuées aux salariés – hors mandataires sociaux – en fonction à la date d'ouverture du plan.

(d) Après ajustements liés à la distribution exceptionnelle d'un dividende en actions Hermès International le 17 décembre 2014.

Prix de souscription pour les résidents italiens :

Plans	Prix de souscription (en euros)
12/05/2005	50,258
11/05/2006	74,186
15/05/2008	65,445
14/05/2009	50,879

7.7. Historique des attributions d'actions de performance

Les modalités d'attribution et les conditions de performance liées à l'attribution définitive des actions figurent au point 4.5.

Le Président-directeur général et le Directeur général délégué doivent, en cas d'attribution définitive de leurs actions, conserver jusqu'à la cessation de leurs fonctions un nombre d'actions au nominatif pur correspondant à la moitié de la plus-value notionnelle nette d'impôts et de prélèvements sociaux calculée à la date d'attribution définitive des actions sur la base du cours d'ouverture à cette même date.

Date de l'Assemblée	15/05/2008	31/03/2011	31/03/2011	18/04/2013	18/04/2013	16/04/2015	16/04/2015	
Date du Conseil d'administration	31/03/2011	05/04/2012	26/07/2012	25/07/2013	23/10/2014	16/04/2015	22/10/2015	
	Actions de performance	Actions de performance	Actions gratuites	Actions de performance	Actions de performance	Actions de performance	Actions de performance	Total
Nombre total d'actions attribuées provisoirement à l'ouverture du plan	257 724	416 609	45 000	397 406	307 548	73 262	315 532	1 813 081
<i>Dont mandataires sociaux^(a)</i>	<i>100 071</i>	<i>85 913</i>	<i>45 000</i>	<i>78 572</i>	<i>19 235</i>	<i>41 808</i>	<i>46 990</i>	<i>417 589</i>
Bernard Arnault ^(b)	36 994	28 008	-	17 968	4 606	10 012	14 626	112 214
Antoine Arnault ^(b)	1 757	1 478	-	1 644	659	1 432	2 093	9 063
Delphine Arnault ^(b)	1 757	1 478	-	1 644	659	1 432	2 093	9 063
Nicolas Bazire ^(b)	18 498	15 560	-	17 308	4 437	9 644	14 089	79 536
Antonio Belloni ^(b)	18 498	15 560	-	17 308	4 437	9 644	14 089	79 536
Pierre Godé ^(b)	18 498	15 560	45 000	17 308	4 437	9 644	-	110 447
Francesco Trapani ^(b)	-	4 847	-	5 392	-	-	-	10 239
<i>Dont dix premiers salariés^(c)</i>	<i>64 611</i>	<i>90 078</i>	<i>-</i>	<i>69 606</i>	<i>36 280</i>	<i>31 454</i>	<i>61 858</i>	<i>353 887</i>
Nombre de bénéficiaires	712	747	1	748	772	14	740	
Date d'attribution définitive	31/03/2014 ^(d)	05/04/2015 ^(d)	26/07/2015 ^(d)	25/07/2016 ^(d)	23/10/2017 ^(d)	16/04/2018 ^(d)	22/10/2018 ^(d)	
Date à partir de laquelle les actions sont cessibles	31/03/2016 ^(d)	05/04/2017 ^(d)	26/07/2017 ^(d)	25/07/2018 ^(d)	23/10/2019 ^(d)	16/04/2020 ^(d)	22/10/2020 ^(d)	
Conditions de Performance	Satisfaite	Satisfaite	-	Satisfaite	Satisfaite	Satisfaite	Non applicable en 2015	

(a) Actions gratuites attribuées aux mandataires sociaux en fonction à la date d'attribution provisoire.

(b) Mandataires sociaux en fonction au 31 décembre 2015.

(c) Actions gratuites attribuées aux salariés – hors mandataires sociaux LVMH – en fonction à la date d'attribution provisoire.

(d) Attribution définitive et disponibilité des actions les 31 mars 2015, 5 avril 2016, 26 juillet 2016, 25 juillet 2017, 23 octobre 2018, 16 avril 2019 et 22 octobre 2019 pour les bénéficiaires ayant leur résidence fiscale hors de France.

7.8. Contrat de travail, retraite spécifique, indemnités de départ et clause de non-concurrence en faveur des dirigeants mandataires sociaux

Dirigeants mandataires sociaux	Contrat de travail		Régime de retraite supplémentaire		Indemnités ou avantages dus ou susceptibles d'être dus à raison de la cessation ou du changement de fonctions		Indemnités relatives à une clause de non-concurrence	
	Oui	Non	Oui	Non	Oui	Non	Oui	Non
Bernard Arnault Président-directeur général		X	X			X		X
Antonio Belloni Directeur général délégué	X		X			X	X ^(a)	

(a) Contrat de travail suspendu pendant la durée du mandat de Directeur général délégué ; clause de non-concurrence d'une durée de douze mois figurant dans le contrat de travail, prévoyant le versement pendant chaque mois de son application d'une indemnité compensatoire égale à la rémunération mensuelle à la date de cessation des fonctions majorée du douzième du dernier bonus perçu.

La société a institué un régime de retraite à prestations définies, conformément aux dispositions prévues par l'article L.137-11 du Code de la Sécurité sociale, au bénéfice des cadres dirigeants.

Le bénéfice de la retraite complémentaire n'est acquis que si l'intéressé justifie d'une présence d'au moins six ans au sein du Comité exécutif du Groupe et liquide, simultanément à la cessation de ses fonctions dans le Groupe, l'ensemble de ses retraites acquises au titre des régimes de base et complémentaires obligatoires. Cette dernière condition n'est toutefois pas requise en cas de départ à l'initiative du Groupe après l'âge de 55 ans, sous réserve que l'intéressé n'exerce, entre son départ et la liquidation, aucune autre activité professionnelle. En outre, en cas de décès du bénéficiaire potentiel avant la liquidation de ses droits, les droits dérivés sont maintenus au profit du conjoint survivant.

Ce complément de retraite est déterminé sur la base d'une rémunération de référence égale à la moyenne des trois meilleures rémunérations annuelles perçues ou reconstituées au cours de la carrière dans le Groupe, dans la limite d'un plafond égal à trente-cinq fois le plafond annuel de la Sécurité sociale (soit 1 331 400 euros au 31 décembre 2015).

Le complément de retraite annuelle est égal à la différence entre 60 % de la rémunération de référence (soit 798 840 euros au 31 décembre 2015) et la totalité des pensions servies par les régimes de base français et étrangers, ainsi que les régimes de retraite complémentaires en France et à l'étranger. Le montant des pensions annuelles qui seraient dues aux bénéficiaires en application de ce régime serait au maximum égal à 45 % des rémunérations fixe et variable versées en 2015 et telles que déterminées selon les règles du code AFEP/MEDEF. Au 31 décembre 2015, le montant maximum de ces pensions est estimé à 670 000 euros par an. Le complément de retraite n'est acquis qu'au moment de la liquidation des droits à la retraite. Compte tenu des caractéristiques du régime institué par la Société et de leur situation personnelle, les retraites complémentaires dont Messieurs Bernard Arnault et Antonio Belloni sont susceptibles de bénéficier ne donnent plus lieu à acquisition annuelle de droits supplémentaires.

Les droits potentiels des intéressés sont financés par des cotisations versées auprès d'un organisme assureur qui sont déductibles de l'assiette de l'impôt sur les sociétés et soumises à la contribution prévue par l'article L.137-11, I, 2°, a) du Code de la Sécurité sociale, dont le taux est fixé à 24 %.

8. ÉTAT RÉCAPITULATIF DES OPÉRATIONS RÉALISÉES SUR LES TITRES LVMH DURANT L'EXERCICE PAR LES DIRIGEANTS ET LES PERSONNES QUI LEUR SONT LIÉES ^(a)

Administrateur concerné	Nature des opérations	Nombre d'actions/ de titres	Prix moyen <i>(en euros)</i>
Bernard Arnault	Achat d'actions ^(b)	64 797	47,80
Société(s) liée(s) à Bernard Arnault	Achat/Cession d'actions ^(c)	1 752 490	159,25
	Monétisation ^(d)	9 326 032	131,89
	Remboursement de prêt d'actions	5 000 000	N.A.
Nicolas Bazire	Achat d'actions ^(b)	22 000	50,86
	Cession d'actions	20 118	153,87
Antonio Belloni	Achat d'actions ^(b)	164 967	71,82
	Cession d'actions	49 967	167,38
Personne(s) liée(s) à Antonio Belloni	Cession d'actions	113 000	164,45
Société(s) liée(s) à Albert Frère	Achat d'actions	46 000	157,73
	Cession d'actions	46 000	165,45
Pierre Godé	Cession d'actions	25 000	153,93
Société(s) liée(s) à Pierre Godé	Cession d'actions	76 000	162,71

(a) Personnes liées au sens de l'article R.621-43-1 du Code monétaire et financier.

(b) Levée(s) d'options de souscription d'actions.

(c) Opérations de reclassement.

(d) Opérations de financement ou de remboursement par monétisation.

9. GOUVERNANCE

9.1. Liste des mandats et fonctions des membres du Conseil d'administration

La liste des mandats et fonctions exercés actuellement et au cours des cinq derniers exercices par chacun des membres du Conseil d'administration figure dans la partie « *Autres informations – Gouvernance* ».

9.2. Présentation des résolutions

9.2.1. Approbation des comptes annuels et des conventions réglementées

Les premiers points à l'ordre du jour portent sur :

- l'approbation des comptes : vous aurez à vous prononcer sur les comptes de la société mère LVMH (première résolution) ainsi que sur les comptes consolidés du Groupe (deuxième résolution) ;
- l'approbation des conventions réglementées (troisième résolution) : le détail de ces conventions figure dans le rapport spécial des Commissaires aux comptes ;
- l'affectation du résultat (quatrième résolution) : le dividende distribué s'élèvera à 3,55 euros par action. Compte tenu de l'acompte de 1,35 euro versé le 3 décembre 2015, un complément de 2,20 euros sera mis en paiement le 21 avril 2016.

9.2.2. Organes d'administration et de contrôle

9.2.2.1. Composition du Conseil d'administration

Il vous est proposé de :

- renouveler les mandats d'Administrateur de Madame Bernadette Chirac et de Messieurs Bernard Arnault, Charles de Croisset et Hubert Védrine (cinquième à huitième résolutions) ;
- nommer Mesdames Clara Gaymard et Natacha Valla en qualité d'Administrateur (neuvième et dixième résolutions).

9.2.2.2. Commissaires aux comptes

Les mandats des Commissaires aux comptes titulaires et suppléants arrivant à échéance à l'issue de l'Assemblée générale, il vous est proposé de :

- nommer (i) en qualité de Commissaires aux comptes titulaires la société Ernst & Young Audit en remplacement de la société Ernst & Young et Autres et le cabinet Mazars en remplacement de la société Deloitte & Associés, (ii) en qualité de Commissaire aux comptes suppléant Monsieur Philippe Castagnac en remplacement de Monsieur Denis Grison (onzième à treizième résolutions) ;
- renouveler le mandat de Commissaire aux comptes suppléant de la société Auditex (quatorzième résolution).

9.2.3. Rémunérations des dirigeants mandataires sociaux

En application de la recommandation du Code AFEP/MEDEF, il vous est demandé d'émettre un avis sur les éléments de la rémunération due ou attribuée à Messieurs Bernard Arnault et Antonio Belloni au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2015 (quinzième et seizième résolutions).

Voir également le point 7.

Récapitulatif des rémunérations de chaque dirigeant mandataire social

Bernard Arnault

Rémunérations brutes <i>(en euros)</i>	Montants dus au titre de l'exercice	Montants versés au cours de l'exercice
Rémunération fixe	1 145 326	1 145 326
Rémunération variable	2 200 000	2 200 000 ^(a)
Jetons de présence ^(b)	116 413	116 413
Avantages en nature	Voiture de fonction	Voiture de fonction
Total	3 461 739	3 461 739

Antonio Belloni

Rémunérations brutes <i>(en euros)</i>	Montants dus au titre de l'exercice	Montants versés au cours de l'exercice
Rémunération fixe	3 243 888	3 243 888
Rémunération variable	2 315 250	2 315 250 ^(a)
Jetons de présence ^(b)	87 245	87 245
Avantages en nature	Voiture de fonction	Voiture de fonction
Total	5 646 383	5 646 383

(a) Montants versés au titre de l'exercice précédent.

(b) Les règles d'attribution des jetons de présence au sein de la Société figurent dans le « *Rapport du Président du Conseil d'administration* », point 1.11.

Synthèse des rémunérations dues et des actions de performance attribuées aux dirigeants mandataires sociaux

Dirigeants <i>(en euros)</i>	Rémunération brute due au titre de l'exercice	Valorisation des actions gratuites de performance attribuées mandataires sociaux au cours de l'exercice ^(a)
Bernard Arnault	3 345 326	6 067 687
Antonio Belloni	5 559 138	3 548 428

(a) Le détail des titres de capital ou donnant accès au capital attribués aux membres du Conseil d'administration au cours de l'exercice figure au point 7.5 et les conditions de performance à satisfaire pour l'attribution définitive des actions au point 4.5.

Retraite spécifique

Pour les dirigeants mandataires sociaux, le versement de la retraite complémentaire n'est acquis que si l'intéressé justifie d'une présence d'au moins six ans au sein du Comité exécutif du Groupe et fait valoir simultanément ses droits à la retraite au titre des régimes de retraite légaux, cette dernière condition n'étant pas requise en cas de départ à l'initiative du Groupe après l'âge de 55 ans, sans reprise d'activités professionnelles jusqu'à la liquidation des retraites. Il est déterminé sur la base d'une rémunération de référence égale à la moyenne des trois rémunérations annuelles les plus élevées perçues au cours de la carrière dans le Groupe, plafonnée à trente-cinq fois le plafond annuel de la Sécurité sociale (soit 1 331 400 euros au 31 décembre 2015). Le complément de retraite annuelle est égal à la différence entre 60 % de la rémunération de référence (avec un plafond de 798 840 euros au 31 décembre 2015) et la totalité des pensions servies en France (régime général de la Sécurité sociale et régimes complémentaires de l'ARRCO et de l'AGIRC) et à l'étranger.

Au 31 décembre 2015, le montant maximum de ce complément de retraite est estimé à 670 000 euros. Il n'est acquis qu'au moment de la liquidation des droits. Compte tenu des caractéristiques du régime institué par la Société et de leur situation personnelle, les retraites complémentaires dont Messieurs Bernard Arnault et Antonio Belloni sont susceptibles de bénéficier ne donnent plus lieu à acquisition annuelle de droits supplémentaires.

9.2.4. Autorisations proposées à l'Assemblée générale

Voir également le point 5.2.

9.2.4.1. Autorisation donnée au Conseil en vue d'intervenir sur les actions de la Société

Il vous est proposé d'autoriser votre Conseil d'administration à acquérir des actions de la Société (dix-septième résolution).

9.3. Information sur les conventions visées à l'article L.225-102-1 du Code de commerce

Conformément aux dispositions du dernier alinéa de l'article L.225-102-1 du Code de commerce, nous vous informons qu'en juillet 2015 LVMH a cédé à Christian Dior Couture, pour un montant de 29 millions d'euros, ses parts dans une société détenant des droits dans un actif immobilier à Tokyo.

Les achats ainsi effectués ne pourront dépasser 10 % du capital social. Le prix unitaire d'achat des titres ne pourra excéder 300 euros. La durée de cette autorisation est fixée à dix-huit mois.

9.2.4.2. Autorisation donnée au Conseil d'administration de réduire le capital social par annulation des actions acquises dans le cadre du programme de rachat

Il vous est proposé d'autoriser votre Conseil d'administration à réduire le capital social (dix-huitième résolution) dans la limite d'un montant total de 10 % du capital actuel sur une période de vingt-quatre mois, par voie d'annulation des actions acquises dans le cadre du programme de rachat d'actions. La durée de cette autorisation est fixée à dix-huit mois.

9.2.4.3. Autorisation donnée au Conseil d'administration d'attribuer des actions gratuites aux salariés et/ou aux dirigeants du Groupe

Il vous est proposé de renouveler l'autorisation d'attribuer des actions gratuites aux salariés et dirigeants du Groupe. L'attribution des actions gratuites sera ainsi soumise aux dispositions de la loi du 6 août 2015 pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques (dix-neuvième résolution). La durée de cette autorisation est fixée à vingt-six mois.

9.2.5. Modification des statuts

Il vous est proposé d'ores et déjà et par anticipation de proroger la durée de la société, qui existe depuis le 1^{er} janvier 1923, de 99 ans à compter du 1^{er} janvier 2017, soit jusqu'au 31 décembre 2115 et de modifier en conséquence l'article 5 des statuts (vingtième résolution).

Par ailleurs, les accords conclus en 2008 pour la fabrication et la distribution des Montres Dior par Les Ateliers Horlogers Dior SA, filiale commune de Christian Dior Couture et Delano (filiale de LVMH), se sont poursuivis en 2015.

10. ÉLÉMENTS SUSCEPTIBLES D'AVOIR UNE INCIDENCE EN CAS D'OFFRE PUBLIQUE

Conformément aux dispositions de l'article L.225-100-3 du Code de commerce, sont mentionnés ci-dessous les éléments prévus par ce texte, susceptibles d'avoir une incidence en cas d'offre publique :

- structure du capital de la Société : la Société est contrôlée par le Groupe Familial Arnault qui, au 31 décembre 2015, contrôlait 46,64 % du capital et 62,90 % des droits de vote ;
- émission et rachat d'actions dans le cadre de différentes résolutions :
- l'Assemblée générale a délégué au Conseil d'administration le pouvoir :
 - d'acquérir des actions de la Société dans la limite d'un montant de 10 % du capital,
 - d'augmenter le capital social, soit avec maintien, soit avec suppression du droit préférentiel de souscription et offre

au public ou placement privé, dans la limite d'un montant nominal global de 50 millions d'euros, soit 33 % du capital actuel de la Société,

- d'augmenter le capital dans le cadre d'une offre publique d'échange ou d'apports en nature.

Ces délégations sont suspendues en période d'offre publique.

- l'Assemblée générale a en outre délégué au Conseil d'administration le pouvoir :

- d'attribuer des options de souscription d'actions ou des actions gratuites à émettre dans la limite de 1 % du capital,
- d'augmenter le capital social au profit des salariés dans la limite de 1 % du capital.

Ces délégations ne sont pas suspendues en période d'offre publique.

RAPPORT DE GESTION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Ressources Humaines

1.	NOTE MÉTHODOLOGIQUE	70
2.	RÉPARTITION ET ÉVOLUTION DE L'EFFECTIF	70
2.1.	Répartition de l'effectif	70
2.2.	Politique de recrutement : attirer une diversité de talents	72
2.3.	Mouvements : recrutements, mobilités, départs	73
3.	TEMPS DE TRAVAIL	75
3.1.	Aménagement du temps de travail	75
3.2.	Heures supplémentaires	75
3.3.	Absentéisme	76
4.	RÉMUNÉRATIONS	76
4.1.	Rémunération moyenne	76
4.2.	Frais de personnel	76
4.3.	Intéressement, participation et épargne salariale	77
5.	RESPONSABILITÉ SOCIALE	77
5.1.	L'égalité femme-homme	78
5.2.	La politique en faveur des seniors	79
5.3.	L'emploi des personnes handicapées	80
6.	DÉVELOPPEMENT DES COLLABORATEURS	81
7.	HYGIÈNE ET SÉCURITÉ	83
8.	RELATIONS PROFESSIONNELLES	84
8.1.	Représentation du personnel	84
8.2.	Œuvres sociales et prestations complémentaires	84
9.	RELATIONS AVEC LES TIERS	84
9.1.	Intégrité	85
9.2.	Collaborations avec les fournisseurs	85
9.3.	Impact territorial de l'activité en matière d'emploi et de développement régional	87
9.4.	Implication sociale territoriale	87
9.5.	Mécénat	89
10.	RESPECT DES CONVENTIONS INTERNATIONALES	89

1. NOTE MÉTHODOLOGIQUE

Depuis 2010, une formation en ligne est proposée à l'ensemble des acteurs du reporting social du Groupe. L'objet de cette formation est de familiariser les utilisateurs avec les objectifs du reporting social et d'approfondir la compréhension et la méthodologie de calcul des indicateurs critiques. Les procédures de contrôles sont également renforcées au sein de chaque entité organisationnelle. Afin d'assurer la qualité des données transmises, les Directeurs des Ressources Humaines des Maisons nomment pour chaque société sous leur responsabilité un « reporter » qui sera en charge de collecter et de déclarer l'ensemble des données sociales, mais également un « reviewer » qui aura pour responsabilité de contrôler les données déclarées et de certifier l'exactitude de celles-ci par le biais d'une signature électronique lors de la validation du questionnaire complété en ligne. C'est enfin sur la base de ces deux niveaux de validations préalables que le Directeur des Ressources Humaines de la Maison, le « supervisor », apportera sa validation finale par la signature d'une lettre d'affirmation.

Le rapprochement des entités organisationnelles et des entités légales assure la cohérence du reporting social et du reporting financier ; le périmètre du reporting social couvre ainsi la totalité des effectifs du Groupe présents dans les sociétés consolidées par intégration globale, mais ne comprend pas les effectifs des entités mises en équivalence.

Pour chaque indicateur social, une fiche descriptive précise la pertinence de l'indicateur, les définitions des données, la procédure à appliquer pour le recueil de l'information et les différents contrôles à effectuer lors de la saisie des données. D'autre part, des contrôles informatiques sont mis en place tout au long de la session de reporting afin de vérifier la fiabilité et la cohérence des informations saisies.

Les effectifs publiés ci-dessous concernent l'ensemble des sociétés consolidées au 31 décembre, incluant la part de LVMH dans les joint-ventures. Les autres indicateurs sociaux ont été calculés sur un périmètre de 626 entités organisationnelles couvrant plus de 99 % de l'effectif mondial et intègrent la totalité des collaborateurs présents au cours de l'exercice, y compris dans les joint-ventures.

Depuis l'exercice 2007, une sélection d'indicateurs du reporting social annuel du Groupe fait l'objet d'une vérification par l'un des Commissaires aux comptes. Pour l'exercice 2015, les données sociales ont été vérifiées par le Cabinet Ernst & Young, conformément à l'article R. 225-105-2 du Code de commerce. Leurs conclusions sont présentées dans un rapport à la suite du chapitre « LVMH et l'environnement » du Document de référence.

Les Maisons rendent compte annuellement de leurs actions en matière de responsabilité sociale à l'occasion d'un recensement appelé « reporting RSE », complétant le reporting social réalisé par le Groupe. Ce recensement, réalisé auprès de l'ensemble des Maisons, couvre les grands thèmes admis comme étant ceux de la responsabilité sociale : le respect des droits de l'homme, la prévention des discriminations et la diversité, le développement des compétences, les conditions de travail, l'écoute des salariés et le dialogue social, et l'implication sociale territoriale. Le formulaire de recensement précise, pour chacun de ces thèmes, les références des conventions et recommandations de l'Organisation Internationale du Travail.

Les collaborateurs de LVMH en Chine sont comptabilisés dans les effectifs CDI (11 309 au 31 décembre 2015). Même si les contrats chinois comportent une durée légale et ne sont transformés en CDI qu'après plusieurs années, le groupe LVMH considère ces personnes comme des effectifs en CDI compte tenu de la législation sociale chinoise.

2. RÉPARTITION ET ÉVOLUTION DE L'EFFECTIF

2.1. Répartition de l'effectif

L'effectif total au 31 décembre 2015 est de 125 346 collaborateurs, en augmentation de 3 % par rapport à 2014. Il se répartit en 112 319 personnes sous contrat à durée indéterminée (CDI) et 13 027 sous contrat à durée déterminée (CDD). 24 363 salariés travaillent à temps partiel, soit 19 % de l'ensemble du personnel. Les effectifs hors de France représentent 82 % des effectifs mondiaux.

L'effectif moyen total 2015 du Groupe, en équivalent temps plein (ETP), est de 109 808 personnes, en augmentation de 3 % par rapport à 2014.

Les tableaux suivants présentent la répartition de l'effectif par groupe d'activités, par région du monde et par catégorie professionnelle :

Répartition par groupe d'activités

Effectif total au 31 décembre ^(a)	2015	%	2014	%	2013	%
Vins et Spiritueux	7 050	6	7 057	6	6 921	6
Mode et Maroquinerie	33 377 ^(b)	27	33 375	28	32 149	28
Parfums et Cosmétiques	23 131 ^(b)	18	22 009	18	21 256	19
Montres et Joaillerie	7 800	6	7 625	6	7 474	7
Distribution sélective	51 920	41	49 566	41	45 277	39
Autres activités	2 068 ^(b)	2	1 657	1	1 558	1
Total	125 346	100	121 289	100	114 635	100

(a) Effectif total CDI et CDD.

(b) LVMH Métiers d'Art, comprenant deux tanneries, présenté au sein du groupe d'activités Mode et Maroquinerie jusqu'en 2014, est désormais présenté au sein du groupe Autres activités, ce qui explique la majeure partie de la progression des effectifs de ce dernier.

Répartition par zone géographique

Effectif total au 31 décembre ^(a)	2015	%	2014	%	2013	%
France	23 150	18	22 326	18	21 728	19
Europe (hors France)	29 282	23	28 439	24	27 710	24
États-Unis	30 596	24	29 284	24	26 341	23
Japon	5 859	5	5 850	5	5 726	5
Asie (hors Japon)	27 056	22	27 080	22	26 142	23
Autres marchés	9 403	8	8 310	7	6 988	6
Total	125 346	100	121 289	100	114 635	100

(a) Effectif total CDI et CDD.

Répartition par catégorie professionnelle

Effectif total au 31 décembre ^(a)	2015	%	2014	%	2013	%
Cadres	21 510	17	20 584	17	19 634	17
Techniciens, responsables d'équipe	12 077	10	11 786	10	11 197	10
Employés administratifs, personnel de vente	77 153	61	74 365	61	69 688	61
Personnel de production	14 606	12	14 554	12	14 116	12
Total	125 346	100	121 289	100	114 635	100

(a) Effectif total CDI et CDD.

Âge moyen et répartition par âge

L'âge moyen de l'effectif mondial en CDI est de 36 ans et l'âge médian est de 33 ans. Les tranches d'âge les plus jeunes sont prédominantes dans le personnel de vente, principalement en Asie, aux États-Unis et sur les Autres marchés.

(en %)	Effectif mondial	France	Europe (hors France)	États-Unis	Japon	Asie (hors Japon)	Autres marchés
Âge : moins de 25 ans	11,9	6,0	7,1	21,8	4,2	11,0	22,0
25 - 29 ans	21,4	15,7	16,4	23,1	13,4	30,2	24,2
30 - 34 ans	19,4	15,4	18,8	16,5	21,0	25,2	20,4
35 - 39 ans	14,7	14,6	17,4	10,8	25,3	13,6	13,5
40 - 44 ans	11,2	14,3	14,8	7,4	18,6	7,9	8,4
45 - 49 ans	8,4	12,1	11,3	6,7	9,5	5,4	5,1
50 - 54 ans	6,5	10,9	7,7	5,6	5,2	3,6	3,4
55 - 59 ans	4,3	8,5	4,4	4,0	2,7	2,0	1,9
60 ans et plus	2,2	2,5	2,1	4,1	0,1	1,1	1,1
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Âge moyen	36	40	38	35	37	34	33

Ancienneté moyenne et répartition par ancienneté

L'ancienneté moyenne au sein du Groupe est de 11 ans en France et varie de 4 à 8 ans dans les autres zones géographiques. Cette différence s'explique principalement par la prédominance, dans ces zones géographiques, des activités de distribution

caractérisées par un taux de turnover plus important. Elle s'explique également par l'implantation récente des sociétés du Groupe dans les pays en forte croissance, où l'on constate une plus grande fluidité de l'emploi.

(en %)	Effectif mondial	France	Europe (hors France)	États-Unis	Japon	Asie (hors Japon)	Autres marchés
Ancienneté : moins de 5 ans	58,9	37,4	48,1	73,3	41,6	71,9	77,5
5 - 9 ans	20,0	21,7	26,2	16,1	25,3	17,1	13,3
10 - 14 ans	9,0	12,9	12,4	5,8	20,2	4,6	4,2
15 - 19 ans	5,5	10,1	7,1	2,7	7,7	3,0	2,7
20 - 24 ans	2,6	5,4	3,0	1,0	3,1	1,7	0,9
25 - 29 ans	2,2	6,5	1,9	0,7	1,6	1,1	0,7
30 ans et plus	1,8	6,0	1,3	0,4	0,5	0,6	0,7
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Ancienneté moyenne	7	11	7	5	8	5	4

2.2. Politique de recrutement : attirer une diversité de talents

L'identification et le recrutement de talents sont des éléments déterminants pour la réussite à court, moyen et long terme du groupe LVMH et de chacune de ses entités. Dans cet univers hautement compétitif, où la créativité et le savoir-faire priment, il est essentiel de s'adjoindre les talents les plus performants, les plus adaptés et les plus porteurs d'avenir.

LVMH met en œuvre des plans d'action ambitieux pour mieux faire connaître les opportunités de carrière au sein de ce que le Groupe nomme son « écosystème ». Fort du rayonnement de ses Maisons, de sa croissance et de son développement à

l'international, le groupe LVMH attire naturellement des talents issus de l'univers du luxe et, au-delà, de tous les univers innovants. Il s'attache, en complément, à mieux faire connaître la grande diversité de ses métiers pour garantir l'excellence dans toutes ses filières.

Depuis de nombreuses années, le Groupe entretient des liens forts avec les écoles et les universités qui lui permettent de développer son image et celle de ses Maisons auprès des jeunes étudiants et de leur faire découvrir les métiers-clés et leurs perspectives.

En 2015, LVMH compte ainsi de nombreux partenariats privilégiés qui répondent aux enjeux majeurs du Groupe, tels que :

- la Création et le Design – avec Central Saint Martins à Londres et Parsons New School for Design à New York ;
- le Management de marques de luxe – avec l'Essec et la Chaire LVMH, l'Université Bocconi en Italie et le « Luxury Business Management Track » avec Singapore Management University ;
- l'Excellence dans l'Expérience Client – avec la création d'un nouveau partenariat avec HEC ;
- la *Supply chain* – avec Centrale Paris ;
- l'Entreprenariat Numérique – au travers d'une nouvelle collaboration avec Telecom Paris Tech.

Au-delà de ces partenariats, le groupe LVMH a également développé de nouveaux outils digitaux qui touchent une population plus large d'étudiants, optimisent l'expérience des candidats et garantissent la diversité des profils recrutés. Ainsi l'application « InMind » qui permet de digitaliser les CVs reçus sur les forums étudiants, les forums virtuels, les entretiens vidéo pré-enregistrés et la présence sur des plate-formes telles que jobteaser.com illustrent cette volonté novatrice.

LVMH a poursuivi le développement de sa présence digitale en 2015 en s'attachant notamment à décrire son « écosystème » sur les réseaux sociaux. Un effort particulier a porté notamment sur la réputation en tant qu'employeur sur LinkedIn. Cette année, selon une étude de ce principal réseau à usage professionnel, LVMH a été reconnu « groupe le plus influent du luxe par ses contenus sur LinkedIn ».

En parallèle des initiatives Groupe, plusieurs Maisons déploient régulièrement leurs propres campagnes de communication

employeur, telles Sephora, Parfums Christian Dior, Louis Vuitton et Guerlain, afin d'attirer les meilleurs candidats.

La volonté de LVMH de se donner les moyens de renforcer son image et celle de ses Maisons comme employeur de choix est largement reconnue. Ainsi les actions de l'ensemble des Maisons du Groupe ont remporté l'adhésion des étudiants d'écoles de commerce en France, qui ont nommé LVMH au premier rang des entreprises préférées pour la dixième année consécutive au classement de l'institut Universum. La réputation de la marque employeur du Groupe continue par ailleurs de progresser au sein des classements européens pour figurer parmi les premiers.

Le Code de conduite Recrutement est largement diffusé à l'ensemble des collaborateurs exerçant une activité de recrutement dans le Groupe. Il précise l'éthique du recrutement chez LVMH au travers de quatorze engagements. Un accent particulier y est mis sur la prévention de toute forme de discrimination et sur la promotion de la diversité. Il est appuyé par le déploiement de la formation « Recruter sans discriminer » par le Groupe. Depuis 2011, cette formation est obligatoire pour tous les responsables Ressources Humaines effectuant des recrutements. Des sessions spécifiques de formation se déploient progressivement pays par pays de manière à inscrire l'engagement du groupe LVMH dans le cadre des législations nationales (Italie et États-Unis en 2014). Pour vérifier l'efficacité de ce dispositif, LVMH organise depuis 2008 un contrôle continu de ses pratiques de recrutement en faisant réaliser par un cabinet indépendant des tests de discrimination de ses propres offres d'emploi publiées. La campagne 2014-2015 était mondiale. À la fin de chaque campagne, les résultats sont partagés avec les Directions des Ressources Humaines des Maisons. Les campagnes de test de discrimination permettent à la fois de contrôler le respect des engagements et de piloter le dispositif de prévention des discriminations au recrutement.

2.3. Mouvements : recrutements, mobilités, départs

En 2015, les recrutements ont concerné 27 927 personnes sous contrat à durée indéterminée dont 2 764 en France. 5 546 personnes sous contrat à durée déterminée ont été recrutées en France. Les pics saisonniers des ventes, lors des fêtes de fin d'année et des vendanges, sont deux motifs importants de recours aux contrats à durée déterminée.

Le nombre de départs de salariés en contrat à durée indéterminée, tous motifs confondus, s'élève à 24 240 en 2015, dont 46 % dans la Distribution sélective, traditionnellement caractérisée

par un taux de renouvellement important. Les principales causes de départ sont la démission (73 %), et le licenciement individuel (13 %).

Le taux de turnover global est en augmentation par rapport à 2014 et varie sensiblement selon les zones géographiques : les taux les plus élevés se rencontrent en Amérique du Nord, en Asie et sur les Autres marchés où les marchés de l'emploi restent les plus fluides.

Turnover par zone géographique

(en %)	2015	France	Europe (hors France)	États-Unis	Japon	Asie (hors Japon)	Autres marchés	2014	2013
Turnover global ^(a)	21,8	10,4	14,9	32,2	10,3	28,0	30,6	20,9	21,4
dont : turnover volontaire ^(b)	16,0	4,4	10,5	26,8	9,5	21,1	21,6	15,6	15,8
turnover involontaire ^(c)	5,2	4,7	4,0	5,1	0,7	6,7	8,9	4,8	5,2

(a) Tous motifs.

(b) Démissions.

(c) Licenciements/fins de période d'essai.

Répartition des mouvements^(a) sous contrat à durée indéterminée par groupe d'activités et zone géographique

(en nombre)	Recrutements			Départs		
	2015	2014	2013	2015	2014	2013
Vins et Spiritueux	691	809	901	720	879	654
Mode et Maroquinerie	6 241	6 359	5 676	6 171	5 692	4 895
Parfums et Cosmétiques	5 424	5 228	5 457	4 706	4 495	4 020
Montres et Joaillerie	1 321	1 342	1 221	1 245	1 240	1 529
Distribution selective	13 978	13 171	12 257	11 225	10 090	10 233
Autres activités	272	175	157	173	91	129
Total	27 927	27 084	25 669	24 240	22 487	21 460
France	2 764	2 454	2 555	2 252	2 009	2 003
Europe (hors France)	4 533	4 458	4 694	3 936	4 095	4 084
États-Unis	9 486	8 389	7 181	7 664	6 543	6 605
Japon	604	660	599	542	573	484
Asie (hors Japon)	7 360	8 057	8 079	7 382	7 136	6 656
Autres marchés	3 180	3 066	2 561	2 464	2 131	1 628
Total	27 927	27 084	25 669	24 240	22 487	21 460

(a) Sous contrat à durée indéterminée, incluant les titularisations CDD vers CDI et excluant les mobilités au sein du Groupe.

Les perspectives de carrières multiples et internationales sont au cœur de la philosophie des Ressources Humaines de LVMH. Avec plus de 2 400 mobilités de cadres, cet engagement a été tenu cette année encore. Cette dynamique est renforcée par la plate-forme interne d'offres d'emplois, nommée MOVE, hébergée sur l'Intranet du Groupe.

Le développement des Maisons sur des marchés en évolution, l'émergence de nouveaux relais de croissance, tels que le digital, nous permettent d'offrir des opportunités de carrières variées à tous les niveaux de l'organisation, et d'assurer ainsi un échange fertile de compétences entre les différents secteurs d'activités.

L'engagement et l'étroite collaboration des responsables de Ressources Humaines des différentes Maisons à travers le monde, notamment par des revues régulières de Talents ont permis de pourvoir 73 % des postes de cadres dirigeants par la promotion interne. Des rencontres de travail spécifiques ont lieu désormais pour les métiers retail, digital, finance et *Supply chain*, qui viennent s'ajouter aux 70 comités de mobilité par niveaux de

postes ou par régions. Cette démarche est soutenue par une profonde évolution des outils et Systèmes d'information dédiés à la gestion des Ressources Humaines et à l'intégration des réseaux sociaux pour accompagner de façon encore plus proactive les talents prometteurs.

Un accent particulier est mis sur la connaissance de nos collaborateurs et le suivi de leur développement. En effet, le suivi individuel des collaborateurs a été renforcé par la professionnalisation des entretiens de carrières et des entretiens annuels, donnant lieu à des formations des responsables de Ressources Humaines et les managers opérationnels dans toutes les régions du monde.

Enfin la traditionnelle revue des talents et des organisations a été conduite avec un regard particulier sur les indicateurs de diversité hommes-femmes mais aussi d'interculturalité. Cette approche a révélé un vivier de 1 000 talents-clefs constitué de 30 nationalités et 60 % de femmes parmi les « Hauts Potentiels ».

3. TEMPS DE TRAVAIL

3.1. Aménagement du temps de travail

Au niveau mondial 13 % des salariés bénéficient d'horaires variables ou aménagés et 49 % travaillent en équipe ou en horaires alternants.

Effectif mondial concerné par les différentes formes d'aménagement du temps de travail : répartition par zone géographique

Effectif concerné ^(a) (en %)	Effectif mondial	France	Europe (hors France)	États-Unis	Japon	Asie (hors Japon)	Autres marchés
Horaires variables ou aménagés	13	33	17	2	13	5	8
Temps partiel	19	9	18	45	4	4	26
Travail en équipe ou en horaires alternants	49	11	30	78	78	68	57

(a) Les pourcentages sont calculés sur l'effectif total (CDI et CDD) en France. Pour les autres régions, ils sont calculés sur l'effectif CDI à l'exception du Temps partiel où les pourcentages sont calculés sur l'effectif total.

Effectif concerné en France par les différentes formes d'aménagement du temps de travail : répartition par catégorie professionnelle

Effectif concerné ^(a) (en %)	Effectif France	Cadres	Techniciens Responsables d'équipe	Employés administratifs Personnel de vente	Personnel de production
Horaires variables ou aménagés	33	21	54	65	1
Temps partiel	9	3	7	22	6
Travail en équipe ou en horaires alternants	11	0	10	2	41
Effectif ayant bénéficié d'un repos compensateur	9	0	15	15	14

(a) Les pourcentages sont calculés sur l'effectif total (CDI et CDD).

3.2. Heures supplémentaires

La valorisation du volume d'heures supplémentaires représente 74 millions d'euros, soit en moyenne 1,6 % de la masse salariale mondiale.

Taux d'heures supplémentaires par région

(en % de la masse salariale)	Effectif mondial	France	Europe (hors France)	États-Unis	Japon	Asie (hors Japon)	Autres marchés
Heures supplémentaires	1,6	1,4	1,5	1,5	3,2	2,0	1,0

3.3. Absentéisme

Le taux global d'absentéisme au sein du Groupe, pour les contrats à durée déterminée et indéterminée, se situe à 4,8 %. Il diminue par rapport aux années précédentes (5 % en 2014 et 4,9 % en 2013). Cette légère baisse résulte en partie d'une

évolution des absences rémunérées (0,3 % contre 0,5 % en 2014). Le taux d'absentéisme dans les entités européennes est globalement deux fois plus élevé que celui constaté dans les autres régions géographiques.

Taux d'absentéisme ^(a) par région et par motif

(en %)	Effectif mondial	France	Europe (hors France)	États-Unis	Japon	Asie (hors Japon)	Autres marchés
Maladie	2,4	3,8	3,3	1,7	0,4	1,7	1,4
Accidents de travail et de trajet	0,2	0,4	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Maternité	1,5	1,3	2,6	0,6	1,3	1,4	1,2
Absences rémunérées (événements familiaux)	0,3	0,2	0,4	0,2	0,2	0,4	0,5
Absences non rémunérées	0,4	0,6	0,3	0,3	0,1	0,5	0,4
Taux global d'absentéisme	4,8	6,3	6,7	2,9	2,1	4,1	3,6

(a) Nombre de jours d'absences divisé par le nombre de jours théoriques travaillés.

4. RÉMUNÉRATIONS

Les rémunérations proposées par les Maisons du Groupe sont bien positionnées par rapport au marché afin d'attirer et motiver les talents. Des enquêtes de salaire internationales prenant en compte la spécificité des métiers et secteurs d'activités sont réalisées annuellement et permettent ainsi de veiller en permanence au bon positionnement par rapport au marché. À travers des parts variables prenant en compte la performance individuelle

et les résultats financiers de leur société d'appartenance, les cadres sont étroitement associés au succès des Maisons.

Des initiatives et outils propres à chaque entité sont mis en place afin de réduire d'éventuels écarts de salaire entre les femmes et les hommes pour une même classification professionnelle.

4.1. Rémunération moyenne

En France, la répartition de la rémunération brute moyenne mensuelle des salariés sous contrat à durée indéterminée, à temps complet et présents tout au long de l'année, est la suivante :

Effectif concerné (en %)	2015	2014	2013
Moins de 1 500 euros	1,7	1,8	2,3
1 501 à 2 250 euros	24,9	26,9	28,4
2 251 à 3 000 euros	22,4	21,8	21,1
Plus de 3 000 euros	51,0	49,5	48,2
Total	100,0	100,0	100,0

4.2. Frais de personnel

Au niveau mondial, la répartition des frais de personnel s'établit comme suit :

(en millions d'euros)	2015	2014	2013
Masse salariale brute – Contrats à durée déterminée ou indéterminée	4 611,6	4 062,0	3 643,3
Charges sociales patronales	1 161,4	1 120,5	1 023,1
Travail temporaire	218,8	185,0	166,6
Total frais de personnel	5 991,8	5 367,5	4 833,0

Le poids des frais de mise à disposition de personnel par des prestataires de service ou de travail temporaire est stable par rapport à l'année précédente et représente 6,3 % du total de la masse salariale dans le monde, charges sociales comprises.

4.3. Intéressement, participation et épargne salariale

Toutes les sociétés françaises de 50 salariés et plus disposent d'un Plan de Participation, d'Intéressement ou d'Épargne. Ces plans ont représenté en 2015 une charge globale de 176,2 millions d'euros, versée au titre de l'année 2014, en augmentation par rapport à l'année précédente. La prime de partage des profits a quant à elle été supprimée à compter du 1^{er} Janvier 2015 (conformément à l'article 19 de la loi de financement de la sécurité sociale pour 2015).

<i>(en millions d'euros)</i>	2015	2014	2013
Participation	88,9	90,6	103,5
Intéressement	69,5	51,4	71,1
Abondement aux plans d'épargne	17,8	16,0	16,1
Prime de partage des profits	0,0	14,1	13,6
Total	176,2	172,1	204,3

5. RESPONSABILITÉ SOCIALE

Dès 2003, le groupe LVMH a manifesté son attachement aux valeurs universelles en adhérant au Pacte Mondial des Nations Unies. Il s'engage à aligner ses opérations et sa stratégie sur les dix principes recensés relatifs aux droits de l'homme, aux normes du travail, à l'environnement et à la lutte contre la corruption. LVMH soutient également la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme, les principes directeurs de l'OCDE, les conventions fondamentales de l'Organisation Internationale du Travail, les objectifs de développement du millénaire, les principes d'autonomisation des femmes des Nations Unies et la Charte de la Diversité. Ces engagements sont repris dans le Code de conduite LVMH et déclinés en principes diffusés à l'ensemble des Maisons du Groupe.

LVMH a identifié quatre axes prioritaires pour toutes ses Maisons et sociétés valables partout dans le monde, tirés des échanges et interactions avec ses parties prenantes : l'attention constante portée aux conditions de travail, la prévention contre toutes les formes de discrimination, l'intégration professionnelle des personnes en situation de handicap et l'implication sociale territoriale au bénéfice des populations environnantes. Ces enjeux prioritaires pour le Groupe sont aussi les plus petits dénominateurs communs entre des Maisons évoluant dans des univers très différents. Ces enjeux précisent le cadre d'action global des Maisons et sociétés qui sont ensuite libres d'identifier d'autres enjeux spécifiques à leurs métiers et leurs environnement, et de définir leurs plans d'actions. Les Maisons déploient leur démarche de manière autonome en fonction de leur activité, de leurs enjeux humains et sociétaux et de leurs contextes locaux.

Les Maisons en rendent compte annuellement à l'occasion d'un recensement appelé « reporting RSE », complétant le reporting social réalisé par le Groupe. Ce recensement, réalisé auprès de l'ensemble des Maisons, couvre les grands thèmes admis comme étant ceux de la responsabilité sociale : le respect des droits de l'homme, la prévention des discriminations et la diversité, le développement des compétences, les conditions de travail, l'écoute des salariés et le dialogue social et l'implication sociale territoriale. Le formulaire de recensement précise, pour chacun

de ces thèmes, les références des conventions et recommandations de l'Organisation Internationale du Travail.

À leur niveau, le pilotage de la démarche de la RSE est placé sous la responsabilité de la Direction des Ressources Humaines. Elle nomme un correspondant RSE qui fait le lien avec LVMH, assure la cohérence des actions de la Maison avec la démarche Groupe et effectue le reporting RSE.

Au niveau Groupe, le déploiement des enjeux prioritaires repose sur des échanges réguliers entre la direction du développement social et les correspondants RSE en Maison réunis au sein du réseau RSE. Une à deux fois par an, les membres du réseau RSE se retrouvent pour dresser un bilan de l'année écoulée sur la base du recensement annuel, établir des priorités communes pour l'année en cours, rechercher des coopérations entre elles et partager leurs bonnes pratiques. En 2015, le réseau RSE a été rassemblé le 19 février et le 29 octobre, à Paris.

LVMH rend compte de sa démarche de responsabilité sociale dans le Rapport annuel, le Document de référence et, depuis 2012, dans le Rapport de responsabilité sociale. L'information et la sensibilisation des salariés à la RSE s'effectuent à travers le site Intranet Groupe Voices et une newsletter RSE semestrielle. Considérant la responsabilité sociale comme inhérente à toute fonction managériale, chaque nouveau manager est systématiquement sensibilisé à la RSE, à sa mise en œuvre et à son rôle lors de son intégration que ce soit à l'occasion de séminaires en salle, ou de formations en ligne.

Enfin chaque année depuis 2013, LVMH invite ses Maisons à participer au « Dîner des Maisons engagées » avec leurs parties prenantes. En présence d'Antonio Belloni, Directeur général délégué du Groupe, et de Chantal Gaemperle, Directeur des Ressources Humaines et synergies Groupe, cet événement rassemble les acteurs internes de la responsabilité sociale et les partenaires externes des Maisons et du Groupe. Il a réuni le 26 novembre 2015 plus de 330 personnes, 11 Présidents de Maison et 3 membres du Comité exécutif ainsi que de nombreux partenaires, leaders d'opinion et dirigeants d'ONG ou d'associations.

5.1. L'égalité femme-homme

La mixité professionnelle fait partie intégrante de la culture de LVMH. Les femmes représentent les trois quarts (74 %) des effectifs (CDI). Cette forte présence féminine est une caractéristique essentielle du Groupe. Elle s'explique notamment par la nature même des métiers de LVMH, très féminisés dans les Parfums et Cosmétiques (83 % de femmes), la Distribution sélective (83 % de femmes) ou la Mode et Maroquinerie (71 % de femmes). À l'opposé, les hommes sont majoritaires dans les métiers des Vins et Spiritueux où ils représentent 64 % des effectifs de ce groupe d'activités. Les femmes représentent en 2015 63 % des cadres.

Manifestation de la culture de l'égalité femme-homme du Groupe, 41 Maisons s'engagent à respecter les Women's Empowerment Principles (WEP) de l'ONU. En 2014, ce sont l'ensemble des Maisons basées aux États-Unis qui ont signé ces principes. Les sept principes d'autonomisation des femmes des Nations Unies portent notamment sur l'éducation, la formation et le développement professionnel des femmes ainsi que l'engagement en faveur de l'égalité au plus haut niveau de l'entreprise.

Lancée depuis 2007, l'initiative EllesVMH a pour mission de développer les talents féminins et les aider à accomplir pleinement leur potentiel au sein du groupe LVMH. En 2015, les actions entreprises ont permis de rassembler plus de 900 personnes autour de cet enjeu. Les réseaux régionaux EllesVMH dans les différents marchés, rassemblant des talents féminins de toutes les Maisons et Divisions, ont organisé 15 événements de développement et de networking.

Les actions organisées visent à lever les barrières les plus fréquemment identifiées comme étant un frein à l'évolution de carrière des femmes (Ambition, Self Marketing, mobilité internationale et équilibre vie professionnelle et vie personnelle).

Ainsi à Singapour le 11 juillet 2015, 50 femmes managers ont participé à un forum sur le leadership au féminin, avec des interventions de dirigeants du Groupe.

Au Royaume-Uni, au cours de l'année, plus de 150 personnes se sont réunies autour de la thématique de la mixité. Le 23 septembre, 80 personnes ont participé à une conférence sur le thème de l'ambition et de l'équilibre vie personnelle vie professionnelle, animée par des dirigeants du groupe.

Celle-ci a été suivie d'une visite privée de l'exposition Louis Vuitton « Séries 3 » permettant ainsi aux participants de développer leur réseau professionnel.

Sur ces mêmes sujets, la France a lancé un cycle de conférences appelé Odyssée animé par des managers représentant différents métiers et Maisons du groupe. En 2015 y ont participé Guerlain, Sephora, Moët Hennessy, la Maison Fred et Louis Vuitton réunissant ainsi plus de 300 personnes.

Aux États-Unis, 90 participantes ont bénéficié d'un partage d'expérience de la part de dirigeantes du Groupe et l'ensemble des actions réalisées depuis plusieurs années dans le cadre de EllesVMH a fait l'objet d'une reconnaissance par le Corporate Empowerment for Women (CEW) avec la remise d'un prix à New York le 16 octobre 2015.

LVMH suit tout particulièrement le développement de ses talents féminins lors de la revue annuelle de l'organisation, avec un ensemble d'objectifs et d'indicateurs clés. Afin de faciliter leur évolution vers des rôles exécutifs, le Groupe déploie annuellement un programme de coaching pour les talents féminins les plus prometteurs. En 2015, 30 personnes ont bénéficié de ce programme complet.

Cette formation a été déclinée au Japon de façon spécifique auprès de 11 participantes de différentes Maisons avec 3 jours de formation s'étalant sur une période de 5 mois.

Les Maisons conduisent également leurs propres initiatives :

- en Italie, Fendi a réuni 80 managers pendant une journée pour travailler sur la dimension de l'égalité hommes femmes au sein des équipes ;
- à l'occasion de la journée de la femme Guerlain a organisé au sein de son magasin du 68 Champs-Élysées une conférence sur les femmes engagées ;
- Hennessy, en France, a organisé la troisième édition de « Vignoble au féminin », un événement de partage et de développement pour les femmes vigneronnes.

En 2016, LVMH continuera ses efforts pour atteindre son objectif de représentation des femmes dans les Comités de direction fixé à 40 %. En 2015, les Comités de direction sont composés de 38 % de femmes (37 % en 2013). L'ambition de LVMH est d'assurer un environnement d'excellence où tous les talents peuvent accomplir pleinement leur potentiel. Cinq sociétés du Groupe ont à leur tête une Présidente : Krug, Fred, Loewe, Acqua di Parma et Starboard Cruise Services.

Représentativité des femmes dans les recrutements et dans les effectifs du Groupe ^(a)

(% de femmes)	Recrutements			Effectifs Groupe		
	2015	2014	2013	2015	2014	2013
Répartition par groupe d'activités						
Vins et Spiritueux	44	37	42	36	37	37
Mode et Maroquinerie	68	66	67	71	70	71
Parfums et Cosmétiques	85	84	84	83	83	83
Montres et Joaillerie	62	59	61	59	59	60
Distribution selective	85	84	82	83	82	82
Autres activités	47	57	55	44	47	47
Répartition par catégorie professionnelle						
Cadres	63	64	62	63	63	62
Techniciens/Responsables d'équipe	73	71	73	69	69	69
Employés administratifs/Personnel de vente	83	81	81	82	81	81
Personnel de production	53	42	44	60	60	61
Répartition par zone géographique						
France	70	70	73	68	68	69
Europe (hors France)	78	77	78	74	74	75
États-Unis	82	81	79	79	78	77
Japon	77	79	75	75	75	75
Asie (hors Japon)	77	73	75	76	75	75
Autres marchés	80	79	76	71	69	67
Groupe LVMH	78	77	77	74	74	74

(a) Sous contrat à durée indéterminée, incluant les mobilités et les titularisations CDD vers CDI.

5.2. La politique en faveur des seniors

Les différents métiers du Groupe font appel à des savoir-faire précieux acquis et transmis de génération en génération. La question de leur préservation et de leur transmission est donc au cœur des enjeux de la gestion des Ressources Humaines des Maisons. Les détenteurs en sont souvent des salariés seniors riches de leur savoir-faire artisanaux. Dans le monde, les plus de 50 ans représentent 13 % des collaborateurs du Groupe. Cette population représente 21,9 % de l'effectif en France.

Sous l'impulsion de la Direction des Ressources Humaines Groupe, les Maisons s'attachent à mettre en œuvre une approche globale de gestion et de développement des collaborateurs seniors. Elles ont construit leur politique en fonction de leurs caractéristiques propres, identifiées suite à la réalisation de diagnostics. En France, 23 Maisons ont pris des engagements quant à la gestion de leurs collaborateurs seniors, par la voie d'un accord ou de plan d'actions seniors et ce afin de favoriser le recrutement, l'emploi et le développement de carrière des collaborateurs âgés de plus de 50 ans. Toutes les sociétés françaises du Groupe, quelle que soit leur taille, ont négocié ou mis en place un dispositif de « contrat de génération » dans le triple objectif de développer l'accès durable des jeunes à l'emploi, de maintenir les seniors en emploi et enfin de transmettre des savoirs et l'expérience entre les générations.

En fonction de leurs contextes, les Maisons peuvent être amenées à mettre l'accent sur certaines dimensions plutôt que d'autres comme le recrutement, la formation des seniors, le transfert des savoir-faire ou la préparation du départ à la retraite. Le dispositif de prévention des discriminations déployé par le Groupe conduit naturellement les Maisons à recruter des salariés « seniors ». Fred a ainsi accueilli deux seniors parmi ses nouveaux salariés dans la vente en 2015. L'école des savoir-faire des ateliers Louis Vuitton fait appel aux seniors pour assurer le tutorat et l'école interne de fabrication de Rossimoda s'appuie sur ceux-ci pour former et ainsi transmettre leur savoir-faire et leur expérience. Si les seniors ont accumulé des savoir-faire, il s'agit aussi d'assurer le développement en continu de leurs compétences, comme le font par exemple Louis Vuitton, Guerlain ou Bvlgari. Vient ensuite le temps du départ à la retraite qui peut constituer une étape délicate à passer. Les Maisons telles que Hennessy, Hublot ou LVMH Fragrance Brands préparent leurs salariés. Des aménagements du temps de travail peuvent être proposés aux collaborateurs en fin de carrière.

Les sociétés portent également une attention particulière au maintien en emploi des seniors. Des efforts sont portés sur l'ergonomie des postes de travail, la prévention de la pénibilité et plus largement les conditions de travail des plus de 50 ans, en particulier pour les postes les plus exposés à des contraintes physiques ou psychiques dans les ateliers et les sites de production.

5.3. L'emploi des personnes handicapées

Le soutien à l'insertion professionnelle et l'emploi des personnes en situation de handicap est à l'origine de la démarche de responsabilité sociale de LVMH. Elle y garde une place prépondérante et agit comme un révélateur des valeurs portées par le Groupe : respect de la singularité de chacun et même exigence appliquée à tous.

La Mission Handicap, créée en 2007, a pour rôle de mettre en œuvre cette ambition et compte pour cela sur un réseau de 30 correspondants handicap en Maisons. Elle pilote la démarche Groupe à travers la sensibilisation des équipes et le soutien à la formation des personnes en situation de handicap. Elle œuvre également pour le recrutement et le maintien dans l'emploi à l'aide de partenariats avec des associations et des établissements œuvrant à l'insertion sociale et professionnelle des personnes en situation de handicap.

Pour diffuser largement un message d'inclusion ainsi que de compatibilité entre luxe et handicap, LVMH a célébré le 3 décembre 2015 la journée internationale des personnes handicapées. À cette occasion, 8 mini-films présentant 8 bonnes pratiques en matière d'insertion sociale et professionnelle de personnes en situation de handicap ont été diffusés dans le Groupe via une newsletter et l'Intranet Voices. Ces 8 bonnes pratiques ont été sélectionnées à la suite d'un appel à candidature mondial lancé aux Maisons au printemps 2015. 25 bonnes pratiques ont été soumises à la Mission Handicap et 8 ont donné lieu à la réalisation d'un film de 3 minutes chacun. Elles reflètent à la fois la diversité des métiers du Groupe et de ses implantations géographiques. Les bonnes pratiques retenues sont celles du groupe d'activités Montres et Joaillerie en Chine, Loewe en Espagne, Sephora aux États-Unis, Veuve Clicquot et Parfums Christian Dior en France, LVMH Montres et Joaillerie au Japon, Donna Karan au Royaume-Uni et Louis Vuitton en Russie.

Concernant la formation, LVMH a lancé en 2014 le dispositif « EXCELLhanCE », un dispositif de formation pour faciliter l'accès à l'emploi à des personnes en situation de handicap, toujours en vigueur en 2015, et pour lequel le Groupe s'est vu décerner le trophée de la diversité, catégorie formation. EXCELLhanCE bénéficie du soutien de l'AGEFIPH, partenaire de référence sur le sujet de l'emploi des personnes en situation de handicap en France, soutien qui s'est traduit par la signature d'une convention de partenariat entre le Groupe et l'AGEFIPH. Ce dispositif permet à des personnes en situation de handicap d'obtenir à la fois un diplôme, une expérience significative dans les Maisons et sociétés du groupe LVMH et des savoir-faire spécifiques à l'univers du luxe. Il s'appuie sur des formations en alternance renforcées, de 12 à 24 mois, dans trois métiers : la vente, la logistique et la gestion des Ressources Humaines. La sélection des candidats s'est faite selon le processus « Handi-Talents » basée sur des mises en situations professionnelles. Ces sessions de recrutement innovantes objectivent le recrutement et permettent d'identifier des aptitudes et des compétences transférables dans l'activité professionnelle. En 2014, 24 personnes ont pu ainsi intégrer le dispositif « EXCELLhanCE ». En 2015, la promotion « gestions des Ressources Humaines » a été

couronnée de succès avec ses 4 alternants diplômés et la promotion logistique a accueilli 3 nouveaux alternants. Les premiers alternants des promotions « vente » et « logistique » seront diplômés en 2016 et deux nouvelles promotions seront lancées à cette occasion.

Concernant le recrutement, LVMH sensibilise ses Maisons à la question du recrutement de tous les talents, valides comme en situation de handicap dans le cadre des formations obligatoires à la prévention des discriminations. Ainsi les Maisons recrutent régulièrement des personnes en situation de handicap et ce partout dans le monde comme en témoignent les 30 salariés en situation de handicap que compte Louis Vuitton au Japon. Lors des campagnes de tests de discrimination sollicités, le « handicap » fait partie des critères potentiellement testés.

Concernant le maintien dans l'emploi, les Maisons proposent des solutions pour préserver l'emploi de salariés déclarant une situation de handicap, que ce soit en aménageant leur poste ou en les accompagnant vers un changement d'activité. Moët & Chandon a créé en mars 2011 l'entreprise adaptée MHEA. Entreprise à part entière et employant 100 % de travailleurs handicapés, MHEA offre ainsi la possibilité d'accueillir dans les meilleures conditions des salariés ayant été touchés par le handicap, tout en conservant leurs conditions de rémunération. MHEA emploie en 2015 18 salariés, et une quarantaine ont pu y travailler en CDD ou en CDI depuis son ouverture, permettant ainsi leur reconversion. Les situations de maintien dans l'emploi se traitent le plus souvent au cas par cas, ainsi Hublot en Suisse a recruté un collaborateur en CDI dans le cadre d'une reconversion professionnelle pour cause de handicap suite à un grave accident.

LVMH travaille avec des structures qui accompagnent les jeunes en situation de handicap en formation et des structures d'insertion sociale et professionnelle. LVMH préside l'association ARPEJEH (Accompagner la Réalisation des Projets d'Études de Jeunes Elèves et Étudiants Handicapés), structure rassemblant une soixantaine d'entreprises autour de la formation des plus jeunes handicapés. Les collaborateurs du Groupe s'y impliquent et plus d'une soixantaine de jeunes ont bénéficié du dispositif en 2015. LVMH incite aussi ses Maisons à développer leurs relations avec le secteur protégé et adapté. Ce secteur permet à une personne connaissant une situation de handicap lourd, définitive ou passagère, d'exercer une activité dans un milieu adapté à son handicap. Au niveau du Groupe en France, les prestations confiées au secteur protégé et adapté ont représenté 6,2 millions d'euros en 2015, soit 156 emplois.

L'engagement des Maisons du Groupe s'est également démontré au travers de la signature des conventions AGEFIPH chez Veuve Clicquot et Parfums Christian Dior. La Maison Hennessy est pour sa part sous accord agréé depuis 2011, renouvelé pour une durée de 3 ans en 2013.

Cet engagement a permis de porter à fin 2015 le taux d'emploi de personnes en situation de handicap en France à 4,5 % en normes officielles (addition du taux d'emploi direct et indirect). Au niveau mondial, 1 % de salariés en situation de handicap travaillent au sein du groupe LVMH.

6. DÉVELOPPEMENT DES COLLABORATEURS

Accompagner la transformation digitale

Les évolutions liées au digital ont pour impact de modifier profondément les comportements, qu'il s'agisse de ceux des clients de l'industrie du luxe ou des collaborateurs du Groupe LVMH. Dans un souci d'accompagnement de ces changements, les équipes Executive Development et Digital ont construit et mis à la disposition des Maisons des outils spécifiques.

Avec « Digital Discovery », module de formation en ligne, les cadres ont l'opportunité d'acquérir un langage commun et un socle de connaissances essentielles sur les évolutions générées par la révolution du digital : outils, tendances, comportements clients, conjugués avec un focus sur les différences régionales. Tous les aspects clés qui ont été définis avec les experts internes sont explorés, qu'il s'agisse des grandes familles de métiers du Groupe – marketing/communication, retail ou general management – mais également de ses cinq grands secteurs d'activités.

Avec « Digital Journey » les comités de direction des Maisons du Groupe peuvent au cours d'une session spécifique, s'inspirer de nouvelles façons de travailler, expérimenter de nouvelles technologies, se familiariser avec de nouveaux outils et échanger avec des acteurs du monde digital.

Les initiatives sont aussi régionales. En Chine les équipes Ressources Humaines ont pu travailler sur l'accompagnement de l'évolution des organisations dans le cadre d'une stratégie « digital » afin d'être en mesure de recruter les bons profils digitaux et de leur offrir des parcours de carrière motivants.

Une grande partie de la formation s'effectue également au quotidien sur le lieu même du travail et n'est pas comptabilisée dans les indicateurs présentés ci-dessous :

	2015	2014	2013
Investissement formation <i>(en millions d'euros)</i>	110,6	98,2	92,5
Part de la masse salariale <i>(en %)</i>	2,4	2,4	2,5
Nombre moyen de jours de formation par salarié	2,2	2,2	2,3
Coût moyen de la formation par salarié <i>(en euros)</i>	878	804	820
Salariés formés au cours de l'année <i>(en %)</i>	61,4	59,2	63,1

Note : Les indicateurs sont calculés sur l'effectif total (CDI et CDD) présent au cours de l'exercice, à l'exception du taux de salariés formés au cours de l'année qui est calculé sur l'effectif CDI présent au 31 décembre de l'année.

L'investissement formation réalisé en 2015 par les sociétés du Groupe dans le monde a représenté un montant de 110,6 millions d'euros, soit 2,4 % de la masse salariale.

L'investissement formation moyen par personne en équivalent temps plein se situe à environ 878 euros. Au cours de l'année 2015,

Retail

Il s'agit également de développer encore les compétences retail d'un groupe présent dans le monde entier. En effet, unique par sa taille et sa qualité, le réseau de distribution LVMH constitue un élément clé dans la relation clients et dans l'expérience que les marques vont leur offrir.

C'est pourquoi, conçues à une échelle globale mais menées de manières régionales afin d'être au plus proche des besoins des Maisons, des actions d'accompagnement et de partage focalisées sur cette fonction ont été mises en place.

En Chine, l'Académie du Retail construit des programmes de développement qui sont adaptés au rythme, contraintes et contexte de la vie des boutiques : communication inter-personnelle, compréhension du luxe, accompagnement des managers dans le « coaching » de leurs collaborateurs. Ces programmes sont ouverts aux équipes managériales de toutes les marques présentes localement. Depuis sa création en 2012, plus de 300 managers ont bénéficié de cette initiative.

Aux États-Unis, des programmes spécifiques à la fonction « retail » ont été également développés. Les marques se sont regroupées en tables rondes spécifiquement dédiées afin de concevoir la formation au service client, construire ensemble des parcours de carrière et mettre au point des programmes spécifiques à l'intention des réseaux de distributions indirects. Toutes ces initiatives contribuent à la réussite des Maisons dans l'accueil et l'accompagnement de leurs clients.

le nombre total de jours de formation s'élève à 282 438 jours, soit un équivalent d'environ 1 228 personnes en formation à temps complet sur toute l'année.

61,4 % des salariés ont eu accès à la formation en 2015 et le nombre moyen de jours de formation par personne est de 2,2 jours.

L'investissement formation est réparti entre les catégories professionnelles et les zones géographiques selon le tableau ci-dessous :

	France	Europe (hors France)	États-Unis	Japon	Asie (hors Japon)	Autres marchés
Investissement formation <i>(en millions d'euros)</i>	31,2	16,6	30,8	5,0	22,3	4,6
Part de la masse salariale <i>(en %)</i>	3,0	1,6	2,6	2,1	2,6	2,1
Salariés formés au cours de l'année <i>(en %)</i>	62,5	57,5	55,7	80,0	66,8	58,4
Dont : Cadres	66,2	72,0	54,1	79,4	67,9	62,4
Techniciens et Responsables d'équipe	76,9	63,2	44,6	82,6	62,5	60,2
Employés administratifs et Personnel de vente	53,6	60,8	59,0	80,7	69,0	58,5
Personnel de production	56,0	36,6	32,5	2,0	34,6	41,7

Note : Les indicateurs sont calculés sur l'effectif total (CDI et CDD) présent au cours de l'exercice, à l'exception du taux de salariés formés au cours de l'année qui est calculé sur l'effectif CDI présent au 31 décembre de l'année.

Partager et faire connaître le Groupe à chacun

Chacune des Maisons a sa propre culture en lien avec son histoire et sa stratégie. À cette dernière s'ajoute une dimension Groupe qui est un fort vecteur d'engagement pour les collaborateurs.

Il existe déjà au sein des régions et de certains pays des programmes permettant d'accueillir les nouveaux salariés et de partager la richesse de l'écosystème LVMH pour créer ce sentiment d'appartenance Groupe.

LVMH a souhaité aller plus loin et s'assurer qu'une opportunité de découverte du Groupe est offerte à l'ensemble de ses managers en créant l'e-learning LVMH VIEW. Cette formation a été élaborée avec la collaboration des 70 Maisons et offre une première expérience du groupe LVMH et de ses marques. Cet outil interactif et ludique permet de découvrir les valeurs, les Maisons, les produits du Groupe et de faire en sorte que chaque

collaborateur puisse devenir un ambassadeur du Groupe. L'utilisateur passe de la description d'un produit à une vidéo ou un témoignage et peut jouer pour évaluer sa connaissance. Lors de son lancement en juillet 2015, tous les cadres de LVMH ont été invités à y participer quelle que soit leur ancienneté et plus de 6 000 collaborateurs se sont déjà connectés.

Aujourd'hui disponible en français et anglais, le module sera disponible en espagnol, italien, mandarin et japonais dès 2016, et l'ensemble des collaborateurs y auront accès dans un futur proche.

En outre, LVMH organise des séminaires d'intégration et de sensibilisation des nouveaux entrants à la culture du Groupe, à ses valeurs, à ses principes fondamentaux de management et à la connaissance de ses marques. 30 043 collaborateurs, en contrats à durée déterminée ou permanents, ont bénéficié de tels séminaires en 2015.

7. HYGIÈNE ET SÉCURITÉ

En 2015, il a été dénombré 1 077 accidents de travail avec arrêt qui se sont traduits par 32 306 journées de travail perdues. Le taux de fréquence est en amélioration constante depuis plusieurs années, alors que le taux de gravité augmente légèrement.

La répartition des accidents de travail avec arrêt, par groupe d'activités et par zone géographique, est la suivante :

	Nombre d'accidents	Taux de fréquence ^(a)	Taux de gravité ^(b)
Répartition par groupe d'activités			
Vins et Spiritueux	99	6,67	0,23
Mode et Maroquinerie	255	3,99	0,10
Parfums et Cosmétiques	160	3,63	0,09
Montres et Joaillerie	42	2,67	0,02
Distribution selective	488	5,65	0,20
Autres activités	33	7,72	0,21
Répartition par zone géographique			
France	505	11,13	0,35
Europe (hors France)	227	4,06	0,07
États-Unis	120	2,57	0,18
Japon	6	0,51	0,02
Asie (hors Japon)	162	3,04	0,05
Autres marchés	57	3,51	0,08
Groupe LVMH			
2015	1 077	4,70	0,14
2014	1 055	4,75	0,13
2013	941	4,80	0,12

(a) Le Taux de fréquence est égal au nombre d'accidents avec arrêt, multiplié par 1 000 000 et divisé par le nombre total d'heures travaillées^(c).

(b) Le Taux de gravité est égal au nombre de journées perdues, multiplié par 1 000 et divisé par le nombre total d'heures travaillées^(c).

(c) Pour les sociétés situées hors de France, le nombre total d'heures travaillées par salarié est estimé à 2 000 en équivalent temps plein. Cette valeur peut être légèrement différente des heures effectivement travaillées selon les pays.

Plus de 35,5 millions d'euros ont été investis en Hygiène et Sécurité en 2015. Ces sommes intègrent les dépenses de Médecine du travail, les équipements de protection et les programmes d'amélioration de la sécurité des personnes et de l'hygiène : mise en conformité des nouveaux équipements, signalisations, renouvellement des outils de protection, formation prévention incendie, réduction de l'impact du bruit.

Le montant global des dépenses et investissements relatifs à l'amélioration de l'hygiène, de la sécurité et des conditions de travail s'élève ainsi à plus de 54 millions d'euros soit 1,2 % de la masse salariale brute au niveau mondial. 34 693 personnes ont été formées à la sécurité dans les sociétés du Groupe dans le monde.

La motivation et les compétences des collaborateurs sont au cœur de l'excellence des produits et services proposés par les Maisons du Groupe. Les conditions de travail doivent leur permettre de les exprimer au mieux et de s'épanouir dans la réalisation de leurs missions. LVMH sensibilise donc ses Maisons, à travers leur Direction des Ressources Humaines, à l'importance de la préservation de la santé et de la sécurité de ses salariés. Ces

enjeux se révèlent dans la réalité des postes de travail des salariés, au plus proche de leur situation de travail, et c'est pourquoi il est laissé à la responsabilité des Maisons de déployer des démarches santé/sécurité.

Les diagnostics santé, sécurité et ergonomie sont réalisés dans les sites de production, les ateliers et les vignobles ainsi que dans les magasins et les sièges, donnant lieu à des plans d'actions structurés. Des dispositifs pour améliorer l'ergonomie des postes de travail sont déployés et les postes sont aménagés de manière à maintenir en emploi les salariés le plus longtemps possible.

Dans le cadre d'une réflexion sur le déploiement de standards en matière de couverture santé, une étude des différents dispositifs en place par pays a été lancée ainsi qu'une première réflexion sur la mise en place d'un socle commun.

L'équilibre vie professionnelle – vie privée est l'une des autres composantes essentielles à la qualité de vie au travail sur laquelle s'appuient les Maisons du Groupe. Les dispositifs de conciergerie d'entreprise ou de mise à disposition de places en crèche se répandent dans le Groupe.

8. RELATIONS PROFESSIONNELLES

8.1. Représentation du personnel

Au niveau des Maisons

En France, les sociétés du Groupe sont dotées, cumulativement ou non en fonction de leurs effectifs, de Comités d'entreprise, Délégation Unique du Personnel, Délégués du personnel ainsi que de Comités d'Hygiène, de Sécurité et des Conditions de Travail.

Au cours de l'année 2015, les représentants du personnel ont participé à 1 709 réunions :

Nature des réunions	Nombre
Comité d'entreprise	579
Délégués du personnel	507
Comité d'Hygiène, de Sécurité et des Conditions de Travail	351
Autres	272
Total	1 709

Ces réunions ont notamment permis la signature de 105 accords d'entreprise. En France, les Maisons Moët & Chandon, Veuve Clicquot, Hennessy, Sephora et Guerlain ont signé en particulier des accords en matière de santé et de sécurité au travail applicables en 2015. Il y a notamment un accord qualité de vie qui a été signé chez Veuve Clicquot le 1^{er} décembre 2015 et un accord travail le dimanche chez Guerlain le 17 décembre 2015.

8.2. Œuvres sociales et prestations complémentaires

En 2015, en France, les différentes sociétés du Groupe ont consacré un budget de plus de 19,8 millions d'euros, soit 1,9 % de la masse salariale, à des activités sociales et culturelles par leur contribution aux Comités d'entreprise.

Au niveau Groupe

Le Comité de Groupe a été instauré en 1985. Cette instance composée actuellement de 29 membres se réunit chaque année en session plénière. Les élus sont informés et dialoguent avec les Présidents de toutes les branches d'activités du Groupe sur les orientations stratégiques, les enjeux économiques et financiers et les aspects emplois du Groupe.

Au niveau Européen

Le groupe LVMH ayant acquis ces dernières années une dimension européenne affirmée, l'évolution vers une structure juridique de Société Européenne était le prolongement naturel de la réalité économique de l'activité de LVMH. C'est dans ce contexte qu'a été créé le Comité de la Société Européenne LVMH SE, structure composée de 28 membres issus des 21 pays européens où le Groupe est présent. Il s'agit d'une instance représentative dont les règles ont été arrêtées par un accord signé à l'unanimité le 7 juillet 2014 par des représentants du personnel élus originaires de ces 21 pays et par la Direction du Groupe. La première réunion plénière du Comité de la Société Européenne LVMH SE s'est tenue le 26 mars 2015. La prochaine aura lieu le 7 avril 2016.

Cette instance vient compléter le dispositif de représentation sociale qui comprend les Comités d'Entreprises qui, conformément à la culture de décentralisation du Groupe, traitent de l'essentiel des aspects sociaux. En effet, le Comité de la Société Européenne est en charge des sujets transnationaux à l'échelle européenne.

Les frais de restauration du personnel représentent un budget de 21,8 millions d'euros.

9. RELATIONS AVEC LES TIERS

Le Groupe LVMH a, dès 2003, adhéré au Pacte Mondial des Nations Unies. Ce dernier et la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme ont inspiré la rédaction du Code de conduite adopté par le Groupe et très largement diffusé à l'ensemble de ses collaborateurs. Ce Code de conduite rappelle les principes devant animer le Groupe dans la conduite de ses affaires et

rassemble les règles que chacun doit suivre dans l'exercice de ses fonctions et responsabilités, mettant l'accent en particulier sur l'intégrité exigée de tous.

La Charte de conformité au droit de la concurrence, la Charte Environnement et le Code de conduite Fournisseurs constituent une déclinaison de ce Code dans des domaines spécifiques.

9.1. Intégrité

Le Code de conduite précise notamment que LVMH proscrit toute forme de corruption, que le Groupe se soucie de préserver une concurrence loyale dans le respect des lois et usages en vigueur, qu'il s'engage à intervenir en toute indépendance dans la sphère publique et que chaque collaborateur doit veiller à éviter toute situation de conflit d'intérêts.

À l'instar de ce qui existe en matière de concurrence, la prévention de la corruption fait l'objet de Chartes adaptées au niveau d'un

groupe d'activités, d'une Maison ou d'une région. À cet égard, en 2015, le Groupe a mis en place une Charte applicable à l'ensemble des entités implantées en Chine et y a organisé des sessions de sensibilisation des collaborateurs.

Le dispositif visant à prévenir toute infraction aux règles sur le blanchiment d'argent a également été renforcé au cours de l'année 2015.

9.2. Collaborations avec les fournisseurs

Le groupe LVMH considère ses relations avec les fournisseurs comme une dimension essentielle de sa chaîne de valeur. À ce titre, il s'attache à entretenir et promouvoir des relations responsables auprès de ses partenaires, fournisseurs et sous-traitants.

Les engagements et l'organisation du Groupe

Sous la tutelle d'Antonio Belloni, Directeur général délégué du Groupe, les Directions des Opérations, de l'Environnement, du Développement Social et de la Communication Financière travaillent ensemble afin de sensibiliser, coordonner et faire progresser les Maisons sur les relations avec leurs fournisseurs. Rattachée à la Direction des Opérations de LVMH, la Direction des achats dispose d'une équipe de plusieurs experts acheteurs et s'appuie sur un réseau de nombreux responsables et correspondants achats au sein des Maisons.

En 2008, le Groupe s'est doté d'un Code de conduite Fournisseurs qui matérialise ses exigences dans les domaines de la responsabilité sociale, de l'environnement et de la lutte anti-corruption. Ce Code de conduite Fournisseurs a été diffusé auprès des Maisons du Groupe et toute collaboration avec un partenaire requiert l'engagement de ce dernier au respect de l'ensemble des principes éthiques qui constituent ce Code.

L'analyse des enjeux

En 2012, le Groupe a mis en place un outil d'aide à la décision pour identifier des fournisseurs auprès desquels des audits sociaux et environnementaux pourraient être nécessaires. La méthodologie proposée permet à chaque Maison d'identifier ses fournisseurs à risque sur la base de plusieurs critères dont : la catégorie d'achat, le niveau de dépendance financière du fournisseur, la dimension stratégique des produits, ou encore l'implantation géographique du fournisseur. Ainsi, par exemple, nouvellement intégrée au sein de LVMH en 2014, Loro Piana a complété sa matrice d'analyse des risques fournisseurs en utilisant cette méthodologie proposée par le Groupe.

Les outils spécifiques d'évaluation des fournisseurs

Certaines Maisons comme Sephora ou Moët Hennessy ont mis en place leur propre cahier des charges fournisseurs afin de répondre au mieux aux exigences spécifiques de leur activité. En 2015, Louis Vuitton a déployé un outil d'audit environnemental au sein des tanneries. Il s'agit d'un Audit d'acceptabilité environnementale développé avec l'organisme du CTC (Centre Technique du Cuir) qui se décompose en 31 questions sur les

risques majeurs en tannerie avec 24 questions éliminatoires. Cet audit se déroule sur deux jours et est mené par un membre du CTC accompagné de 2 représentants de Louis Vuitton venant respectivement du service Environnement et Achat cuirs. Louis Vuitton a jusqu'à présent réalisé ces audits dans 4 tanneries.

Pour mémoire, le groupe d'activités Parfums et Cosmétiques a également lancé en 2014 une Charte Achats Responsables qui matérialise ses exigences concernant les thématiques suivantes : la qualité et la pérennité des relations avec les fournisseurs, l'amélioration des performances économiques mutuelles, la sélection de matières durables et de fournisseurs responsables, l'innovation et la préservation des matières et savoir-faire.

Les actions d'accompagnement externes et internes

Les actions de soutien en faveur des fournisseurs

Le souci de forte interaction avec ses fournisseurs conduit le Groupe à les accompagner dans la mise en place et le respect des meilleures pratiques environnementales, sociales et sociétales, tout en les sensibilisant et en les formant aux enjeux de développement durable et d'achat responsable propres à leur activité. Après la première édition en 2014 d'un « Supplier Day » organisé à Florence (Italie), un second « Supplier Day » s'est tenu en Chine en juillet 2015. Cet événement a rassemblé des représentants des principales Maisons du Groupe ainsi que leurs fournisseurs ayant des ateliers de production dans ce pays. Cet événement d'une journée a permis de présenter les exigences de LVMH et de ses Maisons en terme d'achat responsable, de bénéficier du témoignage de certains fournisseurs ayant réalisé des progrès grâce à un travail plus étroit avec les Maisons et enfin d'organiser des ateliers d'échange de bonnes pratiques entre les différents participants. Compte tenu de la qualité de cette journée, un tel événement sera reconduit en 2016, en se concentrant sur quelques catégories d'achat, communes à la majorité des Maisons.

Voir également le § 5.3 concernant le recours au secteur protégé et adapté en France.

L'échange de bonnes pratiques en interne

Il est également important de sensibiliser les équipes en interne qui sont directement ou indirectement impliquées dans les relations avec les fournisseurs (acheteurs, équipes de production...).

Chaque année depuis 2005, un « Suppliers Sustainability Meeting » est organisé réunissant les fonctions Achats, Développement Durable, Juridique et Contrôle Interne des différentes Maisons. Toutes les activités du Groupe en France et à l'international y sont représentées. Ce rassemblement annuel permet aux Maisons de présenter leurs projets, actions et progrès sur la thématique des achats durables et responsables, et, avec le Groupe, d'interagir ensemble sur les bonnes pratiques communes. Lors du « Suppliers Sustainability Meeting » de novembre 2015, il a été décidé de mettre en place des groupes de travail propres à chaque groupe d'activités afin de mieux intégrer leurs spécificités et exigences en termes de reporting. L'objectif sera d'identifier par groupe d'activités les catégories les plus à risque, leur niveau de maturité en terme d'achat responsable et de réfléchir à la meilleure manière de progresser sur ces sujets.

De leur côté, les Maisons ont conduit différentes initiatives en 2015. Donna Karan et Marc Jacobs ont par exemple organisé conjointement une journée de formation à Shenzhen (Chine) sur les thématiques sociales et environnementales ainsi que sur les substances indésirables. Cette journée s'est déroulée le lendemain de la réunion organisée par LVMH, citée ci-dessus, et a permis de rentrer dans le détail des plans d'action à mettre en œuvre sur les principaux points de non conformités constatés durant les périodes passées.

Les audits et le suivi de nos fournisseurs

En liaison avec les Maisons, la démarche d'audit a été renforcée ces dernières années afin de mieux identifier, évaluer et anticiper les risques et opportunités liés aux fournisseurs. À ce titre, Louis Vuitton a mis en place une démarche responsable d'audits sociaux basée sur le respect des conventions de l'Organisation Internationale du Travail (OIT), les réglementations locales et des standards définis par la Norme SA 8000. À ce volet social s'ajoute un volet environnemental visant à mesurer et prévenir les différents impacts sur l'environnement. De son côté, Bvlgari a audité ses fournisseurs packaging en Chine de façon à couvrir 70 % du total de ses achats packaging. S'agissant de TAG Heuer, tous ses fournisseurs à risque ont été audités au cours des trois dernières années.

Afin d'améliorer la performance de sa *Supply chain* tant pour les fournisseurs de rang 1 qu'au-delà, le Groupe a également décidé en 2014 d'adhérer à Sedex. Il s'agit d'une organisation sans but lucratif visant à promouvoir les améliorations responsables et éthiques au niveau des pratiques en vigueur au sein des chaînes d'approvisionnement. La démarche proposée s'appuie sur deux objectifs principaux : pour les fournisseurs, alléger la charge administrative liée à la multiplication de demandes

d'audit, de certifications, etc. ; pour le Groupe, mettre en commun les évaluations et audits fournisseurs, non seulement entre les Maisons du Groupe mais également avec les autres membres de Sedex. À fin 2015, plus de 800 sites fournisseurs ont été soumis à engagement sur la plate-forme Sedex.

Ainsi, au niveau du Groupe, 1 027 audits sociaux et/ou environnementaux ont été réalisés en 2015, dont plus de 90 % par des tiers spécialisés, chez 877 de nos fournisseurs. 561 audits ont porté sur des critères exclusivement sociaux. 42 % des résultats d'audits ont été en ligne avec les exigences du Groupe et 35 % présentaient des cas de non-conformité mineurs. Les audits dont les conclusions faisaient apparaître un besoin d'amélioration significative de la part du fournisseur ou un cas de non-conformité majeure représentaient respectivement 17 % et 6 % des audits réalisés. Les non conformités constatées au cours de ces audits portaient principalement sur deux indicateurs : Hygiène & Sécurité et Heures de travail. Au total, 505 plans d'actions correctives ont été mis en place chez nos fournisseurs dont les résultats d'audits identifiaient des pistes d'amélioration. Louis Vuitton a, par exemple, mis en place un plan d'actions correctives sur douze mois auprès d'un de ses fournisseurs suite à un audit dont les conclusions faisaient apparaître des besoins d'améliorations. Aujourd'hui, Louis Vuitton continue à suivre les mesures correctives établies et se rend régulièrement auprès de son fournisseur pour constater les efforts fournis et poursuivre son accompagnement.

Le recours aux pré-audits a également permis de mieux identifier en amont les pratiques des fournisseurs et, le cas échéant, de décider de ne pas collaborer avec ces derniers. Dans ce sens, sur la base de sa matrice des risques, Louis Vuitton a mis en place et régulièrement reconduit des audits systématiques pour tout nouveau fournisseur localisé dans une zone considérée à risque.

Le recours aux ré-audits est relativement stable en 2015 (431 ré-audits vs 450 en 2014) et montre que les Maisons exercent un suivi régulier de leurs fournisseurs et les accompagnent dans leurs démarches d'améliorations.

D'autre part, quand cela était nécessaire, certaines Maisons du Groupe ont été amenées à mettre fin à leur collaboration avec des fournisseurs dont les résultats d'audits faisaient apparaître des cas de non-conformité majeure avec le Code de conduite de LVMH. En 2015, 40 cas ont été recensés au titre desquels le Groupe a mis fin ou n'a pas démarré d'activité avec un fournisseur suite à un audit dont les résultats étaient insuffisants.

Portées par une volonté d'amélioration continue, les Maisons du Groupe vont poursuivre en 2016 leurs plans d'audit des fournisseurs, le suivi des plans d'actions et développer leur partenariat avec Sedex.

Au titre de 2015, les fournisseurs et les audits se répartissent ainsi, par région :

	Europe	Asie	Amérique du Nord	Autres
Répartition des fournisseurs (en %)	64	18	9	9
Répartition des audits ^[a] (en %)	48	48	2	2

[a] Dont 2 % au titre des pré-audits, 56 % au titre des premiers audits, et 42 % au titre des ré-audits.

Périmètre : Vins & Spiritueux, Louis Vuitton, Loro Piana, Berluti, Donna Karan, Fendi, Givenchy Couture, Loewe, Marc Jacobs, Céline, Thomas Pink, Rossimoda, Bulgari, Fred, Hublot, TAG Heuer, Zenith, De Beers, Parfums & Cosmétiques (y compris Parfums Christian Dior, Guerlain, Benefit, Fresh, Make Up For Ever, Nude, Acqua di Parma, Parfums Loewe), DFS, Sephora, Le Bon Marché.

9.3. Impact territorial de l'activité en matière d'emploi et de développement régional

LVMH pratique une politique de maintien et de développement de l'emploi. Grâce au développement soutenu de ses marques, de nombreux emplois commerciaux sont créés dans l'ensemble des pays où le Groupe est présent, en particulier dans le cadre de l'extension du réseau de magasins en propre.

Les licenciements pour motif non inhérent à la personne, y compris les licenciements pour raison économique, représentent seulement 4,3 % des départs toutes causes confondues.

De nombreuses sociétés du Groupe sont implantées historiquement dans les provinces françaises et sont des acteurs importants du développement de l'emploi dans leurs régions respectives : Parfums Christian Dior à Saint-Jean de Braye, près d'Orléans,

Veuve Clicquot et Moët & Chandon en Champagne, Hennessy à Cognac. Elles ont développé des politiques de relation et de communication avec les collectivités locales, en particulier dans les domaines de la culture, de l'éducation et de l'emploi. Sephora, qui déploie des magasins dans toute la France, et dont les deux tiers de l'effectif travaillent en-dehors de la région parisienne, mène régulièrement des actions en faveur de l'emploi local.

Acteurs économiques majeurs dans plusieurs bassins d'emploi, les sociétés du Groupe sont attentives aux spécificités sociales régionales et ont développé des partenariats, explicités ci-après, avec des associations ou des ONG afin d'accompagner l'insertion sociale et professionnelle des plus démunis.

9.4. Implication sociale territoriale

LVMH incite ses Maisons à soutenir des causes qui lui sont chères, que ce soit l'accès à l'éducation des jeunes, l'insertion sociale et professionnelle des personnes éloignées de l'emploi ou l'aide aux populations fragilisées. LVMH met ainsi ses valeurs au service de la société pour garantir la bonne insertion de ses Maisons et de leurs activités dans leurs tissus local et national.

Favoriser l'accès à l'éducation des jeunes

L'excellence qui explique le succès des Maisons est mise au service de l'accès des jeunes à l'éducation. À cet effet, les Maisons tissent à la suite du Groupe de nombreux partenariats avec les écoles à proximité de leurs sites. Louis Vuitton, par exemple, organise des partenariats entre ses ateliers de l'Ardèche et de la Drôme et les établissements scolaires aux alentours pour les formations de CAP maroquinerie et BTS « technicien metteur au point », comme entre ses boutiques parisiennes et un lycée professionnel en Seine-Saint-Denis. Les partenariats peuvent consister en un soutien aux conditions de vie des élèves défavorisés, comme le fait Parfums Christian Dior dans le cadre du programme « Project WeCan » à Hong Kong.

Cet accès à l'éducation peut être parfois d'avantage porté par la création d'établissements scolaires auxquels contribuent les Maisons. L'opération « Hand in Hand for Haïti » lancée par DFS après le séisme de janvier 2010 qui secoua Port-au-Prince permet de faire vivre un complexe scolaire pour les enfants les plus démunis de la région de Saint-Marc. Cette initiative bénéficie également du soutien de Starboard Cruise Services.

Sephora soutient « Toutes à l'école » qui œuvre à la scolarisation de petites filles au Cambodge, en mettant en vente dans son réseau de boutiques, notamment en France, en Espagne et au Moyen-Orient, un article dédié dont les recettes sont versées au profit de l'association lors des fêtes de fin d'année.

Enfin, LVMH a noué un partenariat avec les villes de Clichy-sous-Bois et de Montfermeil, villes limitrophes aux populations jeunes et cosmopolites situées en banlieue parisienne. Porté par une ambition commune d'excellence, ce partenariat contribue à faciliter l'insertion de jeunes issus de quartiers défavorisés et la cohésion sociale. Toute une palette d'actions est déployée au profit des jeunes : stages « découverte de l'entreprise » offerts à près de 60 collégiens en 2015, visites des Maisons du Groupe, accueil en stage des élèves du lycée professionnel, soutien dans la recherche d'emploi. Le Groupe parraine le défilé « Cultures et création » qui met en exergue les talents créatifs du territoire. LVMH s'y investit en formant les jeunes en amont dans le cadre de Master Classes et organise des rencontres avec les créateurs et artisans du Groupe (Guerlain en 2015). Le Groupe décerne un trophée « Jeune Talent » qui donne la possibilité à de jeunes passionnés mais éloignés de l'univers de la mode de se faire reconnaître. Le lauréat 2015 a pu exposer ses créations au Greenshowroom, salon dédié à la mode éco-responsable qui s'est déroulé pendant la Fashion Week du 7 au 10 juillet à Berlin. Depuis le début du programme, quatre jeunes ont pu ainsi intégrer les Maisons du Groupe pour une formation longue en alternance à l'école de la chambre syndicale de la couture parisienne.

Dans le but de favoriser l'insertion de jeunes par les études, LVMH soutient l'opération « Conventions d'éducation prioritaire » de l'institut d'Études Politiques (Sciences Po Paris) en accordant des bourses d'étude et en permettant à des jeunes issus de cette filière d'être parrainés par des managers du Groupe.

Lancé en 2014, l'Institut des Métiers d'Excellence (IME) est un programme de formation professionnelle qui permet au Groupe d'assurer la transmission de ses savoir-faire en valorisant la filière des métiers de l'artisanat, de la création et de la vente auprès des jeunes générations.

L'IME répond aux exigences et aux besoins actuels et futurs de nos Maisons.

En 2014, l'IME signait les premiers partenariats avec BJO Formation, l'École de la Chambre Syndicale de la Couture Parisienne et les Compagnons du Devoir et du Tour de France et ouvrait dans leurs établissements respectifs trois classes LVMH, accueillant des apprentis en bijouterie-joaillerie, couture flou et maroquinerie.

En 2015, l'IME signait de nouveaux partenariats avec Avize Viti Campus, EMA Sup Paris et l'École Boule/Greta CDMA pour ouvrir quatre nouvelles classes LVMH en couture tailleur, en BP vigne et vin, dans la vente et en design retail – passant ainsi de 28 à 99 apprentis.

Signataire de la Charte de l'apprentissage, le Groupe a fortement développé l'apprentissage qui permet à des jeunes d'accéder plus facilement aux diplômes. Au 31 décembre 2015, on dénombrait plus de 1 054 jeunes en contrat d'apprentissage ou de professionnalisation (Institut de Métiers d'Excellence compris) dans l'ensemble des sociétés françaises.

Accompagner l'insertion sociale et professionnelle des personnes éloignées de l'emploi

LVMH se mobilise pour l'insertion professionnelle. En France, le Groupe a noué un partenariat durable avec l'association « Nos Quartiers ont des Talents » dont il est membre du Conseil d'administration. L'association propose à des jeunes diplômés issus d'univers sociaux défavorisés d'être parrainés par un cadre du Groupe en activité. En 2015, 122 cadres expérimentés ont parrainé des jeunes et à fin 2015, 117 sont toujours en cours de suivi. Depuis 2007, 397 jeunes ont trouvé un emploi après avoir été parrainés par un collaborateur du Groupe. LVMH est présent chaque année aux Rencontres Nationales de Nos Quartiers ont des Talents, afin de faire découvrir ses métiers et permettre des échanges directs entre l'entreprise et les jeunes en recherche d'emploi.

Kanye West a donné une série de concerts à la Fondation Louis Vuitton du 7 au 10 mars 2015. Les fonds récoltés grâce à cette série de concerts exceptionnels ont été reversés à deux organisations caritatives tournées vers les jeunes : « Nos Quartiers ont des Talents » et Donda's House. Chacune a ainsi pu recevoir plus de 120 000 euros, leur permettant de développer leur accompagnement. « Nos Quartiers ont des Talents » facilite l'accès à l'emploi des jeunes diplômés issus des quartiers prioritaires ou de

milieux sociaux défavorisés. Donda's House est une association qui s'attache à promouvoir l'enseignement artistique à destination des jeunes afin de favoriser leur créativité et leur bien-être. L'association a été fondée en l'honneur de la mère de Kanye West, Dr. Donda West était enseignante et chercheuse spécialisée dans les sciences de l'éducation.

Enfin, pour accélérer l'accès à l'emploi, LVMH a créé et anime des sessions « Jobstyle ». Ces sessions de coaching emploi font intervenir des recruteurs des Maisons du Groupe et des conseillers beauté Make Up For Ever et Sephora. L'objectif est de donner toute la ressource nécessaire aux chercheurs d'emploi pour se préparer au mieux à l'entretien de recrutement et développer leur confiance en soi. Le dispositif s'adresse aux populations minorées dans l'emploi accompagnées par nos partenaires œuvrant dans le domaine de l'éducation, du handicap ou de l'insertion. En 2015, 14 sessions ont été animées et plus de 200 personnes en ont bénéficié. Dans le même esprit de rapprochement entre l'entreprise et les chercheurs d'emploi, Parfums Christian Dior est à l'origine du forum emploi « 2 000 emplois, 2 000 sourires » qui s'est déroulé le 23 avril 2015. Organisé sur le territoire de la Cosmetic Valley, en France, ce forum vise la mise en relation directe entre des jeunes et des chercheurs d'emploi et les recruteurs des entreprises de la région.

Aider les populations fragilisées

Au-delà du mécénat, LVMH et ses Maisons se montrent attentifs aux populations défavorisées présentes dans les territoires dans lesquels ils opèrent. Leur soutien peut se manifester par l'implication de leurs salariés auprès de ces populations, par le don de produit ainsi que par des dons financiers.

C'est ce que fait Bulgari avec Save The Children depuis 2009. Bulgari a célébré cette association avec la publication du livre de Fabrizio Ferri, « Stop, think, give » présentant les portraits de 250 personnalités internationales impliquées dans le projet. Elles ont toutes contribué au succès de ce partenariat mondial depuis sa création en 2009. Un partenariat qui ne faiblit pas puisque Bulgari a versé 500 000 euros à l'organisation pour soutenir son effort humanitaire après le tremblement de terre au Népal.

Deux autres exemples, locaux cette fois :

- Moët & Chandon qui est un partenaire local majeur des associations en faveur de l'insertion, le deuxième souscripteur des chantiers éducatifs après la ville d'Épernay, une entreprise partenaire de la semaine école entreprise du MEDEF Marne et membre de l'Association Jeunesse Entreprise (AJE), titulaire du label AJE et partenaire des actions visant à « entreprendre pour apprendre ».
- Au Japon, Louis Vuitton travaille étroitement avec l'organisation à but non lucratif « Kokkyo naki Kodomotachi » pour soutenir les enfants vivant dans Iwate-ken, ville détruite par le séisme puis le tsunami du 11 mars 2011 : soutien des études des enfants qui vivent dans les maisons temporaires, organisation des fêtes de Noël pour près de 500 enfants, collaboration avec l'association de la communauté locale dans divers projets liés à la solidarité et la préservation de l'environnement.

Le programme « Sephora Values Inside Out » aux États-Unis entré dans sa dernière année début 2015. Les magasins Sephora aux États-Unis étaient invités à choisir un organisme de bienfaisance local à soutenir par une collecte de fonds et du bénévolat. En 2015, 99 magasins ont participé et soutenu 87 organisations différentes à but non lucratif. Plus de 4 millions de dollars auront été collectés avec l'aide de partenaires locaux.

Enfin, et sans être exhaustif, Benefit Cosmetics a lancé un programme dénommé « Bold is Beautiful » dans 4 pays (États-Unis, Royaume-Uni, France et Australie). Cette initiative visait à apporter un soutien financier à des associations œuvrant à l'autonomisation des femmes, la confiance en soi et le dévelop-

pement de leur potentiel. Le programme a permis de lever 2,9 millions de dollars pour ces organisations caritatives locales grâce à la mobilisation des salariés de la marque. En parallèle à ce soutien financier, les salariés étaient invités à s'investir auprès des associations bénéficiaires (Dress For Success, Girl Develop It, Girls Inc, Step Up, Belle et bien, Force Femmes...)

Tous ces partenariats et ces actions sont célébrés lors du Dîner des Maisons engagées. À cette occasion, LVMH a reversé en 2015, 100 000 euros au centre de la drépanocytose de l'hôpital Robert Debré à Paris et 30 000 euros à Kelina pour la construction d'une maternité à Aledjo, au Nord-Ouest du Bénin.

9.5. Mécénat

LVMH a entrepris depuis plus de 20 ans une action de communication institutionnelle globale grâce à un mécénat novateur et original. Démarche légitime, car s'expriment ainsi les valeurs culturelles, artistiques et de solidarité qui rassemblent ses Maisons et fondent leur succès, tout en respectant leur propre territoire de communication et d'image. Démarche utile également, car LVMH entend répondre, au travers de ses initiatives dans les domaines de la culture et de la création artistique, de l'éducation et de la jeunesse et des grandes causes humanitaires, à la question de la responsabilité sociale de l'entreprise.

Le déploiement de la Fondation Louis Vuitton et de son programme artistique, tout au long de l'année 2015, a été récompensé par un succès tant public que critique. Depuis son inauguration en octobre 2014, la Fondation a reçu près de 1,5 million de visiteurs. Par sa collection et sa programmation, la Fondation s'ancre dans l'Histoire de l'Art des 20^e et 21^e siècles et contribue, avec succès, à mieux faire connaître la création la plus actuelle au plus large public. LVMH a également poursuivi en 2015 son engagement en faveur des artistes de notre époque, notamment en renouvelant son soutien à deux manifestations emblématiques de la création artistique contemporaine : au printemps, Monumenta, puis, à l'automne, la Nuit Blanche.

Dans le domaine de l'éducation et de la jeunesse, LVMH conçoit et initie des programmes éducatifs bénéficiant aux enfants de classes primaires, collégiens, étudiants d'art afin de leur permettre d'accéder au meilleur de la culture. En 2014, LVMH a renouvelé son soutien à l'International Music Academy fondée en Suisse par le chef d'orchestre Seiji Ozawa, poursuivi l'opération « 1 000 places pour les jeunes », qui permet depuis plus de 15 ans aux jeunes musiciens des Conservatoires de la Ville de Paris d'assister aux plus grands concerts de la saison parisienne, ainsi que le prêt des Stradivarius de la collection LVMH.

Enfin, le Groupe a soutenu de nombreuses institutions reconnues pour leur action en faveur de l'enfance, en particulier la Fondation des Hôpitaux de Paris – Hôpitaux de France, l'association « Le Pont-Neuf », la fondation « Save the Children » au Japon, la « Robin Hood Foundation » à New York, mais aussi la Fondation Claude Pompidou, qui agit en faveur des personnes âgées et handicapées. En outre, LVMH a choisi de soutenir plusieurs fondations ou équipes scientifiques engagées dans des recherches de pointe liées à la santé publique.

10. RESPECT DES CONVENTIONS INTERNATIONALES

La prise en considération, dans chaque décision, de l'être humain, de sa liberté et de sa dignité, mais aussi de son épanouissement et de sa santé, est un pilier d'une doctrine de responsabilité à laquelle souscrivent l'ensemble des sociétés du Groupe.

De même, l'ensemble des sociétés du Groupe ont des politiques et des pratiques de respect de l'égalité des chances et d'absence de discrimination (sexe, race, religion, politique, etc.) telles que définies dans les conventions de l'Organisation Internationale du Travail. Cette culture et ces pratiques induisent également le respect de la liberté syndicale, le respect des personnes et l'interdiction du travail des enfants ainsi que du travail forcé.

RAPPORT DE GESTION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

LVMH et l'environnement

1.	POLITIQUE GÉNÉRALE EN MATIÈRE D'ENVIRONNEMENT	93
1.1.	L'organisation et les démarches d'évaluation ou de certification	93
1.2.	La formation	94
1.3.	Prévention des risques environnementaux et des pollutions	94
1.4.	Le montant des provisions et garanties pour risques en matière d'environnement	94
2.	POLLUTION ET GESTION DES DÉCHETS	94
2.1.	La prévention et la réduction des rejets dans l'air, l'eau et le sol	94
2.2.	La prévention de la production, le recyclage et l'élimination des déchets	95
2.3.	La prise en compte des nuisances sonores et autres formes de pollution	96
3.	UTILISATION DURABLE DES RESSOURCES	96
3.1.	La consommation d'eau et l'approvisionnement en fonction des contraintes locales	96
3.2.	La consommation de matières premières	97
3.3.	La consommation d'énergie, les mesures prises pour améliorer l'efficacité énergétique et le recours aux énergies renouvelables	98
3.4.	L'utilisation des sols	99
4.	LUTTE CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE ET ADAPTATION	100
4.1.	Réduction des émissions de gaz à effet de serre	100
4.2.	Adaptation au changement climatique	101
5.	PROTECTION DE LA BIODIVERSITÉ	101
6.	SANTÉ ET SÉCURITÉ DES CONSOMMATEURS	102
	RAPPORT DE L'ORGANISME TIERS INDÉPENDANT SUR LES INFORMATIONS SOCIALES, ENVIRONNEMENTALES ET SOCIÉTALES CONSOLIDÉES FIGURANT DANS LE RAPPORT DE GESTION	103

Conformément au décret n° 2002-221 du 20 février 2002, dit « décret NRE » et au décret n° 2012-557 du 24 avril 2012 relatif aux obligations de transparence des entreprises en matière sociale et environnementale, sont indiquées dans les paragraphes suivants la nature et l'importance des seuls impacts pertinents et significatifs au regard de l'activité. Les informations environnementales contenues dans le présent rapport ont fait l'objet de travaux de vérification par un vérificateur indépendant conformément à l'article 225 de la loi « Grenelle II » du 12 juillet 2010. Une analyse a été menée par la Direction de l'Environnement pour sélectionner les informations publiées ainsi que les indicateurs significatifs au regard des activités du Groupe faisant l'objet, à la demande de LVMH, d'un audit visant à délivrer un niveau d'assurance supérieur au niveau exigé par la loi (« assurance raisonnable ») par ce même vérificateur indépendant. Ses conclusions sont présentées après la partie « LVMH et l'environnement » du Document de référence.

Le protocole de reporting environnemental est mis à disposition sur demande à l'adresse suivante : environnement@lvmh.fr.

Les surfaces prises en compte dans le calcul de la consommation d'énergie, des émissions de gaz à effet de serre et de la consommation d'eau sont les suivantes, en pourcentage des surfaces de vente totales du Groupe :

	% des surfaces de vente du Groupe prises en compte pour la consommation d'énergie et les émissions de gaz à effet de serre ^(a)		% des surfaces de vente du Groupe prises en compte pour la consommation d'eau ^(a)	
	2015	2014	2015	2014
Total Groupe	64	62	17	19

(a) Le périmètre de reporting n'inclut pas les magasins exploités en franchise par les activités Mode et Maroquinerie, Parfums et Cosmétiques ainsi que Montres et Joaillerie.

Les surfaces des principales Maisons prises en compte dans le calcul de la consommation d'énergie, des émissions de gaz à effet de serre et de la consommation d'eau sont les suivantes, en pourcentage des surfaces de vente totales de chaque Maison :

	% des surfaces de vente de la Maison prises en compte pour la consommation d'énergie et les émissions de gaz à effet de serre		% des surfaces de vente de la Maison prises en compte pour la consommation d'eau	
	2015	2014	2015	2014
DFS	70	70	52	54
Louis Vuitton	68	64	-	-
Sephora North America et Latin America	61	64	11	19
Sephora Europe	80	84	19	24

Pour le calcul de la consommation d'énergie et des émissions de gaz à effet de serre sont également pris en compte : tous les magasins français de Berluti, Givenchy, Guerlain, Kenzo, Le Bon Marché, Make Up For Ever et certains magasins de Benefit, Bvlgari, Céline, Chaumet, De Beers, Fendi, Hublot, Loewe, Loro Piana, Marc Jacobs, Parfums Christian Dior, Sephora Middle East, Sephora North Asia, Sephora South East Asia, TAG Heuer, Thomas Pink et Zenith.

Pour le calcul de la consommation d'eau, sont également pris en compte : certains magasins de Berluti, Bvlgari, Chaumet, Fendi, Guerlain, Kenzo, Le Bon Marché et Sephora Middle East.

Davantage d'informations et d'illustrations sont disponibles dans le Rapport Environnement LVMH 2015.

Le reporting des indicateurs environnementaux couvre en 2015 le périmètre suivant :

Sites de production, entrepôts et sites administratifs (en nombre)	2015
Sites couverts	241
Sites non couverts	124 ^(a)
Nombre total de sites	365

(a) Dont principalement : certains sites administratifs régionaux de Louis Vuitton et de Moët Hennessy ainsi que les sites administratifs de Acqua di Parma, Marc Jacobs et Donna Karan.

Les sites industriels, logistiques et administratifs non couverts par le reporting environnemental le sont essentiellement pour des raisons opérationnelles et sont peu significatifs. Un plan d'intégration progressif est mis en œuvre.

Pour la production de déchets seuls les magasins DFS, Le Bon Marché et certains magasins Berluti, Bvlgari et Fendi sont pris en compte dans le périmètre. Le Groupe compte plus de 3 800 magasins et certaines données environnementales sont difficiles d'accès pour les magasins de petite surface. Toutefois, le Groupe se fixe un objectif d'intégration progressive.

Pour certains indicateurs, des valeurs pro-forma excluant les effets de variations de périmètre intervenues entre 2015 et 2014 sont présentées en plus des valeurs 2015 et 2014. Les évolutions entre 2014 et 2015 sont calculées sur la base de ces valeurs pro-forma. Les indicateurs concernés et les taux de couverture

des valeurs pro-forma sont les suivants (ces taux intègrent uniquement les surfaces de vente incluses dans le périmètre) :

- consommation d'eau (besoin process) : 67 % ;
- consommation d'eau (besoin agricole) : 100 % ;

- pollution de l'eau (DCO) : 100 % ;
- consommation d'énergie : 81 % ;
- émissions de gaz à effet de serre : 83 % ;
- production de déchets : 96 % ;
- quantité d'emballage remis aux clients : 99 %.

POLITIQUE GÉNÉRALE EN MATIÈRE D'ENVIRONNEMENT

1.1. L'organisation et les démarches d'évaluation ou de certification

Il existe une Direction de l'Environnement au sein du Groupe depuis 1992. En 2001, LVMH a établi une « Charte environnementale » signée par le Président du Groupe qui demande à chaque Maison de s'engager à mettre en place un système de management de l'environnement efficace, de réfléchir collectivement aux enjeux environnementaux liés aux produits, de gérer les risques et d'utiliser les meilleures pratiques environnementales. Elle est présentée de manière plus détaillée dans le Rapport Environnement. En 2003, Bernard Arnault a adhéré au Pacte Mondial des Nations Unies, il a également ratifié en 2007 les Objectifs du Millénaire de Gordon Brown. En 2015, le Groupe est sélectionné dans les principaux indices basés sur les critères de l'investissement responsable : FTSE4Good Global 100, Euronext Vigeo Eurozone 120, ESI (Ethibel Sustainability Indices) Europe.

Le Groupe s'engage ainsi à :

- appliquer l'approche de précaution face aux problèmes touchant l'environnement ;
- entreprendre des actions tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement ;
- favoriser la mise au point et la diffusion de technologies respectueuses de l'environnement.

La Direction de l'Environnement du Groupe a pour objectifs de :

- déployer le programme LIFE – LVMH Initiatives For the Environment ;
- orienter la politique environnementale des sociétés du Groupe, dans le respect de la Charte LVMH ;
- entreprendre des audits internes d'évaluation de la performance environnementale des Maisons ;
- assurer la veille réglementaire et technique ;
- créer des outils de gestion qui abordent, par exemple, les sujets suivants : conception des emballages, relation fournisseurs, veille réglementaire... ;
- aider les sociétés du Groupe à prévenir les risques ;
- former et sensibiliser les collaborateurs de tout niveau hiérarchique ;
- définir et consolider les indicateurs environnementaux ;
- travailler avec les diverses parties prenantes (associations, agences de notation, pouvoirs publics...).

Elle s'appuie sur la Commission Environnement, qui réunit plusieurs fois par an un réseau de près de 60 correspondants environnement issus des Maisons.

Le programme LIFE est conçu de façon à renforcer l'intégration de l'environnement dans les processus managériaux, faciliter le

développement de nouveaux outils de pilotage et tenir compte des évolutions et enrichissements découlant des pratiques innovantes des Maisons. Depuis 2014, les Maisons intègrent le programme LIFE dans leur plan stratégique. Mis en œuvre par le Comité de direction de chaque Maison, le programme LIFE est établi autour de neuf dimensions clés de la performance environnementale :

- environnement dans la conception ;
- sécurisation de l'accès aux matières premières stratégiques et filières d'approvisionnement ;
- traçabilité et conformité des matières ;
- responsabilité environnementale et sociale des fournisseurs ;
- préservation des savoir-faire critiques ;
- réduction des émissions de gaz à effet de serre ;
- excellence environnementale des procédés de fabrication ;
- durée de vie et réparabilité des produits ;
- informations des clients et autres parties prenantes.

En termes de certification, toutes les Maisons du pôle Cognac-Champagne-Vodka, Wenjun, ainsi que l'ensemble des activités de Guerlain en France sont désormais certifiées ISO 14001. Parfums Christian Dior, Make Up For Ever et LVMH Fragrance Brands ont également fait certifier l'ensemble de leurs sites industriels et logistiques. Chez Louis Vuitton, la *Supply chain* a été certifiée ISO 14001 pour la Maroquinerie et les Accessoires. C'est une première internationale, fruit d'un travail collaboratif entre la Direction logistique et ses partenaires Transport et Logistiques. La Maison poursuit la démarche de certification de l'ensemble de ses ateliers dont ceux de l'Ardèche et d'Issoudun cette année. En 2015, Loewe a certifié deux sites industriels en Espagne et Fendi sa manufacture de souliers en Italie. À fin 2015, 33 % des sites industriels, logistiques ou administratifs du Groupe étaient certifiés ISO 14001, dont 58 % des sites industriels.

Le groupe d'activités Montres et Joaillerie de LVMH est membre du « Responsible Jewellery Council » (RJC) qui rassemble plus de 550 professionnels mondiaux engagés dans la promotion de l'éthique, des droits humains et sociaux et des pratiques environnementales tout au long de la filière, de la mine au point de vente. Le RJC a élaboré un système de certification qui vise notamment à s'assurer que les diamants utilisés ne proviennent pas de zones de conflits. Pour les diamants, les exigences du processus de Kimberley sont intégrées. Cette certification nécessite de se soumettre aux vérifications d'auditeurs accrédités indépendants. Les Maisons de Montres et Joaillerie sont toutes certifiées selon le « Code of Practices » (version 2013).

1.2. La formation

La quasi-totalité des Maisons ont poursuivi cette année la formation et la sensibilisation de leur personnel à l'environnement.

Ces actions représentent un volume total de 17 049 heures, soit une diminution de 20 % par rapport à 2014 (21 489 heures).

1.3. Prévention des risques environnementaux et des pollutions

Les sociétés du Groupe sont régulièrement auditées, par des tiers externes, des assureurs ou des auditeurs internes, ce qui leur permet de tenir à jour leur plan de suivi de conformité. En 2015, 29 % des 365 sites industriels, logistiques ou administratifs ainsi que certains magasins de taille importante ont été audités, soit 103 audits externes et 135 audits internes, certains sites pouvant être audités plusieurs fois dans l'année. Cette notion d'audit correspond à un contrôle effectué sur un ou plusieurs sites d'une même société, couvrant l'ensemble des problématiques environnementales pouvant s'y retrouver : gestion des déchets,

de l'eau, de l'énergie, management de l'environnement ; il donne lieu à un rapport écrit et à des recommandations. Le chiffre ne couvre pas les nombreux contrôles de conformité pouvant porter sur un point spécifique de réglementation environnementale, contrôle du tri des déchets par exemple, réalisés périodiquement par les sociétés du Groupe sur leurs sites. Des informations complémentaires sont également disponibles dans le « *Rapport de gestion du Conseil d'administration* – Le groupe LVMH », au niveau du § 2.2 Principes généraux de gestion des risques.

1.4. Le montant des provisions et garanties pour risques en matière d'environnement

Les postes de dépenses environnementales ont été comptabilisés en suivant les recommandations de l'avis de l'Autorité des Normes Comptables (ANC). Les charges d'exploitation et les investissements ont été reportés pour chacun des postes suivants :

- protection de l'air ambiant et du climat ;
- gestion des eaux usées ;
- gestion des déchets ;
- protection et assainissement du sol, des eaux souterraines et des eaux de surface ;
- lutte contre le bruit et les vibrations ;
- protection de la biodiversité et du paysage ;
- protection contre les rayonnements ;

- recherche et développement ;
- autres activités de protection de l'environnement.

En 2015, le montant des dépenses liées à la protection de l'environnement se répartit comme suit :

- charges d'exploitation : 11,3 millions d'euros ;
- investissements : 12 millions d'euros.

Le montant des provisions pour risques environnementaux au 31 décembre 2015 est de 13 millions d'euros. Cette somme correspond aux garanties financières légales pour les installations SEVESO seuil haut.

2. POLLUTION ET GESTION DES DÉCHETS

2.1. La prévention et la réduction des rejets dans l'air, l'eau et le sol

Sont seuls retenus comme indicateur important et pertinent les rejets de substances dans l'eau par les activités Vins et Spiritueux, Mode et Maroquinerie et Parfums et Cosmétiques concourant à l'eutrophisation. Les autres activités du Groupe n'ont qu'un très faible impact sur la qualité de l'eau. L'eutrophisation est la prolifération excessive d'algues et de plantes aquatiques due à une surcharge d'éléments nutritifs dans les eaux (phosphore en particulier), entraînant une réduction de

leur oxygénation, néfaste pour l'environnement. Le paramètre pour la mesurer est la Demande Chimique en Oxygène (DCO), calculée après traitement des effluents dans les stations du Groupe ou dans les stations externes avec lesquelles les sites ont des conventions. Sont considérées comme traitements les opérations suivantes : l'assainissement collectif, l'assainissement autonome (bassin d'aération) et l'épandage.

DCO après traitement (tonnes/an)	2015	2014	2015 pro-forma ⁽¹⁾	2014 pro-forma ⁽¹⁾	Évolution ⁽¹⁾ (en %)
Vins et Spiritueux	3 259	4 021	3 259	4 021	(19) ^(a)
Mode et Maroquinerie	152	138	152	138	10 ^(b)
Parfums et Cosmétiques	7	14	7	14	(50) ^(a)
Total	3 418	4 173	3 418	4 173	(18)

(a) Rendement d'épuration amélioré en 2015.

(b) Évolution liée à l'activité.

La fréquence des mesures des Maisons les plus contributrices est conforme à la réglementation locale mais reste limitée au regard des variations observées sur les quantités rejetées.

Les émissions de COV font l'objet de plans de préventions notamment pour les activités de Parfums et Cosmétiques et les tanneries. Concernant les rejets dans les sols, le sujet est abordé dans la partie 3.4 Utilisation des sols.

2.2. La prévention de la production, le recyclage et l'élimination des déchets

En 2015, 86 % des déchets ont été valorisés (85 % en 2014). Sont considérés comme déchets valorisés ceux dont la destination finale correspond, par ordre décroissant d'intérêt conformément aux législations européennes et françaises, à l'une des filières suivantes :

- réutilisation, c'est-à-dire utilisation d'un déchet pour le même usage que celui pour lequel le produit a été initialement conçu ;

- valorisation matière, c'est-à-dire recyclage (réintroduction directe d'un déchet dans le cycle de production dont il est issu en remplacement total ou partiel d'une matière première vierge), compostage ou épandage contrôlé de déchets composés de matières organiques pour la fertilisation des sols ;
- incinération avec valorisation énergétique, c'est-à-dire récupération de l'énergie issue de la combustion du déchet sous forme d'électricité ou de chaleur.

Déchets produits

(en tonnes)	Déchets produits en 2015	Dont déchets dangereux produits en 2015 ^(b)	Déchets produits en 2014	Déchets produits en 2015 pro-forma ⁽¹⁾	Déchets produits en 2014 pro-forma ⁽¹⁾	Évolution des déchets produits ⁽¹⁾ (en %)
Vins et Spiritueux	64 003	642	66 840	63 745	66 840	(5)
Mode et Maroquinerie	9 886	1 016	9 526	9 075	9 354	(3)
Parfums et Cosmétiques	8 171	1 477	9 048	7 177	8 090	(11) ^(a)
Montres et Joaillerie	914	141	656	709	636	11
Distribution sélective	5 205	67	5 252	4 110	4 494	(9)
Autres activités	1 764	118	1 504	1 587	1 504	6
Total	89 943	3 461	92 826	86 403	90 918	(5)

(a) Évolution liée à l'optimisation des procédés.

(b) Déchets nécessitant un tri et un traitement séparés des déchets dits « banals » (cartons, plastiques, papier...).

[1] Valeur et évolution à périmètre comparables.

Valorisation des déchets en 2015

<i>(en % des déchets produits)</i>	Réutilisation	Valorisation matière	Valorisation énergétique	Total valorisé
Vins et Spiritueux	41	43	4	88
Mode et Maroquinerie	2	39	23	63
Parfums et Cosmétiques	3	66	27	96
Montres et Joaillerie	1	64	9	74
Distribution sélective	11	57	21	90
Autres activités	-	59	31	91
Total	30	46	10	86

Les Maisons de Parfums et Cosmétiques, Sephora depuis 2010 et Louis Vuitton depuis 2011 utilisent la plate-forme CEDRE (Centre Environnemental de Déconditionnement, Recyclage Ecologique) dédiée au tri, au recyclage et à la valorisation de l'ensemble des déchets issus de la fabrication, du conditionnement, de la distribution et de la vente des produits cosmétiques. Cette plate-forme de déconditionnement accueille plusieurs types de gisements : les articles de conditionnement obsolètes, les

produits alcooliques obsolètes, les éléments de publicité, les testeurs utilisés en magasin et les emballages vides rapportés par les clients en magasin. En 2015, les prestations ont été élargies au textile et c'est environ 1 800 tonnes de déchets qui ont été traités. Les différents matériaux (verre, carton, bois, métal, plastique, alcool, cellophane et textile) sont revendus à un réseau de recycleurs spécialisés.

2.3. La prise en compte des nuisances sonores et autres formes de pollution

Les activités du Groupe n'ont pas d'impact significatif en termes de nuisances sonores et d'autres formes de pollution dans l'air. Toutefois, les Maisons restent vigilantes notamment grâce aux

systèmes de management de l'environnement mis en œuvre et sont à l'écoute de leur voisinage et de la société civile.

3. UTILISATION DURABLE DES RESSOURCES

3.1. La consommation d'eau et l'approvisionnement en fonction des contraintes locales

La consommation d'eau est analysée pour les utilisations suivantes :

- besoins « process » : utilisation de l'eau pour les opérations de nettoyage (cuves, produits, appareils, sols), la climatisation, le personnel, la fabrication des produits..., l'eau ainsi consommée générant des eaux usées ;
- besoins agricoles : utilisation de l'eau à des fins d'irrigation des vignes hors de France, l'irrigation n'étant pas pratiquée

en France pour les vignobles du Groupe. Dans ce cadre, l'eau est prélevée directement dans le milieu naturel pour être utilisée en irrigation ; son niveau d'utilisation d'une année sur l'autre est étroitement lié aux variations climatiques. Il convient toutefois de noter que les consommations d'eau pour les besoins agricoles sont évaluées par les sites avec une incertitude plus importante que les consommations d'eau pour les besoins de « process ».

<i>(en m³)</i>	2015	2014	2015 pro-forma ⁽¹⁾	2014 pro-forma ⁽¹⁾	Évolution ⁽¹⁾ <i>(en %)</i>
Besoins « process »	3 411 932	2 476 937	2 298 791	2 429 368	(5)
Besoins agricoles (irrigation des vignes)	7 095 211	7 189 237	7 095 196	7 189 237	(1)

(1) Valeur et évolution à périmètre comparables.

La consommation d'eau pour des besoins « process » se décompose ainsi, par groupe d'activités :

(besoins process, en m³)	2015	2014	2015 pro-forma ⁽¹⁾	2014 pro-forma ⁽¹⁾	Évolution ⁽¹⁾ (en %)
Vins et Spiritueux	1 320 571	1 489 192	1 318 170	1 489 192	[11] ^(a)
Mode et Maroquinerie	1 352 015	345 955	344 729	338 331	2
Parfums et Cosmétiques	166 870	169 309	146 094	145 019	1
Montres et Joaillerie	50 834	45 336	45 609	45 176	1
Distribution sélective	480 304	385 584	402 851	370 089	9
Autres activités	41 338	41 561	41 338	41 561	[1]
Total	3 411 932	2 476 937	2 298 791	2 429 368	[5]

(a) Évolution liée à l'amélioration des procédés.

Une analyse approfondie de sensibilité aux contraintes locales a été menée pour l'ensemble des Maisons du Groupe en utilisant l'indice de Pfister, 2009 et la base de données Aquastat, 2012. Cette analyse se base sur l'évaluation de la sensibilité de chaque zone géographique en comparant localement la consommation d'eau aux ressources disponibles. Quatre Maisons avec des consommations d'eau significatives à l'échelle du Groupe sont localisées dans des zones avec un stress hydrique proche de 100 % c'est-à-dire où le besoin en eau est proche des ressources disponibles :

- les vignobles de Cheval des Andes et Terrazas de Los Andes qui représentent 80 % des besoins agricoles en eau du Groupe ;

- les vignobles de Domaine Chandon California et Newton qui représentent 4 % des besoins agricoles en eau du Groupe.

L'irrigation des vignes est une pratique autorisée et encadrée en Californie et en Argentine en raison du climat. Cette irrigation est nécessaire au développement des vignes. Pour limiter néanmoins la consommation d'eau les mesures suivantes sont prises : récupération d'eau de pluie, mise en place de protocoles de mesures et de caractérisation des besoins en eau, pratique généralisée de l'irrigation au goutte-à-goutte, anticipations météorologiques pour une utilisation optimisée de l'irrigation ou pratique de « l'irrigation à déficit réduit » qui limite l'utilisation de l'eau et améliore la qualité des raisins et la taille de la vigne, permettant en outre une concentration des arômes et de la couleur.

3.2. La consommation de matières premières

Les principales matières premières consommées par le Groupe sont :

- le raisin (voir § 3.4 Utilisation des sols) ;
- les cuirs et les peaux brutes de veaux, agneaux et cuirs exotiques (voir § 5 Protection de la biodiversité) ;
- les essences végétales (voir § 5 Protection de la biodiversité) ;
- les pierres et métaux précieux (voir 1.1 L'organisation et les démarches d'évaluation ou de certification) ;
- les substances chimiques réglementées. Toutes les Maisons ont intégré les exigences du règlement européen REACH dans leurs documents contractuels afin d'impliquer tous les fournisseurs dans cette démarche.

Des informations sont également disponibles dans le « *Rapport de gestion du Conseil d'administration – Le groupe LVMH* », au niveau du § 2.1.8 Approvisionnements et compétences stratégiques

ainsi que dans la partie « *Activités du Groupe* » au niveau des § « Sources d'approvisionnement et sous-traitance » des différents groupes d'activités.

Le seul critère significatif, pertinent et commun à toutes les Maisons qui puisse être retenu pour l'analyse de la consommation de matières premières est la quantité, en tonnes, d'emballages remis aux clients :

- Vins et Spiritueux : bouteilles, cartons, capsules...
- Mode et Maroquinerie : sacs boutique, pochettes, coffrets...
- Parfums et Cosmétiques : flacons, étuis...
- Montres et Joaillerie : étuis et écrins...
- Distribution sélective : sacs boutique, pochettes, coffrets...

Les emballages utilisés pour les transports sont exclus de cette analyse.

[1] Valeur et évolution à périmètre comparables.

Emballages remis aux clients

(en tonnes)	2015	2014	2015 pro-forma ⁽¹⁾	2014 pro-forma ⁽¹⁾	Évolution ⁽¹⁾ (en %)
Vins et Spiritueux	154 993	150 240	154 211	150 240	3
Mode et Maroquinerie	6 128	5 099	5 238	4 957	6
Parfums et Cosmétiques	28 115	23 846	26 809	23 846	12 ^(a)
Montres et Joaillerie	3 948	3 773	3 948	3 773	4
Distribution sélective	5 714	5 242	5 714	5 207	10 ^(b)
Total	198 898	188 200	195 920	188 023	4

(a) Évolution liée à l'activité et à l'optimisation des procédés.

(b) Évolution liée à l'activité.

Répartition du poids total d'emballages mis sur le marché, par type de matériau, en 2015

(en tonnes)	Verre	Papier- carton	Plastique	Métal	Textile	Autres matériaux d'emballage
Vins et Spiritueux	133 300	17 299	1 448	1 327	54	1 565
Mode et Maroquinerie	-	5 103	69	1	895	60
Parfums et Cosmétiques	14 028	4 994	6 779	1 840	219	255
Montres et Joaillerie	2 000	935	868	24	33	88
Distribution sélective	357	2 690	2 605	30	3	29
Total	149 685	31 021	11 769	3 222	1 204	1 997

Les Maisons disposent de différents outils et formations adaptés leur permettant d'optimiser la prise en compte de l'environnement dans la conception de leurs produits. L'outil EDIBOX est déployé dans les Maisons Parfums Christian Dior, Guerlain, LVMH Fragrance Brands, Make Up For Ever, Louis Vuitton, Bvlgari et Sephora afin d'intégrer dès l'amont le critère environnemental dans la conception des emballages. Il permet de calculer

l'Indice de Performance Environnementale (IPE) et les émissions de gaz à effet de serre générés par les matériaux d'emballage. Les critères pris en compte sont le poids et le volume, la séparabilité des matériaux ainsi que le nombre de couches d'emballage. En 2015, la Maison Veuve Clicquot a lancé *Naturally Clicquot 3*, le premier emballage de champagne en papier 100 % recyclable et réalisé à partir de raisins.

3.3. La consommation d'énergie, les mesures prises pour améliorer l'efficacité énergétique et le recours aux énergies renouvelables

La consommation d'énergie correspond à la somme des sources d'énergie primaires (fioul, butane, propane, gaz naturel) et des sources d'énergie secondaires (électricité, vapeur et eau glacée)

principalement utilisées pour la mise en œuvre des procédés de fabrication, de la climatisation et du chauffage des bâtiments et des magasins.

Consommation d'énergie par groupe d'activités (en MWh)	2015	2014	2015 pro-forma ⁽¹⁾	2014 pro-forma ⁽¹⁾	Évolution ⁽¹⁾ (en %)
Vins et Spiritueux	199 484	208 427	198 606	208 427	(5)
Mode et Maroquinerie	311 768	186 340	167 992	172 837	(3)
Parfums et Cosmétiques	83 316	75 408	70 381	66 418	6
Montres et Joaillerie	27 856	26 316	24 341	25 731	(5)
Distribution sélective	300 554	282 040	282 449	270 105	5
Autres activités	19 120	16 877	19 120	16 877	13 ^(a)
Total	942 098	795 408	762 889	760 395	-

(a) Évolution liée à la mise en place de nouveaux équipements sur un site.

(1) Valeur et évolution à périmètre comparables.

Consommation par source d'énergie en 2015

(en MWh)	Électricité	Gaz naturel	Fioul lourd	Fioul	Butane Propane	Vapeur	Eau glacée	Énergies renouvelables
Vins et Spiritueux	56 063	69 073	31 387	18 704	5 405	-	-	18 852
Mode et Maroquinerie	180 594	104 108	-	2 144	5 212	732	840	18 138
Parfums et Cosmétiques	50 489	30 122	-	35	-	510	521	1 639
Montres et Joaillerie	10 725	6 372	-	1 343	124	-	-	9 292
Distribution sélective	278 753	12 688	3	1 351	5	6 629	-	1 125
Autres activités	8 502	3 663	-	568	32	710	3 359	2 286
Total	585 126	226 026	31 390	24 145	10 778	8 581	4 720	51 332

Les Bilans Carbone® et les audits énergétiques apportent des enseignements qui permettent aux Maisons d'élaborer des stratégies adéquates de réduction des consommations d'énergie. Différentes actions sont mises en œuvre par les Maisons en matière d'éclairage et de climatisation des magasins, de transport, d'efficacité énergétique et de promotion des énergies renouvelables.

LVMH a lancé en 2013 le programme « LVMH Lighting ». Son objectif est de sécuriser et d'optimiser le sourcing de matériel d'éclairage performant pour les magasins, les sites de production et de stockage, ou encore pour les espaces de bureaux. Au-delà de la promotion de la technologie LED qui est un moyen efficace de réduire la consommation d'énergie et les émissions de CO₂, la volonté est d'assurer une lumière conforme aux

exigences de qualité exceptionnelle requise par les Maisons. En 2014, un catalogue rassemblant 300 fiches produits et un site de e-commerce ont été élaborés pour permettre au Groupe et à ses installateurs d'optimiser l'éclairage, à travers notamment l'utilisation de la technologie LED. Un référentiel interne, « The LVMH stores environmental guidelines » a également été développé pendant l'année 2014. Il est une synthèse des meilleures pratiques à mettre en œuvre lors de la construction, de la rénovation ou de la vie d'un magasin. En 2015, les Maisons ont accéléré le déploiement des LED. Ainsi Bvlgari a équipé plus de 200 magasins en LED pour l'éclairage de ses vitrines et 20 d'entre eux sont entièrement éclairés par des LED. 60 % des magasins de Sephora aux États-Unis sont également éclairés uniquement par des LED.

3.4. L'utilisation des sols

Les pollutions du sol des implantations anciennes (élaboration du cognac, des vins et du champagne, fabrication des malles) ne sont pas considérées comme importantes à l'échelle du Groupe. Les sites de production plus récents sont généralement implantés sur des terres agricoles sans pollution historique. En dehors de la viticulture, les activités de production du Groupe utilisent peu les sols.

Doublement engagées dans la viticulture durable, pour des raisons historiques et stratégiques, les Maisons de Vins et Spiritueux conduisent différentes initiatives relevant de l'agriculture raisonnée ou biologique, ce qui permet de réduire

de façon drastique le recours aux produits phytosanitaires à fort impact environnemental. Les Maisons de Champagne ont obtenu la certification Viticulture Durable sur l'ensemble de leur vignoble et prévoient le déploiement de cette démarche auprès de l'ensemble de leurs livreurs de raisins. Depuis janvier 2011, des vignobles Hennessy sont sélectionnés au sein du réseau des fermes de référence constitué par l'État français dans le cadre du plan Écophyto 2018. Un plan d'actions a été mis en place sur ces parcelles et la moyenne de réduction des doses de produits phytosanitaires est de plus de 50 %. La méthode de la confusion sexuelle est utilisée pour protéger la vigne contre les vers de grappe et éviter le recours aux insecticides.

4. LUTTE CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE ET ADAPTATION

4.1. Réduction des émissions de gaz à effet de serre

Compte tenu des activités du Groupe, les seules émissions dans l'air pouvant affecter significativement l'environnement sont les gaz à effet de serre. Les émissions de gaz à effet de serre, estimées en tonne équivalent CO₂ (dioxyde de carbone), proviennent de la consommation d'énergie des sites, définie au § 1.1.2. Elles incluent les émissions directes et les émissions indirectes (scope 1 et 2). Les émissions liées au transport (scope 3) sont présentées séparément :

- transport amont : transport des matières premières et composants vers les sites de production. Seuls les principaux composants et matières premières sont pris en compte ;

- transport aval : transport des produits finis depuis les sites de production vers les plates-formes de distribution.

Les facteurs d'émission de CO₂ sont mis à jour chaque année pour chaque source d'énergie et notamment l'électricité. Cette mise à jour peut être à l'origine d'évolutions importantes. Compte tenu de la hausse des enjeux liés aux énergies renouvelables au sein du Groupe, la méthodologie de calcul des émissions de CO₂ sera révisée en 2016. Les principales actions de réduction des émissions de gaz à effet de serre scope 1 et 2 consistent en la réduction des consommations d'énergie en magasins (éclairage et climatisation) et en l'optimisation des consommations d'énergie par les procédés de fabrication.

Répartition des émissions par activité en 2015

(en tonnes équivalent CO ₂)	Émissions de CO ₂ en 2015	Dont		Émissions de CO ₂ en 2014	Émissions de CO ₂ en 2015 pro-forma ⁽¹⁾	Émissions de CO ₂ en 2015 pro-forma ⁽¹⁾	Évolution ⁽¹⁾ (en %)
		Pourcentage d'émissions de CO ₂ directes	Pourcentage d'émissions de CO ₂ indirectes				
Vins et Spiritueux	43 482	68	32	47 802	43 387	47 801	[9]
Mode et Maroquinerie	104 120	22	78	73 201	64 442	67 810	[5]
Parfums et Cosmétiques	12 187	51	49	10 717	9 817	9 417	4
Montres et Joaillerie	3 762	45	55	3 145	3 085	2 972	4
Distribution sélective	132 106	2	98	123 154	122 755	119 697	3
Autres activités	2 842	32	68	2 821	2 842	2 821	1
Total	298 499	22	78	260 840	246 328	250 518	[2]

La prise en compte du changement climatique est inscrite depuis longtemps dans la politique de LVMH qui a réalisé, depuis 2002, le Bilan Carbone® de ses Maisons : Moët & Chandon, Veuve Clicquot, Hennessy, Parfums Christian Dior, Guerlain, Parfums Kenzo, Parfums Givenchy, Givenchy, Make Up For Ever, DFS, Sephora et Le Bon Marché. Ces bilans font l'objet de mises à jour tous les trois ans.

Les Maisons travaillent à la réduction de la consommation d'énergie et des émissions de gaz à effet de serre sur leur propres sites et magasins (cf. partie 3.3). Elles déploient également des actions pour réduire les émissions générées par leur chaîne logistique. Ainsi, en 2015, Hennessy s'est doté d'une des plus grandes flottes privées de véhicules électriques de France ; 75 bornes de recharges ont été installées sur les différents sites de la Maison. Sephora utilise également des camions 100 % électriques pour livrer la vingtaine de magasins de la ville de Shanghai en Chine.

Répartition des émissions de gaz à effet de serre générées par le transport amont en 2015

(en tonnes équivalent CO ₂)	Route	Air	Maritime	Total
Vins et Spiritueux	2 906	598	1 121	4 625
Mode et Maroquinerie	10 524	7 154	23	17 701
Parfums et Cosmétiques	11 822	28 122	256	40 200
Montres et Joaillerie	3	1 632	-	1 635
Distribution sélective	-	-	-	-
Total	25 255	37 506	1 400	64 161

[1] Valeur et évolution à périmètre comparables.

Répartition des émissions de gaz à effet de serre générées par le transport aval en 2015

(en tonnes équivalent CO ₂)	Route	Rail	Air	Maritime	Barge fluviale	Route électrique	Total
Vins et Spiritueux	23 120	692	22 270	16 728	188	-	62 998
Mode et Maroquinerie	842	9	95 113	599	5	-	96 568
Parfums et Cosmétiques	2 177	-	149 865	1 874	-	-	153 916
Montres et Joaillerie	164	-	33 973	115	-	-	34 252
Distribution sélective	2 019	-	5 415	146	-	63	7 643
Total	28 322	701	306 636	19 462	193	63	355 377

Les Maisons Château Cheval Blanc, Château d'Yquem, Chaumet, DFS, Fred, Donna Karan, et Les Echos n'ont pas reporté leurs données pour cet indicateur.

4.2. Adaptation au changement climatique

Le Groupe a également conduit une réflexion concernant les différents enjeux de l'adaptation au changement climatique. À moyen terme, l'évolution des pratiques de viticulture est la composante majeure de la stratégie d'adaptation du Groupe. Pour les vignobles européens plusieurs réponses sont possibles selon l'ampleur du changement climatique qui sera constaté depuis la modification des dates de vendange, l'évolution des modes de conduite des vignes (élargissement des rangs, augmentation de la taille des pieds de vigne, utilisation de l'irrigation dans certains pays...) jusqu'au test de nouveaux cépages. Pour

les vignobles localisés en Argentine et en Californie, l'enjeu majeur est la disponibilité en eau (cf. § 3.1 La consommation d'eau et l'approvisionnement en fonction des contraintes locales). Enfin, au regard des connaissances scientifiques actuelles, les vignobles localisés en Nouvelle Zélande et dans l'ouest australien sont les moins sensibles au changement climatique. D'autres informations sont également disponibles dans le « *Rapport de gestion du Conseil d'administration – Le groupe LVMH* », au niveau du § 2.1.10 Risques industriels, environnementaux et météorologiques.

5. PROTECTION DE LA BIODIVERSITÉ

Le groupe LVMH s'est doté d'une stratégie d'approvisionnement et de préservation des matières premières. En effet, le choix des composants dans la fabrication des produits est un levier capital de la préservation de l'environnement et notamment des ressources rares indispensables à la fabrication des produits, particulièrement les cuirs et les essences végétales.

LVMH a été le premier acteur privé à rejoindre les huit organismes publics de recherche qui siègent au Conseil d'administration de la Fondation pour la Recherche sur la Biodiversité. Cet événement consacre l'implication du Groupe aux côtés de la FRB, qu'il accompagne depuis plus de six ans. Sylvie Bénard, Directrice de l'environnement de LVMH, a ainsi occupé pendant quatre ans la Vice-présidence du Comité d'Orientation Stratégique de la Fondation. Dans le cadre de ce comité, qui réunit plus de 160 parties prenantes pour réfléchir à la co-construction de programmes de recherche en faveur de la biodiversité, le Groupe s'est notamment intéressé à la question de l'accès aux ressources génétiques et au partage des avantages découlant de leurs utilisations. Plusieurs projets sont en cours pour les groupes d'activités Parfums et Cosmétiques, Mode et Maroquinerie, Montres et Joaillerie comme le développement de nouvelles filières d'approvisionnement responsables.

Les activités Mode et Maroquinerie et Montres et Joaillerie ont mis en place des procédures pour s'assurer que l'ensemble de leurs produits respecte les exigences de la convention internationale CITES. Cette convention, par un système de permis d'importation

et d'exportation, lutte contre la surexploitation de certaines espèces animales et végétales en voie d'extinction. L'approvisionnement en cuir est un sujet stratégique et les Maisons utilisent majoritairement du cuir bovin en provenance d'Europe (cf. la partie « *Activités du Groupe* », § 2.4 Sources d'approvisionnement et sous-traitance). Les Maisons participent à des groupes de travail comme la plate-forme Responsible Ecosystems Sourcing Platform (RESP), le Leather Working Group (LWG) ou le Business for Social Responsibility (BSR). Elles travaillent avec leurs fournisseurs pour améliorer la traçabilité, le bien-être animal ou encore la préservation de certaines espèces.

Dans les activités Parfums et Cosmétiques, le département Recherche & Développement et les Maisons sont mobilisés conjointement sur l'ethnobotanique depuis des années. Ils identifient à travers la planète les espèces végétales présentant un intérêt cosmétique particulier tout en participant à la préservation de ces espèces et au développement économique local. Ainsi, Parfums Christian Dior dispose des Jardins de Dior, un ensemble de parcelles dédiées à la culture pour leurs propriétés exceptionnelles. Guerlain a également lancé de nombreux partenariats autour de l'orchidée dans le Yunnan en Chine, du vétiver en Inde ou de l'abeille noire à Ouessant en France.

Le groupe d'activité Vins et Spiritueux est engagé dans la viticulture durable notamment pour réduire l'utilisation des pesticides (cf. § 3.4 L'utilisation des sols).

6. SANTÉ ET SÉCURITÉ DES CONSOMMATEURS

La politique du groupe LVMH sur la question sensible de l'utilisation des tests sur animaux dans le cadre de l'évaluation de la sécurité des produits finis a toujours été clairement définie : l'objectif est d'assurer la sécurité du consommateur de nos produits tout en prenant en compte le respect de la vie animale. C'est pourquoi dès 1989, les sociétés de Parfums et Cosmétiques ne pratiquaient plus de tests sur animaux pour les produits qu'elles mettaient sur le marché, et ce bien avant l'interdiction officielle dans l'Union européenne datant de 2004. Depuis, le développement des méthodes alternatives aux tests sur animaux demeure un réel enjeu scientifique et le groupe LVMH continue d'y participer très activement.

Le groupe LVMH est particulièrement vigilant quant au respect des textes réglementaires, des avis des comités scientifiques et des recommandations des associations professionnelles, en Europe comme dans le monde entier. Il se plie en outre à de strictes règles internes en matière de développement de nouveaux produits, règles qui sont également imposées aux fournisseurs du groupe LVMH.

Fidèle à cet engagement depuis plusieurs années, le groupe LVMH accompagne cette politique par une approche visant à anticiper les évolutions des réglementations internationales. Cette anticipation est rendue possible grâce au travail des experts du Groupe, qui participent régulièrement aux groupes de travail des autorités nationales et européennes et qui sont très actifs dans les organisations professionnelles. Le travail de veille sur toutes les nouvelles réglementations et sur l'évolution des connaissances scientifiques par les experts du Groupe conduit régulièrement LVMH à s'interdire l'utilisation de certaines substances et à travailler à la reformulation de certains produits.

Ce niveau d'exigence permet à LVMH de garantir la sécurité de ses produits cosmétiques lors de leur mise sur le marché. Dans le but de contrôler la qualité des produits après commercialisation, les marques du groupe LVMH mettent à disposition des consommateurs, des services de relation clientèle permettant l'analyse de toute réclamation dont celles liées aux effets indésirables. Cette activité appelée cosmétovigilance, est assurée par une équipe spécialisée mettant à la disposition des marques un réseau européen de professionnels de santé capable d'intervenir rapidement auprès des consommateurs en cas d'effets secondaires. Une approche semblable est en cours de développement en Chine. Ce suivi des produits post marketing permet d'explorer

de nouvelles pistes de recherche et d'améliorer sans cesse la qualité et la bonne tolérance des produits.

Depuis de nombreuses années, Moët Hennessy promeut une consommation responsable de ses champagnes, vins et spiritueux. Cet engagement se matérialise dans une multitude d'actions à destination des collaborateurs, des consommateurs, et des invités et visiteurs de ses Maisons.

Moët Hennessy s'impose, outre le respect scrupuleux des réglementations locales, des règles d'autodiscipline pour l'ensemble de ses communications et pratiques marketing et suit des lignes directrices en matière de communication sur Internet tel que le filtrage des mineurs sur les sites Internet de ses Maisons. D'autre part, chaque année les équipes de Moët Hennessy forment des centaines de consommateurs aux rituels de dégustation de ses produits d'exception, en mettant en exergue leur dimension gastronomique mais aussi culturelle, patrimoniale, et historique, qui impliquent une consommation responsable.

En Europe, Moët Hennessy étiquette, sur toutes ses bouteilles de vins et de champagne (sauf en France pour des raisons légales), la mention www.wineinmoderation.com et sur toutes ses bouteilles de spiritueux, la mention www.responsibledrinking.eu, deux sites qui offrent aux consommateurs des informations sur la consommation responsable.

En 2015, Moët Hennessy a déployé une campagne de communication interne rappelant aux collaborateurs qu'ils sont « Tous ambassadeurs d'une consommation responsable », à travers une série de visuels déployés à travers le monde et traduites en huit langues.

Moët Hennessy est membre du Forum Européen Alcool et Santé, organisé sous l'égide de la Commission Européenne, et prend chaque année des engagements visant à promouvoir la consommation responsable : si l'engagement 2013-2014 portait sur la formation des collaborateurs et avait été évalué rempli à 89 % par un consultant externe nommé par la Commission Européenne, l'engagement 2015 portait sur la campagne de consommation responsable évoquée supra.

Enfin, Moët Hennessy continue de soutenir activement de nombreux programmes de consommation responsable à travers le monde : outre son engagement dans Wine in Moderation, Moët Hennessy participe à de nombreux programmes locaux.

RAPPORT DE L'ORGANISME TIERS INDÉPENDANT SUR LES INFORMATIONS SOCIALES, ENVIRONNEMENTALES ET SOCIÉTALES CONSOLIDÉES FIGURANT DANS LE RAPPORT DE GESTION

Aux Actionnaires,

En notre qualité d'organisme tiers indépendant accrédité par le COFRAC⁽¹⁾ sous le numéro 3-1050 et membre du réseau de l'un des Commissaires aux comptes de la société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton, nous vous présentons notre rapport sur les informations sociales, environnementales et sociétales consolidées relatives à l'exercice clos le 31 décembre 2015, présentées dans les chapitres « LVMH et l'environnement » et « Ressources Humaines » du Rapport de gestion, ci-après les « Informations RSE », en application des dispositions de l'article L.225-102-1 du Code de commerce.

Responsabilité de la société

Il appartient au Conseil d'administration d'établir un Rapport de gestion comprenant les Informations RSE prévues à l'article R.225-105-1 du Code de commerce, conformément aux référentiels utilisés par la société, composés du « Protocole de reporting environnemental LVMH » dans sa version du mois de septembre 2015 et du « Référentiel des indicateurs sociaux – Rapport Annuel 2015 » (ci-après les « Référentiels ») disponibles sur demande respectivement auprès de la Direction Environnement, et de la Direction des Ressources Humaines du Groupe.

Indépendance et contrôle qualité

Notre indépendance est définie par les textes réglementaires, le code de déontologie de la profession ainsi que les dispositions prévues à l'article L.822-11 du Code de commerce. Par ailleurs, nous avons mis en place un système de contrôle qualité qui comprend des politiques et des procédures documentées visant à assurer le respect des règles déontologiques, des normes professionnelles et des textes légaux et réglementaires applicables.

Responsabilité de l'organisme tiers indépendant

Il nous appartient, sur la base de nos travaux :

- d'attester que les Informations RSE requises sont présentes dans le Rapport de gestion ou font l'objet, en cas d'omission, d'une explication en application du troisième alinéa de l'article R.225-105 du Code de commerce (Attestation de présence des Informations RSE) ;
- d'exprimer une conclusion d'assurance modérée sur le fait que les Informations RSE, prises dans leur ensemble, sont présentées, dans tous leurs aspects significatifs, de manière sincère, conformément aux Référentiels (Avis motivé sur la sincérité des Informations RSE) ;
- d'exprimer, à la demande de la société, une conclusion d'assurance raisonnable sur le fait que les informations environnementales sélectionnées par le Groupe⁽²⁾ (ci-après « Informations Environnementales Sélectionnées ») ont été établies, dans tous leurs aspects significatifs, conformément aux Référentiels.

Nos travaux ont été effectués par une équipe de six personnes entre le mois d'octobre 2015 et la date de signature de notre rapport pour une durée d'environ douze semaines.

Nous avons conduit les travaux décrits ci-après conformément aux normes professionnelles applicables en France et à l'arrêté du 13 mai 2013 déterminant les modalités dans lesquelles l'organisme tiers indépendant conduit sa mission et concernant l'avis motivé de sincérité et le rapport d'assurance raisonnable, à la norme internationale ISAE 3000⁽³⁾.

1. Attestation de présence des Informations RSE

Nous avons pris connaissance, sur la base d'entretiens avec les responsables des directions concernées, de l'exposé des orientations en matière de développement durable, en fonction des conséquences sociales et environnementales liées à l'activité de la société et de ses engagements sociétaux et, le cas échéant, des actions ou programmes qui en découlent.

Nous avons comparé les Informations présentées dans le Rapport de gestion avec la liste prévue par l'article R.225-105-1 du Code de commerce.

En cas d'absence de certaines informations consolidées, nous avons vérifié que des explications étaient fournies conformément aux dispositions de l'article R.225-105 alinéa 3 du Code de commerce.

Nous avons vérifié que les Informations couvraient le périmètre consolidé, à savoir la société ainsi que ses filiales au sens de l'article L.233-1 du Code de commerce et les sociétés qu'elle contrôle au sens de l'article L.233-3 du même code avec les limites précisées en introduction des chapitres « LVMH et l'environnement » et « Ressources Humaines » du Rapport de gestion.

Sur la base de ces travaux et compte tenu des limites mentionnées ci-dessus, nous attestons de la présence dans le Rapport de gestion des Informations RSE requises.

2. Avis motivé sur la sincérité des Informations RSE

Nature et étendue des travaux

Nous avons mené une dizaine d'entretiens avec les personnes responsables de la préparation des Informations RSE auprès des directions en charge des processus de collecte des informations et, le cas échéant, responsables des procédures de contrôle interne et de gestion des risques, afin :

- d'apprécier le caractère approprié des Référentiels au regard de leur pertinence, leur exhaustivité, leur fiabilité, leur neutralité et leur caractère compréhensible, en prenant en considération, le cas échéant, les bonnes pratiques du secteur ;
- de vérifier la mise en place d'un processus de collecte, de compilation, de traitement et de contrôle visant à l'exhaustivité et à la cohérence des Informations RSE et prendre connaissance des procédures de contrôle interne et de gestion des risques relatives à l'élaboration des Informations RSE.

Nous avons déterminé la nature et l'étendue de nos tests et contrôles en fonction de la nature et de l'importance des Informations RSE au regard des caractéristiques de la société, des enjeux sociaux et environnementaux de ses activités, de ses orientations en matière de développement durable et des bonnes pratiques sectorielles.

Pour les Informations RSE que nous avons considérées les plus importantes⁽⁴⁾ :

- au niveau de l'entité consolidante, nous avons consulté les sources documentaires, mené des entretiens pour corroborer les informations qualitatives (organisation, politiques, actions, etc.), et nous nous sommes appuyés sur les procédures de contrôles de la société. Nous avons le cas échéant mis en œuvre des procédures analytiques sur les informations quantitatives et vérifié, sur la base de sondages, les calculs ainsi que la consolidation des données et nous avons vérifié leur cohérence et leur concordance avec les autres informations figurant dans le rapport de gestion ;
- au niveau d'un échantillon représentatif d'entités que nous avons sélectionnées⁽⁵⁾ en fonction de leur activité, de leur contribution aux indicateurs consolidés, de leur implantation et d'une analyse de risque, nous avons mené des entretiens pour vérifier la correcte application des procédures et mis en œuvre des tests de détail sur la base d'échantillonnages, consistant à vérifier les calculs effectués et à rapprocher les données des pièces justificatives. L'échantillon ainsi sélectionné représente en moyenne 16 % des effectifs, et entre 38 % et 92 % des informations quantitatives environnementales.

Pour les autres Informations RSE consolidées, nous avons apprécié leur cohérence par rapport à notre connaissance de la société.

Enfin, nous avons apprécié la pertinence des explications relatives, le cas échéant, à l'absence totale ou partielle de certaines informations en prenant en considération, le cas échéant, les bonnes pratiques professionnelles.

Nous estimons que les méthodes d'échantillonnage et tailles d'échantillons que nous avons retenues en exerçant notre jugement professionnel nous permettent de formuler une conclusion d'assurance modérée ; une assurance de niveau supérieur aurait nécessité des travaux de vérification plus étendus. Du fait du recours à l'utilisation de techniques d'échantillonnages ainsi que des autres limites inhérentes au fonctionnement de tout système d'information et de contrôle interne, le risque de non-détection d'une anomalie significative dans les Informations RSE ne peut être totalement éliminé.

Conclusion

Sur la base de nos travaux, nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause le fait que les Informations RSE, prises dans leur ensemble, sont présentées, de manière sincère, conformément aux Référentiels.

Observations

Sans remettre en cause la conclusion ci-dessus, nous attirons votre attention sur l'élément suivant :

- Au niveau des Maisons, concernant l'indicateur « transport aval (tonnes.km) », les travaux réalisés ont mis en évidence une hétérogénéité d'application des référentiels entre les Maisons, conduisant notamment aux exclusions précisées en partie 4.1 du chapitre « LVMH et l'environnement ».

3. Rapport d'assurance raisonnable sur une sélection d'informations RSE

Nature et étendue des travaux

Concernant les Informations Environnementales Sélectionnées, nous avons mené des travaux de même nature que ceux décrits dans le paragraphe 2 ci-dessus pour les Informations RSE considérées les plus importantes mais de manière plus approfondie, en particulier en ce qui concerne le nombre de tests.

L'échantillon sélectionné représente ainsi en moyenne 56 % des Informations Environnementales Sélectionnées.

Nous estimons que ces travaux nous permettent d'exprimer une assurance raisonnable sur les Informations Environnementales Sélectionnées.

Conclusion

À notre avis, les Informations Environnementales Sélectionnées ont été établies, dans tous leurs aspects significatifs, conformément aux Référentiels.

Observations

Sans remettre en cause la conclusion ci-dessus, nous attirons votre attention sur l'élément suivant :

- Les contrôles effectués par quelques Maisons restent insuffisants. Ceux réalisés au niveau du Groupe permettent de corriger les principaux écarts identifiés au niveau de ces Maisons.

Paris-La Défense, le 12 février 2016

L'Organisme Tiers Indépendant

ERNST & YOUNG et Associés

Éric Mugnier
Associé
développement durable

Bruno Perrin
Associé

[1] Portée d'accréditation disponible sur www.cofrac.fr.

[2] Informations vérifiées en assurance raisonnable : pourcentage de sites ayant fait l'objet d'audits environnementaux (%); consommation totale d'eau pour les besoins « Process » (m³); total de déchets produits (tonnes); total de déchets dangereux produits (tonnes); pourcentage de valorisation des déchets (%); consommation d'énergie totale (MWh); émissions de gaz à effet de serre (tonnes équivalent CO₂); total d'emballages mis sur le marché (tonnes); demande chimique en oxygène après traitement (tonnes/an).

[3] ISAE 3000 – Assurance engagements other than audits or reviews of historical information.

[4] Informations environnementales et sociétales : la politique générale en matière d'environnement, les mesures de prévention, de réduction ou de réparation de rejets dans l'air, l'eau et le sol affectant gravement l'environnement, les mesures de prévention, de recyclage et d'élimination des déchets, la consommation d'eau et l'approvisionnement en eau en fonction des contraintes locales, la consommation de matières premières et les mesures prises pour améliorer l'efficacité de leur utilisation, la consommation d'énergie, les mesures prises pour améliorer l'efficacité énergétique et le recours aux énergies renouvelables, les rejets de gaz à effet de serre, les mesures prises pour développer la biodiversité; la santé et la sécurité des consommateurs.

Informations sociales : effectif total au 31 décembre réparti par catégorie professionnelle, âge et zone géographique; turnover volontaire et involontaire; recrutements; nombre d'accidents avec arrêts de travail; taux de fréquence; taux de gravité; salariés formés au cours de l'année (en %); nombre moyen de jours de formation par personne; taux d'absentéisme par motif.

[5] Informations environnementales : activité Vins et Spiritueux : Cloudy Bay (Nouvelle-Zélande), Glenmorangie (Ardèche et Tain, Écosse), Hennessy (France), MHCS (France), Polmos zyrardow (Pologne); activité Mode et Maroquinerie : Céline (Italie), LVM Issoudun (France), LVM Les ateliers de l'Ardèche (France); LVM Saint-Pourçain (France), Kenzo Mode (France), Tannerie Heng Long (Chine); activité Parfums et Cosmétiques : Givenchy Parfums (Beauvais, France), Parfums Christian Dior (SJD, France), Parfums Christian Dior (Paris, France); activité Montres et Joaillerie : Bulgari Neuchâtel (Suisse), Hublot (Suisse), De Beers (Royaume-Uni); activité Distribution sélective : DFS Hawaiï Waikiki Square (États-Unis), DFS Okinawa (Japon), DFS Saipan (Japon), Le Bon Marché (France), Sephora Americas Energy (États-Unis); Autres activités : Le Jardin d'Acclimatation (France).

Informations sociales : activité Mode et Maroquinerie : Louis Vuitton China co. Ltd (Chine), Société des Ateliers Louis Vuitton (France), Louis Vuitton Japan (Japon), Donna Karan (États-Unis); Activité Parfums et Cosmétiques : Guerlain Japan (Japon), PCD China (Chine), PCD Japan (Japon), BeneFit Cosmetics France (France), BeneFit Cosmetics (États-Unis); Activité Montres et Joaillerie : Bulgari Japan LTD (Japon); activité Distribution sélective : DFS Group Limited – HK Division (Hong Kong), DFS Okinawa K.K. (Japon), Sephora South & South East Asia (Singapour), Sephora Russia (Russie), Sephora Brazil (Brésil); Autres activités : Royal Van Lent (Pays-Bas).

RAPPORT DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

1.	GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE	108
1.1.	Conseil d'administration	108
1.2.	Code de gouvernement d'entreprise – application des recommandations	108
1.3.	Composition et fonctionnement	108
1.4.	Direction générale	110
1.5.	Comité d'audit de la performance	110
1.6.	Comité de sélection des Administrateurs et des rémunérations	111
1.7.	Vice-Président du Conseil d'administration	112
1.8.	Collège des Censeurs	112
1.9.	Participation aux Assemblées générales	112
1.10.	Éléments susceptibles d'avoir une incidence en cas d'offre publique	112
1.11.	Politique de rémunération des mandataires sociaux	112
2.	PROCÉDURES DE GESTION DES RISQUES ET DE CONTRÔLE INTERNE MISES EN PLACE	114
2.1.	Définitions et objectifs de la gestion des risques et du contrôle interne	114
2.2.	L'organisation et les acteurs des dispositifs de gestion des risques et du contrôle interne	114
2.3.	La gestion des risques et le contrôle interne propres à l'information financière et comptable	117
2.4.	La formalisation et le pilotage des dispositifs de gestion des risques et du contrôle interne	119
3.	RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES ÉTABLI EN APPLICATION DE L'ARTICLE L.225-235 DU CODE DE COMMERCE SUR LE RAPPORT DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY - LOUIS VUITTON	121

Établi conformément aux dispositions de l'article L.225-37 du Code de commerce, ce rapport a été approuvé par le Conseil d'administration dans sa délibération du 2 février 2016.

Il a notamment pour objet de rendre compte de la composition du Conseil d'administration de la Société, des conditions de

préparation et d'organisation de ses travaux, de la politique de rémunération des dirigeants et mandataires sociaux ainsi que des procédures de gestion des risques et de contrôle interne mises en place par celui-ci et notamment les procédures relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière.

1. GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

1.1. Conseil d'administration

Instance stratégique de la Société, le Conseil d'administration a pour objectifs prioritaires l'accroissement de la valeur de l'entreprise et la défense de l'intérêt social. Il a pour missions principales l'adoption des grandes orientations stratégiques de la Société et du Groupe et le suivi de leur mise en œuvre, la vérification de la fiabilité et de la sincérité des informations relatives à la Société et au Groupe et la protection du patrimoine social.

Le Conseil d'administration de LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton garantit le respect de ses droits à chacun des actionnaires participant à la composition de son capital et s'assure que ceux-ci remplissent la totalité de leurs devoirs.

Le Conseil d'administration est doté d'une Charte qui fixe, notamment, les règles régissant sa composition, ses missions, son fonctionnement et ses responsabilités.

Deux Comités, le Comité d'audit de la performance et le Comité de sélection des Administrateurs et des rémunérations, dont la composition, le rôle et les missions sont définis par un règlement intérieur, sont constitués au sein du Conseil d'administration.

La Charte du Conseil d'administration et les règlements intérieurs des Comités sont communiqués à tout candidat aux fonctions

d'Administrateur ainsi qu'au représentant permanent d'une personne morale avant leur entrée en fonction. Ces documents figurent *in extenso* dans la partie « *Autres informations – Gouvernance* ». Ils sont régulièrement modifiés pour prendre en compte l'évolution des dispositions législatives ou réglementaires et des bonnes pratiques de gouvernance.

En application des dispositions de la Charte du Conseil d'administration, les Administrateurs doivent porter à la connaissance du Président du Conseil d'administration toute situation de conflit d'intérêts, même potentiel, entre leurs devoirs à l'égard de la Société et leurs intérêts privés ou d'autres devoirs. Ils doivent également l'informer de toute mise en examen, condamnation pour fraude, incrimination et/ou sanction publique, interdiction de gérer ou d'administrer qui aurait été prononcée à leur encontre ainsi que de toute faillite, mise sous séquestre ou liquidation à laquelle ils auraient été associés. Aucune information n'a été communiquée au titre de cette obligation.

Les Administrateurs doivent statutairement détenir directement et personnellement un minimum de 500 actions de la Société.

1.2. Code de gouvernement d'entreprise – application des recommandations

Le Code de gouvernement d'entreprise des sociétés cotées AFEP/MEDEF est celui auquel se réfère la Société. Ce code est consultable sur le site www.afep.com.

La Société applique les recommandations de ce code sous réserve,

- pour l'appréciation de l'indépendance des Administrateurs, des critères fixés *in abstracto* et relatifs à l'ancienneté du mandat et aux liens d'affaires entretenus avec le Groupe ainsi qu'il est précisé au point 1.3 « Composition et fonctionnement »,

- pour la composition du Conseil d'administration, du respect de l'équilibre entre les hommes et les femmes en son sein ainsi qu'il est précisé au point 1.3 « Composition et fonctionnement »,
- pour les autorisations d'émission d'options ou d'actions de performance, de la fixation dans les résolutions d'un plafond pour l'attribution aux mandataires sociaux dirigeants ainsi qu'il est précisé au point 1.11 « Politique de rémunération des mandataires sociaux ».

1.3. Composition et fonctionnement

• Le Conseil d'administration, au cours de sa réunion du 2 février 2016, a (i) examiné les mandats de Madame Bernadette Chirac et de Messieurs Bernard Arnault, Nicholas Clive Worms, Charles de Croisset, Francesco Trapani et Hubert Védrine qui arrivent à échéance à l'issue de l'Assemblée générale du

14 avril 2016, et (ii) décidé de soumettre à ladite Assemblée le renouvellement des mandats d'Administrateur de Madame Bernadette Chirac et de Messieurs Bernard Arnault, Charles de Croisset et Hubert Védrine, ainsi que la nomination de Mesdames Clara Gaymard et Natacha Valla en qualité d'Administrateur.

Les Administrateurs sont nommés pour la durée statutaire de trois années. En vue d'assurer un renouvellement des mandats des Administrateurs aussi égal que possible, et en tout cas complet pour chaque période de trois ans, le Conseil d'administration a mis en place un renouvellement par roulement depuis 2010.

- Le Conseil d'administration, sous réserve des décisions de l'Assemblée générale du 14 avril 2016, sera donc composé de dix-sept membres : Mesdames Delphine Arnault, Bernadette Chirac, Clara Gaymard, Marie-Josée Kravis, Marie-Laure Sauty de Chalon et Natacha Valla ainsi que Messieurs Bernard Arnault, Antoine Arnault, Nicolas Bazire, Antonio Belloni, Charles de Croisset, Diego Della Valle, Albert Frère, Pierre Godé, Yves-Thibault de Silguy, Hubert Védrine et Lord Powell of Bayswater.

La proportion de femmes sera égale à 35 % des membres du Conseil d'administration ; celui-ci poursuivant ainsi progressivement sa politique de féminisation pour atteindre le seuil de 40 % en 2017 comme le prévoit le Code de commerce.

Les informations personnelles concernant les Administrateurs figurent dans la partie « *Autres informations – Gouvernance* ».

Messieurs Bernard Arnault, Président-directeur général, et Antonio Belloni, Directeur général délégué, n'exercent pas plus de deux mandats d'Administrateur dans des sociétés cotées extérieures au Groupe, y compris étrangères.

Le Conseil d'administration, lors de sa réunion du 2 février 2016, a apprécié et revu la situation de chaque Administrateur et candidat aux fonctions d'Administrateur notamment au regard des critères d'indépendance énoncés par le Code AFEP/MEDEF, et a considéré que :

(i) Mesdames Bernadette Chirac, Clara Gaymard, Marie-Josée Kravis, Marie-Laure Sauty de Chalon et Natacha Valla ainsi que Messieurs Charles de Croisset, Yves-Thibault de Silguy et Hubert Védrine, remplissent l'ensemble de ces critères ;

(ii) Messieurs Diego Della Valle et Albert Frère, qui sont membres du Conseil d'administration depuis plus de 12 ans, doivent être considérés comme indépendants. Le Conseil a écarté, en l'espèce, les critères posés par le Code AFEP/MEDEF et liés :

- à l'ancienneté de leur mandat, considérant que celle-ci n'était pas de nature à émousser leur sens critique ou à porter atteinte à leur liberté de jugement compte tenu tant de leur personnalité que de leur situation personnelle et professionnelle. En outre, leur bonne connaissance du Groupe constitue un atout inégalable lors des décisions à prendre sur les grandes questions stratégiques,
- aux relations d'affaires résultant de la détention conjointe et à égalité par le Groupe LVMH et le Groupe Frère-Bourgeois, présidé par Monsieur Albert Frère, de la société Château Cheval Blanc, considérant que celles-ci ne sont pas significatives au regard de la taille des deux groupes et ne sont pas de nature à remettre en cause son indépendance.

Ainsi, sous réserve des décisions de l'Assemblée générale du 14 avril 2016, dix Administrateurs sur dix-sept composant le Conseil d'administration sont considérés comme indépendants et libres d'intérêts à l'égard de la Société. Ils représentent 59 %

des membres du Conseil d'administration. Au regard des critères définis par le Code AFEP/MEDEF, les Administrateurs indépendants représentent le tiers des membres du Conseil, pourcentage préconisé par ce Code pour les sociétés contrôlées.

- Au cours de l'exercice 2015, le Conseil d'administration s'est réuni quatre fois sur convocation de son Président. Le taux de présence des Administrateurs aux réunions s'est élevé à 94 % en moyenne.

Le Conseil a arrêté les comptes sociaux et consolidés annuels et semestriels, pris connaissance de l'activité trimestrielle et s'est prononcé notamment sur les grandes orientations et décisions stratégiques du Groupe, le budget, la rémunération des mandataires sociaux, la mise en place de plans d'attribution d'actions de performance et, la mise en œuvre du programme de rachat d'actions.

Il a renouvelé les autorisations données (i) au Président-directeur général d'accorder des cautions au profit de tiers et (ii) au Président-directeur général ainsi qu'au Directeur général délégué d'émettre des emprunts obligataires. Il a procédé à l'examen des conventions réglementées dont l'exécution s'est poursuivie au cours de l'exercice et autorisé la modification de diverses conventions réglementées notamment entre sociétés apparentées ou avec certaines sociétés dans lesquelles certains Administrateurs exercent des fonctions de dirigeant. Il a également réduit le capital social par annulation d'actions auto-détenues.

Il a procédé à l'évaluation formalisée de sa capacité à répondre aux attentes des actionnaires en passant en revue sa composition, son organisation et son fonctionnement. Il a modifié sa Charte pour (i) préciser les missions du Conseil d'administration en matière d'opérations significatives se situant hors des orientations stratégiques définies par le Conseil d'administration et d'information sur la situation financière de l'entreprise, (ii) interdire aux mandataires sociaux dirigeants de recourir à des opérations de couverture de leur risque sur leurs options d'achat ou de souscription et sur leurs actions de performance jusqu'à la fin de la période de conservation fixée par le Conseil, (iii) autoriser les mandataires sociaux à procéder à l'exercice d'options pendant une période de « fenêtre négative » sous réserve qu'il n'y ait pas revente des actions avant l'expiration de celle-ci et (iv) préciser les conditions dans lesquelles les mandataires sociaux dirigeants peuvent accepter un nouveau mandat social dans une société cotée.

Il a également modifié le règlement intérieur du Comité de Sélection des Administrateurs et des rémunérations pour en préciser les règles de fonctionnement lorsqu'il délibère sur les rémunérations des mandataires sociaux dirigeants.

Enfin, il a été tenu informé des dispositions adoptées par le Groupe en matière d'égalité professionnelle et salariale.

- Dans sa séance du 2 février 2016, le Conseil d'administration a passé en revue sa composition, son organisation et son fonctionnement. Le Conseil a considéré que sa composition est équilibrée quant au pourcentage d'Administrateurs extérieurs, eu égard à la répartition de son capital et quant à la diversité et à la complémentarité des compétences et expériences de ses membres.

Le Conseil a constaté que :

- la fréquence des réunions et la qualité des informations qui sont communiquées (orientations stratégiques, marche des affaires, états financiers, budget et plan à trois ans) donnent satisfaction aux Administrateurs ;
- l'assiduité des Administrateurs est élevée et stable par rapport à 2014 ;
- la mixité et la présence de personnalités de nationalité autre que française au sein du Conseil d'administration apportent une diversité d'approches et de sensibilités essentielle dans un Groupe de dimension mondiale ;

1.4. Direction générale

Monsieur Bernard Arnault est Président-directeur général de la Société depuis 1989. Le Conseil d'administration n'a apporté aucune limitation aux pouvoirs du Directeur général.

Le Conseil d'administration a considéré que le cumul des fonctions de Président et de Directeur général était adapté à la spécificité de l'actionnariat de la Société et permettait en outre une plus grande réactivité dans la prise de décisions. En conséquence, il a décidé de ne pas dissocier les fonctions de Président du Conseil d'administration et de Directeur général. En septembre 2001, sur proposition du Président-directeur général, il a nommé Monsieur Antonio Belloni en qualité de Directeur général

1.5. Comité d'audit de la performance

Le Comité d'audit de la performance a pour missions essentielles d'assurer le suivi du processus d'élaboration de l'information financière, de l'efficacité des systèmes de contrôle interne et de gestion des risques ainsi que du contrôle légal des comptes sociaux et consolidés par les Commissaires aux comptes. Il pilote la procédure de sélection des Commissaires aux comptes et veille à leur indépendance.

Au 31 décembre 2015, il est composé de trois membres désignés par le Conseil d'administration : Monsieur Yves-Thibault de Silguy (Président) qui a, notamment, exercé les fonctions de Commissaire européen chargé des affaires économiques, financières et monétaires, de Trustee de la IFRS Foundation et de Directeur général de Suez, Monsieur Nicholas Clive Worms qui a été associé-gérant de différentes sociétés du groupe Worms et Monsieur Charles de Croisset, qui a exercé des fonctions de Direction générale successivement au CFF, chez HSBC Holdings Plc et Goldman Sachs International. De par leur expérience professionnelle (voir également Rubrique « *Autres informations – Gouvernance* » : « Principaux titres, mandats et fonctions des membres du Conseil d'administration ») et leur bonne connaissance des procédures comptables et financières applicables aux groupes de sociétés, Messieurs Yves-Thibault de Silguy, Nicholas Clive Worms et Charles de Croisset ont les compétences nécessaires pour l'exercice de ces fonctions.

Ses membres sont tous indépendants. Au regard des critères définis par le Code AFEP/MEDEF, les Administrateurs indépendants

- le Conseil joue son rôle au regard de ses missions et objectifs que sont l'accroissement de la valeur d'entreprise et la défense de l'intérêt social ;
- les règles de répartition des jetons de présence et le nombre d'actions que doit détenir chaque Administrateur n'appellent pas d'observations particulières de la part des Administrateurs ; il en est de même de la composition des deux Comités et de la qualité de leurs travaux.

En outre, le Conseil d'administration a examiné la politique du Groupe pour se prémunir contre les évolutions économiques et financières à venir.

délégué. Le Directeur général délégué dispose des mêmes pouvoirs que le Directeur général.

L'équilibre des pouvoirs au sein du Conseil d'administration est assuré (i) par les dispositions de la Charte du Conseil d'administration et les règlements des deux Comités institués en son sein qui définissent les missions de chacun de ces organes ainsi que (ii) par leur composition. En effet, le Conseil d'administration compte plus d'un tiers d'Administrateurs indépendants et les Comités d'audit de la performance et de sélection des Administrateurs et des rémunérations sont entièrement composés d'Administrateurs indépendants.

représentent les deux-tiers des membres du Comité, proportion préconisée par ce Code.

Le Comité d'audit de la performance s'est réuni quatre fois au cours de l'exercice 2015 en présence trois fois de la totalité de ses membres et une fois des deux tiers de ses membres. Les réunions consacrées à l'examen des comptes se sont tenues au plus tard deux jours avant leur examen par le Conseil d'administration.

Participaient également à ces réunions le collège des Commissaires aux comptes, le Directeur financier, le Directeur financier adjoint, le Directeur de l'Audit et du contrôle interne, le Directeur fiscal, la Directrice fiscale adjointe, le Directeur juridique et, en fonction des sujets abordés, le Directeur du financement et de la trésorerie, le Directeur de la gestion des risques, le Directeur des Opérations et les Responsables des départements ou filiales concernées.

Outre l'examen des comptes sociaux et consolidés annuels et semestriels, en liaison avec l'analyse détaillée de l'évolution des activités et du périmètre du Groupe, les travaux du Comité ont porté principalement sur les points suivants : le contrôle interne et la gestion des risques majeurs au sein de certaines filiales du Groupe, la politique relative aux assurances dans le Groupe, l'impact des effets de change, les amortissements et dépréciations des marques et goodwill et les enjeux concernant leur valorisation ainsi que l'actualité fiscale. Ces différents points ont fait l'objet de présentations du Directeur financier du Groupe ou des Responsables des départements concernés.

En outre, lors de sa réunion du 3 février 2015, le Président de la branche Vins & Spiritueux a fait une présentation sur la situation en Chine dans le contexte de la campagne « anti-extravagance », l'impact de cette dernière sur la consommation de produits de luxe et les mesures prises pour redresser la situation. Lors de sa réunion du 28 juillet 2015, le Président et le Directeur des Opérations de Sephora ont fait une présentation sur le contrôle interne et la gestion des risques majeurs chez Sephora.

En application de la recommandation du § 16.2.3 du Code AFEP/MEDEF, le Comité a également piloté la procédure de sélection des Commissaires aux comptes dont les mandats arrivent à échéance en 2016 et soumis au Conseil d'administration une recommandation sur les Commissaires aux comptes proposés à la désignation par l'Assemblée générale.

L'examen des comptes sociaux et consolidés fait l'objet d'une présentation du collège des Commissaires aux comptes portant, notamment, sur le contrôle interne, les principaux événements, et les points d'audit identifiés et les options comptables retenues.

Il a eu communication de la déclaration d'indépendance des Commissaires aux comptes ainsi que du montant des honoraires versés au réseau des Commissaires aux comptes par les sociétés contrôlées par la Société ou l'entité qui la contrôle, au titre des prestations qui ne sont pas directement liées à la mission des Commissaires aux comptes et a été informé des prestations accomplies au titre des diligences directement liées à la mission de Commissaire aux comptes.

1.6. Comité de sélection des Administrateurs et des rémunérations

Le Comité de sélection des Administrateurs et des rémunérations a pour missions essentielles d'émettre :

- des propositions sur la rémunération, les avantages en nature, les actions gratuites et les options de souscription ou d'achat d'actions du Président du Conseil d'administration, du Directeur général et du(des) Directeur(s) général(aux) délégué(s) de la Société ainsi que sur la répartition des jetons de présence versés par la Société ;
- des avis sur les candidatures aux postes d'Administrateur et de Censeur, ou aux fonctions de membre du Comité exécutif du Groupe et de Direction générale de ses principales filiales.

Au 31 décembre 2015, il est composé de trois membres, désignés par le Conseil d'administration. Les membres actuels du Comité de sélection des Administrateurs et des rémunérations sont Messieurs Albert Frère (Président), Charles de Croisset et Yves-Thibault de Silguy.

Ses membres sont tous indépendants. Au regard des critères définis par le Code AFEP/MEDEF, les Administrateurs indépendants représentent la majorité des membres du Comité, proportion préconisée par ce code.

Le Comité s'est réuni trois fois au cours de l'exercice 2015 en présence deux fois de la totalité de ses membres et une fois des deux tiers de ses membres. Il a notamment (i) émis des propositions relatives à la rémunération fixe et variable du Président-directeur général et du Directeur général délégué, à l'attribution d'actions de performance à ces mêmes personnes ainsi qu'à l'obligation de conservation d'une partie des actions qui pourraient leur être définitivement attribuées et (ii) rendu des avis sur la rémunération, les actions de performance, et les avantages en nature attribués à certains Administrateurs par la Société ou ses filiales, (iii) fait le point sur les plans d'intéressement à moyen terme de certains dirigeants et (iv) pris connaissance du tableau des jetons de présence versés aux Administrateurs et censeurs au cours de l'exercice 2014. Il a rendu un avis sur le renouvellement des mandats d'Administrateur arrivant à échéance en 2015. Il a examiné les dispositions prises par le Groupe pour assurer la sécurité du Président-directeur général et de sa famille et recommandé une vigilance accrue.

En outre, le Comité a émis un avis sur la situation de l'ensemble des Administrateurs au regard, notamment, des critères d'indépendance énoncés par le Code AFEP/MEDEF et émis un avis favorable à une modification de la Charte du Conseil d'administration pour (i) préciser les missions du Conseil d'administration en matière d'opérations significatives se situant hors des orientations stratégiques définies par le Conseil d'administration et d'information sur la situation financière de l'entreprise, (ii) interdire aux mandataires sociaux dirigeants de recourir à des opérations de couverture de leur risque sur leurs options d'achat ou de souscription et sur leurs actions de performance jusqu'à la fin de la période de conservation fixée par le Conseil, (iii) autoriser les mandataires sociaux à procéder à l'exercice d'options pendant une période de « fenêtre négative » sous réserve qu'il n'y ait pas revente des actions avant l'expiration de celle-ci et (iv) préciser les conditions dans lesquelles les mandataires sociaux dirigeants peuvent accepter un nouveau mandat social dans une société cotée. Il a également modifié le règlement intérieur du Comité pour préciser les conditions de délibération du Comité lorsqu'il délibère sur les rémunérations des mandataires sociaux dirigeants.

Préalablement au Conseil d'administration du 2 février 2016, le Comité a procédé à la revue de la rémunération fixe des dirigeants mandataires sociaux et considéré qu'aucun événement ne justifiait sa modification. Il a examiné les critères définis pour déterminer le montant de leur rémunération variable et émis des recommandations, notamment sur la rémunération variable au titre de l'année 2015 (i) du Président-directeur général et du Directeur général délégué, qu'il a proposé de maintenir au même niveau que pour l'année 2014 et (ii) des Administrateurs recevant une rémunération de la Société ou de ses filiales ainsi que sur les rémunérations fixe et variable de ces mêmes personnes pour 2016. Il a examiné l'ensemble des mandats arrivant à échéance en 2016 et exprimé un avis favorable sur la candidature de Mesdames Clara Gaymard et Natacha Valla.

1.7. Vice-Président du Conseil d'administration

Le Vice-Président a pour mission de présider les réunions du Conseil d'administration ou de l'Assemblée générale en l'absence

du Président du Conseil d'administration. Monsieur Pierre Godé est Vice-Président depuis le 31 mars 2011.

1.8. Collège des Censeurs

Les Censeurs sont convoqués aux séances du Conseil d'administration et prennent part aux délibérations avec voix consultative, sans que toutefois leur absence puisse nuire à la validité de ces délibérations.

Ils sont nommés par l'Assemblée générale sur proposition du Conseil d'administration et sont choisis parmi les actionnaires à raison de leur compétence.

Le Collège des Censeurs est actuellement composé de trois membres : Messieurs Paolo Bulgari, Patrick Houël et Felix G. Rohatyn.

1.9. Participation aux Assemblées générales

Les modalités de participation des actionnaires aux Assemblées générales et, notamment, les conditions d'attribution d'un droit de vote double aux actions détenues sous la forme nominative,

sont définies à l'article 23 des statuts (voir partie « *Autres informations* – Gouvernance »).

1.10. Éléments susceptibles d'avoir une incidence en cas d'offre publique

Les informations relatives aux éléments susceptibles d'avoir une incidence en cas d'offre publique visées à l'article L.225-100-3 du Code de commerce figurent dans le « *Rapport de gestion du*

Conseil d'administration – La société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton ».

1.11. Politique de rémunération des mandataires sociaux

Jetons de présence versés aux membres du Conseil d'administration

L'Assemblée générale détermine le montant global des jetons de présence alloués aux membres du Conseil d'administration. Ce montant global et annuel est fixé à 1 260 000 euros depuis l'Assemblée générale du 5 avril 2012. Il est réparti entre l'ensemble des Administrateurs et des Censeurs conformément à la règle définie par le Conseil d'administration sur proposition du Comité de sélection des Administrateurs et des rémunérations, à savoir :

- (i) deux unités pour chaque Administrateur ou Censeur ;
- (ii) une unité additionnelle pour les fonctions de membre d'un Comité ;
- (iii) deux unités additionnelles pour les fonctions de membre et Président d'un Comité ;
- (iv) deux unités additionnelles pour les fonctions de Président ou de Vice-Président du Conseil d'administration de la Société ;

étant précisé que le montant correspondant à une unité est obtenu en divisant le montant global des jetons de présence par le nombre total d'unités à servir.

Le paiement d'une partie des jetons de présence des Administrateurs est subordonné à leur participation aux réunions du Conseil d'administration et, le cas échéant, du ou des Comités dont ils sont membres. Un abattement est appliqué sur un montant correspondant aux deux tiers des jetons visés au (i) ci-dessus, proportionnel au nombre de réunions du Conseil auxquelles l'Administrateur concerné n'a pas participé. En outre, pour les membres des Comités, un abattement est appliqué sur les jetons complémentaires visés aux (ii) et (iii) ci-dessus, proportionnel au nombre de réunions du Comité dont il est membre auxquelles l'Administrateur concerné n'a pas participé.

Au titre de l'exercice 2015, LVMH a versé aux membres de son Conseil d'administration un montant brut de 1 074 375 euros à titre de jetons de présence.

Le Comité de sélection des Administrateurs et des rémunérations est tenu informé du montant des jetons de présence versés aux dirigeants mandataires sociaux par les filiales du Groupe dans lesquelles ils exercent des mandats sociaux.

Autres rémunérations

La rémunération des mandataires sociaux dirigeants est déterminée par référence aux principes énoncés dans le Code AFEP/MEDEF.

Les rémunérations et avantages accordés aux mandataires sociaux dirigeants sont fonction principalement du niveau des responsabilités attachées à leurs fonctions et de leurs performances individuelles ainsi que des résultats du Groupe et de l'atteinte des objectifs fixés. Ils tiennent également compte des rémunérations versées par les entreprises comparables en termes de taille, de secteurs d'activités et d'implantation internationale.

Une partie de la rémunération versée aux mandataires sociaux dirigeants repose sur l'atteinte d'objectifs financiers d'une part, d'ordre qualitatif d'autre part. Pour le Président-directeur général, les objectifs quantitatifs et qualitatifs pèsent à part égale dans la détermination du bonus ; pour le Directeur général délégué, ils comptent respectivement pour 2/3 et 1/3. Les critères financiers sont l'évolution du chiffre d'affaires, du résultat opérationnel et de la génération de fonds (cash flow) par rapport au budget, chacun de ces trois éléments comptant pour un tiers. Les critères qualitatifs ont été établis de manière précise mais ne sont pas rendus publics pour des raisons de confidentialité. Compte tenu du choix fait d'une stabilité des rémunérations fixes, le plafond de la partie variable est fixé à 250 % de la rémunération fixe pour le Président-directeur général, et à 150 % de celle-ci pour le Directeur général délégué.

Le détail des rémunérations et avantages en nature accordés au Président-directeur général et au Directeur général délégué figure dans le « *Rapport de gestion du Conseil d'administration – La société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton* ».

Lors de sa réunion du 4 février 2010, le Conseil d'administration a approuvé, conformément aux dispositions de l'article L.225-42-1 du Code de commerce, la clause de non-concurrence figurant dans le contrat de travail de Monsieur Antonio Belloni – contrat suspendu pendant la durée de son mandat de Directeur général délégué ; cet engagement de non-concurrence d'une durée de douze mois prévoit le versement chaque mois d'une indemnité compensatoire égale à la rémunération mensuelle à la date de cessation des fonctions majorée du douzième du dernier bonus perçu. L'article 22 du code AFEP/MEDEF recommandant la cessation du contrat de travail du salarié devenant dirigeant mandataire social ne s'applique pas au Directeur général délégué, fonctions assumées depuis le 26 septembre 2001 par Monsieur Antonio Belloni.

Sous réserve de cette clause, aucun mandataire social dirigeant de la Société ne bénéficie, en cas de départ, de dispositions lui accordant à cette occasion une indemnité spécifique ou dérogeant aux règles relatives à l'exercice des plans d'options ou à l'attribution définitive des actions gratuites de performance. Les mandataires sociaux dirigeants ou salariés du Groupe sont éligibles aux plans d'options ou d'actions gratuites mis en place par la Société. Les informations relatives aux conditions et modalités d'attribution de ces plans figurent dans le « *Rapport de gestion du Conseil d'administration – La société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton* ». Le Conseil d'administration a décidé de ne pas inclure dans les résolutions soumises au vote des

actionnaires un plafond pour l'attribution d'options ou d'actions gratuites de performance aux mandataires sociaux dirigeants, considérant que le Comité de Sélection des Administrateurs et des rémunérations exclusivement composé d'Administrateurs indépendants et qui a pour rôle de faire des propositions sur l'octroi d'options ou d'actions gratuites de performance aux dirigeants assure un contrôle adéquat de la politique d'attribution. Au titre des plans mis en place en 2013, 2014 et 2015, les actions gratuites de performance attribuées aux mandataires sociaux dirigeants au cours des trois derniers exercices représentent en moyenne moins de 9 % du total des attributions.

Pour les plans d'options mis en place depuis 2007 et les plans d'actions gratuites de performance mis en place depuis 2010, le Président-directeur général et le Directeur général délégué doivent en cas de levée de leurs options ou d'attribution définitive de leurs actions, conserver jusqu'à la cessation de leurs fonctions, un nombre d'actions au nominatif pur dans les conditions définies par les plans et dont le détail figure dans le « *Rapport de gestion du Conseil d'administration – la société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton* ».

La Charte du Conseil d'administration interdit en outre aux mandataires sociaux dirigeants de recourir à des opérations de couverture de leur risque sur leurs options d'achat ou de souscription et sur leurs actions de performance jusqu'à la fin de la période de conservation fixée par le Conseil.

Les membres du Comité exécutif du Groupe, salariés ou dirigeants de sociétés françaises, justifiant d'une présence d'au moins six ans au sein dudit Comité, bénéficient d'un complément de retraite sous réserve qu'ils liquident leurs retraites acquises au titre des régimes externes simultanément à la cessation de leurs fonctions dans le Groupe, cette condition n'étant pas requise s'ils quittent le Groupe à l'initiative de ce dernier après l'âge de 55 ans et ne reprennent aucune activité professionnelle jusqu'à la liquidation de leurs retraites externes. Ce complément de retraite est déterminé sur la base d'une rémunération de référence égale à la moyenne des trois rémunérations annuelles les plus élevées perçues au cours de leur carrière dans le Groupe, plafonnée à trente-cinq fois le plafond annuel de la Sécurité sociale (soit 1 331 400 euros au 31 décembre 2015). Le complément de retraite annuel est égal à la différence entre 60 % de ladite rémunération de référence (avec un plafond de 798 840 euros au 31 décembre 2015) et la totalité des pensions servies en France (régime général de la Sécurité sociale et régimes complémentaires, notamment, de l'ARRCO et de l'AGIRC) et à l'étranger. Sur la base des rémunérations versées en 2015 aux dirigeants mandataires sociaux, le complément de retraite qui leur serait versé serait au maximum égal à 45 % de leur dernière rémunération annuelle, conformément aux recommandations du Code AFEP/MEDEF. La dotation aux provisions relative à ce complément de retraite pour l'année 2015 est incluse dans le montant figurant au titre des avantages postérieurs à l'emploi dans la Note 32.4 de l'annexe aux comptes consolidés.

Une rémunération exceptionnelle peut être attribuée à certains Administrateurs pour toutes missions spécifiques qui leur sont confiées par le Conseil d'administration. Son montant est déterminé par le Conseil d'administration et communiqué aux Commissaires aux comptes de la Société.

2. PROCÉDURES DE GESTION DES RISQUES ET DE CONTRÔLE INTERNE MISES EN PLACE

2.1. Définitions et objectifs de la gestion des risques et du contrôle interne

2.1.1. Référentiels

Cette partie du rapport et son plan s'appuient sur le cadre de référence de l'AMF du 22 juillet 2010 relatif aux dispositifs de gestion des risques et de contrôle interne.

En ce qui concerne plus particulièrement le contrôle interne, le Groupe utilise un référentiel interne établi en cohérence avec le référentiel COSO (*Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission*), dans sa nouvelle version (2013).

2.1.2. Définition et objectifs de la gestion des risques

Selon la définition du cadre de référence AMF, le risque représente la possibilité qu'un événement survienne dont les conséquences seraient susceptibles d'affecter les personnes, les actifs, l'environnement, les objectifs de la Société ou sa réputation. Le Groupe a caractérisé les risques dits « majeurs » comme des risques susceptibles de porter atteinte à la continuité d'exploitation et/ou à l'atteinte des objectifs stratégiques et/ou à la réputation.

Les objectifs de la gestion des risques sont de :

- préserver la valeur, les actifs et la réputation du Groupe et de ses marques ;
- sécuriser la prise de décision et les processus opérationnels par la vision globale, objective et partagée des menaces et opportunités potentielles ;
- mobiliser les collaborateurs autour d'une vision commune des principaux risques et enjeux pesant sur nos activités.

2.1.3. Définition et objectifs du contrôle interne

Le contrôle interne comprend un ensemble de procédures et d'activités de contrôle adaptés aux caractéristiques propres de chaque société du Groupe, qui :

- contribue à la maîtrise des activités, à l'efficacité des opérations et à l'utilisation efficiente des ressources ;
- doit permettre de prendre en compte de manière appropriée les risques significatifs, qu'ils soient opérationnels, financiers ou juridiques.

Le contrôle interne vise à fournir une assurance raisonnable quant à la réalisation des objectifs suivants :

- la conformité aux lois et réglementations en vigueur ;
- l'application des instructions et orientations fixées par la Direction générale du Groupe et le Management des unités opérationnelles (les Maisons/les marques et leurs filiales) ;
- le bon fonctionnement des processus, notamment ceux concourant à la protection des actifs et de la valeur des marques ;
- la fiabilité et l'intégrité des informations financières et opérationnelles.

Le dispositif de contrôle interne dépasse le cadre strictement comptable et financier, et doit permettre au management des Maisons et filiales de se consacrer pleinement à la stratégie, au développement et à la croissance du Groupe.

2.1.4. Limites

Un dispositif de gestion des risques et de contrôle interne, aussi bien conçu et aussi bien appliqué soit-il, ne peut fournir qu'une assurance raisonnable et non absolue quant à la maîtrise globale des risques et des objectifs du Groupe. Il existe en effet des limites inhérentes à ces dispositifs, du fait des incertitudes du monde extérieur, du nécessaire jugement exercé pour arbitrer entre coûts et opportunités, ou des éventuels dysfonctionnements liés à une erreur ou à une défaillance humaine.

La structure du Groupe, composé d'un grand nombre de filiales très hétérogènes, dont certaines de taille modeste, est un facteur particulier de risque.

2.2. L'organisation et les acteurs des dispositifs de gestion des risques et du contrôle interne

2.2.1. Organisation du dispositif

LVMH rassemble cinq principaux groupes d'activités : Vins et Spiritueux, Mode et Maroquinerie, Parfums et Cosmétiques, Montres et Joaillerie, Distribution sélective. Les Autres activités regroupent l'activité du groupe de presse Les Echos, les yachts Royal Van Lent, les activités hôtelières, immobilières et les sociétés holdings. Ces groupes d'activités sont constitués de sociétés de tailles diverses, détentrices de marques prestigieuses, implantées sur tous les continents. L'autonomie des marques, la décentralisation et les responsabilités des dirigeants sont des principes fondamentaux d'organisation du Groupe.

La politique de gestion des risques et de contrôle interne en vigueur dans le Groupe est conforme à ces principes d'organisation :

- les sociétés holdings, dont la société mère LVMH SE, sont responsables de leurs propres systèmes de gestion des risques et de contrôle interne ; LVMH SE assure en outre un rôle de coordination et d'impulsion couvrant l'ensemble du Groupe ; elle met à disposition une méthodologie et un référentiel uniques, et une plate-forme applicative centralisant l'ensemble des données de risques et de contrôle interne (Voir § 2.4.1 ci-après) ;

- le Président d'une Maison est responsable de la gestion des risques et du contrôle interne de l'ensemble des filiales qui contribuent, au plan mondial, au développement de sa marque ;
- chaque Président de filiale l'est pour ses activités propres.

2.2.2. Éléments du cadre général de conformité

Les Valeurs éthiques du Groupe

Le Groupe a toujours marqué son engagement en faveur d'un comportement intègre et éthique dans les relations avec les clients, fournisseurs, employés et autres partenaires ; il exige des organisations claires, des responsabilités et pouvoirs définis et formalisés dans le respect du principe de séparation des tâches, l'évaluation régulière des performances du personnel, l'engagement pour la compétence et le développement des collaborateurs du Groupe.

Ces principes d'éthique et de gouvernance sont repris dans le Code de conduite, le Code de conduite Fournisseurs, et la Charte Environnement LVMH, tous disponibles sur le site institutionnel www.lvmh.fr. Ces chartes et codes LVMH servent de base commune et de source d'inspiration à l'ensemble de nos marques. Le Groupe veille à la bonne déclinaison de ces principes dans les Maisons et à la mise en place de leur propre Code de conduite, charte fournisseurs, procédure de déclaration des conflits d'intérêt, et matrices de délégations fixant les responsabilités et pouvoirs de chacun.

La gestion des compétences et des talents

La gestion des compétences est un aspect important du dispositif de contrôle interne. LVMH veille tout particulièrement à l'adéquation des profils et responsabilités, à la formalisation des revues annuelles de performance des collaborateurs, au développement des compétences par la formation continue et la promotion de la mobilité interne. Ces éléments sont précisés dans le « *Rapport de gestion du Conseil d'administration* – Ressources Humaines » du Document de référence, §6.

La prévention de la fraude

Le Groupe a mis en place un programme de sensibilisation aux risques de fraude, par le biais de communiqués périodiques, qui recensent les scénarios de tentatives et cas avérés de fraude au sein du Groupe. Pour chaque scénario est présenté un dispositif de prévention, dont l'existence doit être vérifiée par les Maisons et filiales. Ces communiqués sont diffusés très largement dans le Groupe.

Les normes et procédures internes

Le Groupe, à travers son Intranet finance, met à disposition l'ensemble des procédures régulièrement mises à jour concourant à l'information comptable et financière, et applicables à toutes les sociétés consolidées : il s'agit des procédures traitant notamment des principes et normes comptables, de la consolidation, de la fiscalité, des investissements, du reporting (budget et plan stratégique), de la trésorerie et du financement

(centralisation de trésorerie, couvertures de change et de taux...) ; ces procédures précisent, en outre, les formats, contenus et fréquences des reportings financiers.

Cet Intranet est également utilisé pour la diffusion des principes et bonnes pratiques de contrôle interne :

- un guide très synthétique, les « Essentiels du contrôle interne » qui présente les bases de l'environnement général et les éléments incontournables sur les processus principaux : Ventes, Ventes de détail, Achats, Stocks, Clôture des comptes, et Systèmes d'information (contrôles généraux informatiques) ;
- le référentiel de contrôle interne LVMH, qui couvre 12 processus métier clés (Ventes, Ventes de détail, Achats, Licences, Voyages et déplacements, Stocks, Production, Cash, Immobilisations, Ressources Humaines, Systèmes d'information et Clôture des comptes). Des processus particuliers ont été développés pour refléter les caractéristiques propres à certaines activités (Eaux-de-vie et Terres à Vignes pour les Vins et Spiritueux, Fins de collection pour la Mode et Maroquinerie, Concessions pour les activités Duty Free). Ce référentiel détaille pour tout risque les contrôles clés attendus. Il est régulièrement mis à jour en prenant en compte les nouveaux Systèmes d'information et procédures ;
- les bonnes pratiques et outils sur des sujets que le Groupe considère importants : la fraude, les conflits d'intérêts, la délégation d'autorité, les plans de continuité d'activité, les plans de secours informatiques, les politiques et règles de sécurité informatique, la séparation des tâches, la maîtrise des frais média, les bonnes pratiques en magasin.

Une section « Risques majeurs » de l'Intranet Finance rassemble un référentiel de risques, les procédures et outils dédiés à l'évaluation, à la prévention et à la couverture de ces risques. Les bonnes pratiques sur les familles de risques opérationnels sélectionnées y sont également disponibles. Ces éléments sont à la disposition de l'ensemble des acteurs impliqués dans la gestion du risque. Les gestionnaires de risques, opérationnels et contrôleurs internes sont également associés à une communauté dédiée sur la plate-forme collaborative du Groupe.

Les Systèmes d'information et de communication

Les plans stratégiques de développement des Systèmes d'information et de communication au sein du Groupe sont coordonnés par la Direction des Systèmes d'information qui veille à l'harmonisation des solutions mises en place et à la continuité des opérations. Les aspects de contrôle interne (séparation des tâches, droits d'accès...) sont intégrés lors de la mise en place de nouveaux Systèmes d'information puis revus régulièrement.

Les Systèmes d'information et télécommunications et les risques afférents (physiques, techniques, sécurité interne et externe...) font l'objet de procédures particulières : un kit méthodologique « Plan de continuité des opérations » a été diffusé dans le Groupe afin de définir pour chaque entité significative les grandes lignes d'un tel plan ainsi qu'un Plan de Reprise d'Activité. En particulier, un Plan de continuité des opérations ainsi qu'un Plan de Reprise d'Activité ont été développés et testés au niveau des sociétés holdings françaises.

Les entités significatives sont dotées d'un RSSI « Responsable de la Sécurité des Systèmes d'information ». Les RSSI sont animés par le RSSI Groupe ; ils forment un réseau de vigilance quant à l'évolution des risques SI et mettent en place les dispositifs préventifs adéquats en fonction de la probabilité du risque et son impact potentiel.

Une démarche globale de tests d'intrusion depuis l'extérieur, l'intérieur ou les partenaires a également été menée et les plans d'actions sont suivis par la Direction des Systèmes d'information du Groupe.

2.2.3. Les acteurs des dispositifs

Les différents acteurs sont présentés sur le modèle des trois lignes de maîtrise, la supervision de ces dispositifs étant assurée par les instances de gouvernance.

Instances de gouvernance du Groupe

Le Comité d'audit de la performance s'assure du suivi de l'efficacité du contrôle interne et de la gestion des risques. Il étudie les résultats des travaux de l'Audit interne et valide les orientations du programme d'Audit interne en termes de couverture pays, métiers et risques.

Le Conseil d'administration contribue à l'environnement général de contrôle, par la compétence et la responsabilité de ses membres, la clarté et la transparence de ses décisions. Le Conseil est tenu régulièrement informé de la maturité du dispositif de contrôle interne, et veille à l'efficacité du pilotage des risques majeurs dont il rend compte dans son Rapport de gestion (voir § 2 Facteurs de risques liés à l'activité et politique d'assurance).

Il est informé périodiquement, ainsi que son Comité d'audit, des résultats du fonctionnement des systèmes, des défaillances éventuelles et des plans d'actions arrêtés en vue de leur résolution.

Le Comité exécutif, composé des Directions opérationnelles et fonctionnelles du Groupe, définit les objectifs stratégiques dans le cadre des orientations déterminées par le Conseil d'administration, coordonne leur mise en œuvre, veille au maintien de l'adéquation de l'organisation avec l'évolution de l'environnement, ainsi qu'à la définition et la bonne application des responsabilités et délégations de pouvoir des dirigeants.

Première ligne de maîtrise

L'ensemble des collaborateurs du Groupe contribuent à enrichir et faire vivre le dispositif de contrôle interne.

Le management opérationnel : l'appropriation du contrôle interne au sein de chaque entité par les responsables opérationnels est un point majeur du dispositif de contrôle interne appliqué aux processus métier ; ceux-ci mettent en œuvre au jour le jour les contrôles adéquats sur les processus dont ils ont la charge et communiquent les informations appropriées à la deuxième ligne de maîtrise.

Les Comités de direction des Maisons et filiales sont responsables de la mise en place et du bon fonctionnement du dispositif de contrôle interne pour l'ensemble des opérations de leur périmètre.

Les Comités de direction des Maisons sont également responsables d'animer le dispositif de pilotage des risques majeurs ; ils révisent annuellement la cartographie des risques, évaluent le niveau de leur maîtrise et l'avancée des stratégies de couverture et plans d'actions associés.

Deuxième ligne de maîtrise

La Direction juridique Groupe joue un rôle central de conseil auprès des différents groupes d'activités du Groupe et veille à l'application des législations et des règlements en vigueur dans les pays où celui-ci est implanté.

La Direction des risques et assurances Groupe, au-delà des responsables opérationnels qui ont la charge des risques inhérents à leur activité, est particulièrement impliquée au niveau du Groupe dans la mise à disposition d'outils et de méthodologie, dans le recensement des risques, la prévention des sinistres ainsi que la stratégie de couverture et de financement des risques.

La Direction des risques et assurances collabore avec l'Audit interne dans la définition et la mise en place des méthodes d'évaluation et processus de traitement de certains risques majeurs ou risques à impact étendu.

Les autres Directions fonctionnelles, présentées dans le chapitre 2.3.1, contribuent au pilotage propre à l'information financière et comptable.

La Direction du contrôle interne, rattachée au Directeur de l'Audit interne du Groupe, coordonne la mise en œuvre des dispositifs de pilotage du contrôle interne et de la gestion des risques. Elle suit et anticipe les évolutions réglementaires pour adapter les dispositifs. Elle anime un **réseau de contrôleurs internes** qui sont chargés, au sein des Maisons sous la responsabilité de leur Comité de direction, à la fois de veiller au respect des procédures de contrôle interne du Groupe et d'élaborer les contrôles propres à leurs métiers. Ils sont en outre les vecteurs des différents projets relatifs aux dispositifs de contrôle interne et de gestion des risques et favorisent la diffusion et l'application des instructions.

Comités dédiés :

- **Le Comité de sécurité des salariés** se réunit deux fois par an pour analyser l'efficacité des dispositifs assurant la sécurité des voyageurs et des salariés du Groupe à l'étranger, et prendre les décisions exigées par toute situation exceptionnelle.
- **Un Comité stratégique** a été mis en place en 2014 ; sa mission est de réfléchir de façon proactive sur les sujets touchant la responsabilité sociétale et environnementale du Groupe ; cette mission est menée en étroite collaboration avec les Directions opérationnelles dans les Branches et Maisons. Ces réflexions et décisions menées très en amont doivent permettre de prévenir des crises médiatiques préjudiciables à la réputation de nos marques.

Directions équivalentes dans les Marques ou Groupes d'activité : l'organisation décrite ci-avant au niveau Groupe, a son équivalent dans les principales branches d'activités et marques du Groupe.

Troisième ligne de maîtrise

La Direction de l'Audit interne du Groupe compte une douzaine de professionnels à fin décembre 2015. Cette équipe, centralement dirigée mais répartie sur deux bureaux, Paris et Hong-Kong, intervient dans l'ensemble du Groupe.

L'Audit interne opère dans le cadre d'un plan pluriannuel actualisé chaque année. Ce plan d'interventions permet de vérifier et de renforcer la compréhension et la correcte application des activités de contrôles attendues. Le plan d'audit est élaboré à partir d'une analyse des risques potentiels, existants ou émergents, par type d'activité (taille, contribution au résultat, éloignement géographique, qualité du management en place...) et d'entretiens avec les responsables opérationnels concernés ; il peut être modifié en cours d'année en réponse à des changements d'environnement économique et politique ou à des réorientations stratégiques internes. Le plan d'audit est également préparé dans la perspective de couvrir l'ensemble des Maisons.

L'Audit interne intervient à la fois sur des thèmes opérationnels et sur les thèmes financiers. Environ cinquante missions sont réalisées chaque année ; en 2015, comme prévu dans les objectifs, la couverture a été légèrement renforcée dans les groupes d'activités Mode et Maroquinerie, Parfums et Cosmétiques et

Distribution sélective, ainsi que sur la région Asie et la France. Une revue du processus d'auto-évaluation et de ses résultats est systématique pour les entités significatives concernées. Le suivi des recommandations sur les missions passées est renforcé par des visites sur site systématiques pour les sociétés présentant les enjeux les plus significatifs.

L'Audit interne restitue les conclusions de ses travaux à la Direction de l'entité concernée et rend compte à la Direction générale du Groupe via un rapport de synthèse et un rapport détaillé précisant les recommandations et l'engagement du management de les appliquer dans des délais raisonnables. L'Audit interne met les Commissaires aux comptes en copie des rapports émis et les rencontre périodiquement pour échanger sur les points à date concernant le contrôle interne. Les grandes orientations du plan d'audit, les principales conclusions de l'année en cours et le suivi des principales recommandations sur les missions passées sont présentées au Comité d'audit de la performance ainsi qu'aux groupes d'activités concernés.

Acteurs externes

Les auditeurs externes et les différents organismes certificateurs (RJC, ISO 14001...) contribuent par leurs travaux et leurs recommandations au renforcement du dispositif actuel.

2.3. La gestion des risques et le contrôle interne propres à l'information financière et comptable

2.3.1. Organisation et acteurs

La gestion des risques et le contrôle interne relatifs à l'information comptable et financière sont sous la responsabilité des Directions suivantes de la Direction financière Groupe : Comptabilité et Contrôle de gestion, Systèmes d'information, Financement et trésorerie, Fiscalité et Communication financière.

La fonction comptable et consolidation, responsable de la production et de l'établissement des comptes sociaux des holdings, des comptes consolidés et des publications semestrielles et annuelles, en particulier le Rapport financier semestriel et le Document de référence. Dans ce cadre, la fonction normes et pratiques comptables définit les normes comptables du Groupe, veille à leur diffusion et à leur application et met en place les formations nécessaires. La fonction consolidation coordonne également la mission des Commissaires aux comptes du Groupe.

La fonction contrôle de gestion, responsable de la coordination du processus budgétaire, de ses ré-estimés établis en cours d'année, du plan stratégique à cinq ans ainsi que des tests de perte de valeur des actifs immobilisés. La fonction contrôle de gestion produit le reporting mensuel de gestion, ainsi que toutes les analyses nécessaires à la Direction générale (voir § 2.3.4 Reporting de gestion ci-dessous) ; elle assure également le suivi des investissements et du cash-flow, ainsi que la production de statistiques et d'indicateurs de gestion spécifiques. La fonction contrôle de gestion est, de par ses attributions et la structure du reporting qu'elle produit, un acteur essentiel du dispositif de contrôle interne et de gestion des risques financiers.

Ces deux fonctions sont rattachées à la **Direction Financière Adjointe**.

La Direction des Systèmes d'information définit et met en place les Systèmes d'information nécessaires aux fonctions centrales. Elle diffuse les standards techniques du Groupe indispensables à une architecture décentralisée (matériels, applications, réseaux...) et propose des synergies entre métiers, dans le respect de l'autonomie des marques. Elle développe et maintient un système de télécommunications, des centres d'hébergement informatique et des applications transversales partagés par l'ensemble du Groupe. Elle anime la politique de sécurité des systèmes et données, et aide les marques dans l'élaboration des plans de secours. Elle supervise, en coopération avec les filiales, la création d'un plan à trois ans des Systèmes d'information par groupe d'activités et sociétés.

La Direction des financements et de la trésorerie est responsable de l'application de la politique financière du Groupe qui comprend la gestion optimisée du bilan, la stratégie de financement, la maîtrise des frais financiers, la rentabilité des excédents de trésorerie et des investissements, l'amélioration de la structure financière, et une politique prudente de gestion des risques de solvabilité, de liquidité, de marchés et de contrepartie.

Au sein de cette Direction, la Trésorerie Internationale veille plus particulièrement à la centralisation des disponibilités excédentaires du Groupe, à la prévision des besoins de financements des sociétés par le biais de révisés trimestriels élaborés par ces sociétés, et répond aux besoins de liquidités et de financements court et moyen terme des filiales. Elle est également responsable de l'application de la stratégie de gestion centralisée des risques de change.

Au département des Marchés, également situé au sein de cette Direction, est déléguée la mise en œuvre de la politique de couverture des risques de marché générés par les sociétés du Groupe. Il est à cet égard responsable de l'application de la stratégie de gestion centralisée des risques de taux et de contrepartie, destinée à limiter l'impact défavorable des fluctuations des taux d'intérêt et des risques de crédit des contreparties financières sur les opérations financières et les investissements.

Dans ce cadre, une politique de gestion et des procédures très strictes ont été mises en place pour mesurer, gérer et consolider ces risques de marché. Au sein de cette Direction, la distinction entre *front office* et *back office*, ainsi que l'existence d'une cellule de contrôle indépendante rapportant au Directeur financier adjoint sont les garants du respect de la séparation des tâches. Cette organisation s'appuie sur un système d'informations intégré qui permet un contrôle en temps réel des opérations de couverture. Le dispositif de couverture est présenté périodiquement au Comité d'audit de la performance. Les décisions de couverture sont prises selon un processus clairement établi qui comprend des présentations régulières au Comité exécutif du Groupe et font l'objet d'une documentation détaillée.

La Direction fiscale coordonne la préparation des déclarations fiscales en veillant au respect des réglementations et législations fiscales en vigueur, conseille les différents groupes d'activités et sociétés, et définit la stratégie en matière de planning fiscal lié aux orientations opérationnelles du Groupe. Elle organise des formations appropriées relatives aux changements majeurs intervenus dans la législation fiscale et assure le reporting unifié des données fiscales.

La Direction de la communication financière est responsable de la coordination des informations diffusées à la communauté financière afin de donner à celle-ci une compréhension claire, transparente et précise de la performance et des perspectives du Groupe. Elle a aussi pour rôle de fournir à la Direction générale les perceptions de la communauté financière sur la stratégie de l'entreprise ou sur son positionnement dans son environnement concurrentiel. En travaillant en étroite collaboration avec la Direction générale et avec les groupes d'activités, elle détermine les messages clés ; elle en assure la cohérence et en coordonne la diffusion au travers de moyens divers (rapport annuel et semestriel, présentations financières, réunions avec les actionnaires ou les analystes, site Internet...).

Chacune de ces Directions veille à la qualité du contrôle interne dans son domaine respectif via les **Directions financières des groupes d'activités, des sociétés et des filiales**, elles-mêmes responsables de fonctions similaires dans leurs entités. Ainsi, chacune des Directions centrales anime son dispositif de contrôle à travers sa ligne fonctionnelle (Contrôleur de gestion, Responsable comptable, Consolidateur, Trésorier...). Des commissions financières réunissant les Directions financières des principales sociétés du Groupe et les Directions de la société mère LVMH précédemment listées sont organisées périodiquement. Animées et coordonnées par les Directions centrales, ces commissions traitent notamment des normes et procédures à appliquer, des performances financières et des actions correctrices à apporter, et du contrôle interne appliqué aux données comptables et de gestion.

2.3.2. Principes comptables et de gestion

Les filiales adoptent les principes comptables et de gestion communiqués par le Groupe pour les besoins des comptes consolidés publiés et du reporting interne ; elles utilisent toutes le même référentiel (plan de comptes et manuel des principes comptables LVMH) et le système de reporting comptable et de gestion administré par le Groupe, garantissant ainsi la cohérence des données internes et publiées.

2.3.3. Processus de consolidation

La consolidation des comptes fait l'objet d'instructions précises ; un système de remontées d'information adapté permet de traiter une information homogène, exhaustive et fiable dans des délais appropriés. Le Président et le Directeur financier de chaque société s'engagent sur la qualité et l'exhaustivité de l'information financière transmise au Groupe, y compris les éléments figurant hors bilan, par le biais d'une lettre d'affirmation signée, confortant ainsi la qualité de l'information financière transmise.

Des paliers de consolidation existent par Maison et groupe d'activités garantissant un premier niveau de contrôle et de cohérence.

Au niveau du Groupe, les équipes responsables de la consolidation sont organisées par activité et sont en contact permanent avec les groupes d'activités et sociétés concernés ; cette proximité permet une meilleure compréhension et validation de l'information financière communiquée et une anticipation du traitement des opérations complexes.

La qualité de l'information financière et sa régularité au regard des normes sont également garanties par des échanges permanents avec les Commissaires aux comptes lorsque les situations sont complexes et laissent place à l'interprétation.

2.3.4. Reporting de gestion

Toutes les entités consolidées du Groupe produisent annuellement un plan stratégique, un budget complet et des ré-estimés annuels. Des instructions détaillées sont envoyées aux sociétés pour chaque processus.

Ces grandes étapes de gestion sont l'occasion d'analyses approfondies des données réelles en comparaison des données budgétaires et de celles de l'année précédente, et d'un dialogue permanent entre les filiales et le Groupe, élément indispensable au dispositif de contrôle interne financier.

Une équipe de contrôleurs de gestion, au niveau Groupe, spécialisée par activité, est en contact permanent avec les groupes d'activités et les sociétés concernés, autorisant ainsi une meilleure connaissance des performances et des choix de gestion, ainsi qu'un contrôle approprié.

L'arrêté des comptes semestriels et annuels fait l'objet de réunions spécifiques de présentation des résultats en présence des Directions concernées de la Direction financière ; durant ces réunions, les Commissaires aux comptes font état de leurs conclusions, tant en termes de qualité d'information financière et comptable que d'appréciation du contrôle interne des différentes sociétés du Groupe.

2.4. La formalisation et le pilotage des dispositifs de gestion des risques et du contrôle interne

2.4.1. La démarche ERICA « *Enterprise Risk and Internal Control Assessment* »

Répondant aux directives européennes et l'ordonnance de décembre 2008, le Groupe a ajusté sa démarche, dénommée ERICA « *Enterprise Risk and Internal Control Assessment* », démarche globale d'amélioration et d'intégration des dispositifs de gestion des risques majeurs et de contrôle interne liés à ses activités courantes.

La responsabilité des marques principales et branches dans cette démarche et les dispositifs mis en œuvre est attestée annuellement par la signature de deux lettres de représentation :

- une lettre d'affirmation « ERICA », portant sur les dispositifs de gestion des risques et de contrôle interne, signée au 30 juin. Le Président, le Directeur financier et/ou les membres du Comité de direction confirment par leur signature leur responsabilité sur ces dispositifs, et décrivent leur évaluation, les insuffisances majeures et les plans de remédiation correspondants. Ces lettres sont analysées, suivies et « consolidées » à chaque niveau supérieur de la structure organisationnelle du Groupe (Régions, Maisons, Groupes d'activités) ; elles sont communiquées à la Direction financière et à la Direction de l'Audit et du contrôle interne Groupe. Celles-ci sont également à la disposition des Commissaires aux comptes ;
- la lettre annuelle d'affirmation sur le reporting financier, comprenant un paragraphe dédié au contrôle interne, lettre mentionnée précédemment au § 2.3.3.

Depuis 2013, et selon les circonstances, les Présidents de Maisons sont amenés à présenter au Comité d'audit la démarche de progrès menée sur leur périmètre de responsabilités, les réalisations, les plans d'actions en cours et les perspectives.

Enfin le Comité d'audit a décidé en 2013 de déployer le dispositif ERICA sur l'ensemble des entités du Groupe à l'horizon 2015 ; un délai de 2 ans est accordé aux nouvelles acquisitions pour entrer dans cette démarche une fois le processus d'intégration mené à son terme.

Au 30 juin 2015, ce dispositif d'auto-évaluation couvre 90 % des entités de gestion et 97 % du chiffre d'affaires du Groupe. Les données d'évaluation des contrôles et des risques majeurs sont saisies par chacune des entités et centralisées dans une base de données applicative gérée par la holding.

2.4.2. Le pilotage des risques majeurs

Les risques sur nos marques et activités sont gérés au niveau de chacun de nos groupes d'activités et Maisons. Dans le cadre du cycle budgétaire et d'établissement du plan à trois ans, l'identification et l'évaluation des risques majeurs pesant sur les objectifs stratégiques, opérationnels et financiers sont menées et formalisées dans des chapitres dédiés.

Une fois le niveau de risque acceptable déterminé et validé, le traitement des risques se fait à travers des actions de prévention et des actions de protection ; ce dernier volet intègre les plans de continuité d'activités (PCA) et de gestion de crise afin d'organiser la meilleure réponse au risque une fois survenu. Enfin, en fonction de la typologie des risques d'une marque ou d'une entité et du montant du risque résiduel, celle-ci peut, en coordination avec le Groupe, décider de faire appel au marché de l'assurance pour transférer une part ou la totalité de ce risque résiduel et/ou arbitrer en faveur de sa rétention.

Certains risques propres à l'activité du Groupe font l'objet d'un suivi particulier (atteinte à l'image et à la réputation, contrefaçon et marché parallèle, risques industriels et environnementaux, risque de change et taux...) ; ces risques sont détaillés dans le « *Rapport de gestion du Conseil d'administration – Le groupe LVMH* » du Document de référence, § 2 « Facteurs de risques liés à l'activité et politique d'assurance ».

2.4.3. Le pilotage du dispositif de contrôle interne

La surveillance continue du dispositif de contrôle interne et l'examen périodique de son fonctionnement sont assurés à plusieurs niveaux.

Une forte responsabilisation du management des Maisons et des opérationnels, avec le support des contrôleurs internes, de façon à apprécier le niveau de contrôle interne sur la base de contrôles clés, identifier les faiblesses et engager les actions correctives. Des rapports d'exceptions ou d'anomalies permettent de travailler sur le contrôle détectif en complément du niveau préventif.

Un processus formalisé d'auto-évaluation annuelle, comprenant une liste unique de 82 contrôles clés établie par le contrôle interne Groupe et extraits du référentiel de contrôle interne décrit au § 2.2.2, sur lequel la Direction de chaque entité significative s'appuie. Chaque entité suit la méthodologie inchangée depuis 2006 :

- revue des insuffisances et suivi par les managers et la Direction de leur remédiation ;
- formalisation et documentation de cette revue.

Les Commissaires aux comptes sont tenus informés de cette démarche, ainsi que le Comité d'audit de la performance, via des comptes rendus périodiques.

Les travaux de revue effectués par l'Audit interne Groupe et les Commissaires aux comptes, dont les résultats et les recommandations sont transmis au management des entités et à la Direction générale du Groupe. La revue du dispositif ERICA et de la qualité des auto-évaluations est partie intégrante de la mission de l'Audit interne sur les entités auditées.

2.4.4. Actions récentes menées pour le renforcement du dispositif de gestion des risques et du contrôle interne

Depuis 2011, sous l'impulsion de la Direction de l'Audit et du contrôle interne, les marques travaillent à la mise en œuvre et au maintien de leurs plans de continuité d'activité (PCA) ; des sessions de formation et d'échange de bonnes pratiques sont régulièrement organisées. Une conférence Groupe s'est tenue fin 2014, dédiée aux risques associés à la « *Supply chain* ». Fin 2015, le Groupe a lancé une démarche d'évaluation indépendante des plans de continuité opérationnels des 10 Maisons les plus significatives. Cette démarche menée avec l'aide d'un cabinet extérieur se déroulera sur 2016 et 2017.

Concernant les risques majeurs, la démarche Erica lancée depuis 3 ans sensibilise les Maisons aux besoins d'identification et de maîtrise des risques pouvant menacer leur stratégie, leur activité ou leur marque. Les principaux risques pilotés activement par nos Maisons sur 2015 ont été le risque médiatique – le risque de sécurité et sûreté de nos employés et de nos divers publics – la perte de données sensibles – l'accident majeur sur un site – les dommages, pertes ou vols de biens – la défaillance d'un fournisseur stratégique – la défaillance critique des systèmes informatiques y compris nos systèmes industriels – le risque sur approvisionnement – les risques sociaux et environnementaux.

L'importance de ce pilotage a été renforcée à nouveau début 2015 : deux ateliers méthodologiques ont été mis en place mettant

notamment en avant les méthodologies et bonnes pratiques au sein du Groupe et celles de sociétés cotées à l'extérieur du Groupe.

Au plan du contrôle interne, de nombreuses initiatives ont été menées sur des thématiques diverses telles que :

- le déploiement par nos Maisons de l'outil « SMART » (Store MAnager Retail Toolkit) développé par le Groupe en 2014 ;
- le renforcement du contrôle interne sur les stocks et la recouvrabilité des créances compte tenu d'un contexte économique tendu dans certaines zones géographiques ;
- la sécurisation des Systèmes d'information et la sensibilisation au risque de cyber sécurité ;
- la sensibilisation continue aux risques de fraude par les Maisons.

En parallèle, le dispositif d'auto-évaluation a été resserré pour le prochain cycle annuel 2016 autour :

- d'un périmètre d'entités plus ciblé – entités les plus significatives ou jugées « à risque » ;
- d'un socle commun d'auto-évaluation plus sélectif – 67 contrôles contre 82 en 2015 et 2014 ;
- d'une extension de nos référentiels sur les contrôles fondamentaux spécifiques à nos métiers – ce projet a été initié en 2015 avec les groupes d'activités Parfums et Cosmétiques, Montres et Joaillerie et Vins et Spiritueux ; il sera poursuivi et élargi en 2016 aux autres métiers du Groupe.

3. RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES ÉTABLI EN APPLICATION DE L'ARTICLE L.225-235 DU CODE DE COMMERCE SUR LE RAPPORT DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY - LOUIS VUITTON

Aux Actionnaires,

En notre qualité de Commissaires aux comptes de la société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton et en application des dispositions de l'article L.225-235 du Code de commerce, nous vous présentons notre rapport sur le rapport établi par le Président de votre Société conformément aux dispositions de l'article L.225-37 du Code de commerce au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2015.

Il appartient au Président d'établir et de soumettre à l'approbation du Conseil d'administration un rapport rendant compte des procédures de contrôle interne et de gestion des risques mises en place au sein de la Société et donnant les autres informations requises par l'article L.225-37 du Code de commerce relatives notamment au dispositif en matière de gouvernement d'entreprise.

Il nous appartient :

- de vous communiquer les observations qu'appellent de notre part les informations contenues dans le Rapport du Président, concernant les procédures de contrôle interne et de gestion des risques relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière, et
- d'attester que ce rapport comporte les autres informations requises par l'article L.225-37 du Code de commerce, étant précisé qu'il ne nous appartient pas de vérifier la sincérité de ces autres informations.

Nous avons effectué nos travaux conformément aux normes d'exercice professionnel applicables en France.

Informations concernant les procédures de contrôle interne et de gestion des risques relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière

Les normes d'exercice professionnel requièrent la mise en œuvre de diligences destinées à apprécier la sincérité des informations concernant les procédures de contrôle interne et de gestion des risques relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière contenues dans le Rapport du Président. Ces diligences consistent notamment à :

- prendre connaissance des procédures de contrôle interne et de gestion des risques relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière sous-tendant les informations présentées dans le Rapport du Président ainsi que de la documentation existante ;
- prendre connaissance des travaux ayant permis d'élaborer ces informations et de la documentation existante ;
- déterminer si les déficiences majeures du contrôle interne relatif à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière que nous aurions relevées dans le cadre de notre mission font l'objet d'une information appropriée dans le Rapport du Président.

Sur la base de ces travaux, nous n'avons pas d'observation à formuler sur les informations concernant les procédures de contrôle interne et de gestion des risques de la Société relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière contenues dans le Rapport du Président du Conseil d'administration, établi en application des dispositions de l'article L.225-37 du Code de commerce.

Autres informations

Nous attestons que le Rapport du Président du Conseil d'administration comporte les autres informations requises à l'article L.225-37 du Code de commerce.

Neuilly-sur-Seine et Paris-La Défense, le 12 février 2016

Les Commissaires aux comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS
Thierry Benoit Guillaume Troussicot

ERNST & YOUNG et Autres
Jeanne Boillet Gilles Cohen

ÉTATS FINANCIERS

Comptes consolidés

COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ	124
ÉTAT GLOBAL DES GAINS ET PERTES CONSOLIDÉS	125
BILAN CONSOLIDÉ	126
TABLEAU DE VARIATION DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDÉS	127
TABLEAU DE VARIATION DE LA TRÉSORERIE CONSOLIDÉE	128
ANNEXE AUX COMPTES CONSOLIDÉS	129
PRINCIPALES SOCIÉTÉS CONSOLIDÉES	184
RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES CONSOLIDÉS	190

COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

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

ÉTAT GLOBAL DES GAINS ET PERTES CONSOLIDÉS

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

BILAN CONSOLIDÉ

ACTIF	Notes	2015	2014	2013
<i>(en millions d'euros)</i>				
Marques et autres immobilisations incorporelles	3	13 572	13 031	12 596
Écarts d'acquisition	4	10 122	8 810	9 058
Immobilisations corporelles	6	11 157	10 387	9 621
Participations mises en équivalence	7	729	519	480
Investissements financiers	8	574	580	7 080
Autres actifs non courants	9	552	489	457
Impôts différés	27	1 945	1 436	913
Actifs non courants		38 651	35 252	40 205
Stocks et en-cours	10	10 096	9 475	8 492
Créances clients et comptes rattachés	11	2 521	2 274	2 174
Impôts sur les résultats		384	354	223
Autres actifs courants	12	2 355	1 916	1 856
Trésorerie et équivalents de trésorerie	14	3 594	4 091	3 226
Actifs courants		18 950	18 110	15 971
Total de l'actif		57 601	53 362	56 176
PASSIF ET CAPITAUX PROPRES	Notes	2015	2014	2013
<i>(en millions d'euros)</i>				
Capital	15.1	152	152	152
Primes	15.1	2 579	2 655	3 849
Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH	15.2	(240)	(374)	(451)
Écarts de conversion	15.4	1 137	492	(8)
Écarts de réévaluation		949	1 019	3 900
Autres réserves		16 189	12 171	16 001
Résultat net, part du Groupe		3 573	5 648	3 436
Capitaux propres, part du Groupe		24 339	21 763	26 879
Intérêts minoritaires	17	1 460	1 240	1 028
Capitaux propres		25 799	23 003	27 907
Dette financière à plus d'un an	18	4 511	5 054	4 149
Provisions à plus d'un an	19	1 950	2 291	1 797
Impôts différés	27	4 685	4 392	4 280
Autres passifs non courants	20	7 957	6 447	6 404
Passifs non courants		19 103	18 184	16 630
Dette financière à moins d'un an	18	3 769	4 189	4 674
Fournisseurs et comptes rattachés	21.1	3 960	3 606	3 297
Impôts sur les résultats		640	549	357
Provisions à moins d'un an	19	421	332	324
Autres passifs courants	21.2	3 909	3 499	2 987
Passifs courants		12 699	12 175	11 639
Total du passif et des capitaux propres		57 601	53 362	56 176

TABLEAU DE VARIATION DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDÉS

Notes	Nombre d'actions	Capital	Primes	Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH	Écarts de conversion	Écarts de réévaluation				Résultat et autres réserves	Total des capitaux propres		
						Investissements et placements financiers	Couvertures de flux de trésorerie futurs en devises	Terres à vignes	Engagements envers le personnel		Part du Groupe	Intérêts minoritaires	Total
(en millions d'euros)													
Notes		15.1		15.2	15.4							17	
Au 31 décembre 2012	508 163 349	152	3 848	(414)	342	1 943	118	758	(88)	17 765	24 424	1 084	25 508
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					(350)	912	18	188	51	-	819	21	840
Résultat net										3 436	3 436	511	3 947
Résultat global		-	-	-	(350)	912	18	188	51	3 436	4 255	532	4 787
Charges liées aux plans d'options										31	31	3	34
(Acquisitions)/cessions d'actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH				(103)						(7)	(110)	-	(110)
Levées d'options de souscription d'actions LVMH	1 025 418		67								67	-	67
Annulation d'actions LVMH	(1 395 106)		(66)	66							-	-	-
Augmentations de capital des filiales											-	8	8
Dividendes et acomptes versés										(1 500)	(1 500)	(228)	(1 728)
Prise de contrôle de Loro Piana											-	235	235
Prises et pertes de contrôle dans les entités consolidées										1	1	(1)	-
Acquisitions et cessions de parts d'intérêts minoritaires										(73)	(73)	(76)	(149)
Engagements d'achat de titres de minoritaires										(216)	(216)	(529)	(745)
Au 31 décembre 2013	507 793 661	152	3 849	(451)	(8)	2 855	136	946	(37)	19 437	26 879	1 028	27 907
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					500	(2 648)	(122)	(15)	(96)	-	(2 381)	108	(2 273)
Résultat net										5 648	5 648	457	6 105
Résultat global		-	-	-	500	(2 648)	(122)	(15)	(96)	5 648	3 267	565	3 832
Charges liées aux plans d'options										37	37	2	39
(Acquisitions)/cessions d'actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH				27						(17)	10	-	10
Levées d'options de souscription d'actions LVMH	980 323		59								59	-	59
Annulation d'actions LVMH	(1 062 271)		(50)	50							-	-	-
Augmentations de capital des filiales											-	3	3
Dividendes et acomptes versés										(1 579)	(1 579)	(328)	(1 907)
Distribution en nature des titres Hermès. Voir Note 8.			(1 203)							(5 652)	(6 855)	-	(6 855)
Prises et pertes de contrôle dans les entités consolidées										(5)	(5)	11	6
Acquisitions et cessions de parts d'intérêts minoritaires										(2)	(2)	32	30
Engagements d'achat de titres de minoritaires										(48)	(48)	(73)	(121)
Au 31 décembre 2014	507 711 713	152	2 655	(374)	492	207	14	931	(133)	17 819	21 763	1 240	23 003
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres					645	(103)	(25)	33	25	-	575	130	705
Résultat net										3 573	3 573	428	4 001
Résultat global		-	-	-	645	(103)	(25)	33	25	3 573	4 148	558	4 706
Charges liées aux plans d'options										35	35	2	37
(Acquisitions)/cessions d'actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH				23						(13)	10	-	10
Levées d'options de souscription d'actions LVMH	552 137		35								35	-	35
Annulation d'actions LVMH	(1 124 740)		(111)	111							-	-	-
Augmentations de capital des filiales											-	89	89
Dividendes et acomptes versés										(1 659)	(1 659)	(229)	(1 888)
Prises et pertes de contrôle dans les entités consolidées										(9)	(9)	1	(8)
Acquisitions et cessions de parts d'intérêts minoritaires										5	5	(3)	2
Engagements d'achat de titres de minoritaires										11	11	(198)	(187)
Au 31 décembre 2015	507 139 110	152	2 579	(240)	1 137	104	(11)	964	(108)	19 762	24 339	1 460	25 799

TABLEAU DE VARIATION DE LA TRÉSORERIE CONSOLIDÉE

(en millions d'euros)	Notes	2015	2014	2013
I. OPÉRATIONS ET INVESTISSEMENTS D'EXPLOITATION				
Résultat opérationnel		6 384	5 431	5 898
Part dans le résultat et dividendes reçus des sociétés mises en équivalence	7	27	26	49
Dotations nettes aux amortissements et provisions		2 081	1 895	1 435
Autres charges calculées		(456)	(188)	(29)
Autres retraitements		(91)	(84)	(76)
Capacité d'autofinancement générée par l'activité		7 945	7 080	7 277
Coût de la dette financière nette : intérêts payés		(75)	(116)	(111)
Impôt payé		(1 807)	(1 639)	(1 832)
Capacité d'autofinancement après intérêts financiers et impôt		6 063	5 325	5 334
Variation du besoin en fonds de roulement	14.1	(429)	(718)	(620)
Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation		5 634	4 607	4 714
Investissements d'exploitation	14.2	(1 955)	(1 775)	(1 657)
Variation de la trésorerie issue des opérations et investissements d'exploitation (cash flow disponible)		3 679	2 832	3 057
II. INVESTISSEMENTS FINANCIERS				
Acquisitions d'investissements financiers	8	(78)	(57)	(197)
Cessions d'investissements financiers	8	68	160	38
Dividendes reçus	8	4	69	71
Impôt payé relatif aux investissements financiers		(265)	(237)	(11)
Incidences des acquisitions et cessions de titres consolidés	2.4	(240)	(167)	(2 161)
Variation de la trésorerie issue des investissements financiers		(511)	(232)	(2 260)
III. OPÉRATIONS EN CAPITAL				
Augmentations de capital de la société LVMH	15.1	35	59	66
Augmentations de capital des filiales souscrites par les minoritaires	17	81	3	7
Acquisitions et cessions d'actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH	15.2	1	1	(113)
Dividendes et acomptes versés par la société LVMH ^(a)	15.3	(1 671)	(1 619)	(1 501)
Impôt payé relatif aux dividendes et acomptes versés		(304)	(79)	(137)
Dividendes et acomptes versés aux minoritaires des filiales consolidées	17	(228)	(336)	(220)
Acquisitions et cessions d'intérêts minoritaires	2.4	(4)	10	(150)
Variation de la trésorerie issue des opérations en capital		(2 090)	(1 961)	(2 048)
Variation de la trésorerie avant opérations de financement		1 078	639	(1 251)
IV. OPÉRATIONS DE FINANCEMENT				
Émissions ou souscriptions d'emprunts et dettes financières		1 008	2 407	3 095
Remboursements d'emprunts et dettes financières		(2 443)	(2 100)	(1 057)
Acquisitions et cessions de placements financiers	13	(3)	(106)	101
Variation de la trésorerie issue des opérations de financement		(1 438)	201	2 139
V. INCIDENCE DES ÉCARTS DE CONVERSION		(33)	27	47
VARIATION NETTE DE LA TRÉSORERIE (I+II+III+IV+V)		(393)	867	935
TRÉSORERIE NETTE À L'OUVERTURE	14	3 783	2 916	1 981
TRÉSORERIE NETTE À LA CLÔTURE	14	3 390	3 783	2 916
TOTAL DE L'IMPÔT PAYÉ		(2 376)	(1 955)	(1 980)
Opérations comprises dans le tableau ci-dessus, sans incidence sur la variation de la trésorerie : – investissements par location financement		4	5	7

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

ANNEXE AUX COMPTES CONSOLIDÉS

1.	PRINCIPES COMPTABLES	130
2.	VARIATIONS DE POURCENTAGE D'INTÉRÊT DANS LES ENTITÉS CONSOLIDÉES	137
3.	MARQUES, ENSEIGNES ET AUTRES IMMOBILISATIONS INCORPORELLES	139
4.	ÉCARTS D'ACQUISITION	141
5.	ÉVALUATION DES ACTIFS INCORPORELS À DURÉE DE VIE INDÉFINIE	142
6.	IMMOBILISATIONS CORPORELLES	144
7.	PARTICIPATIONS MISES EN ÉQUIVALENCE	146
8.	INVESTISSEMENTS FINANCIERS	146
9.	AUTRES ACTIFS NON COURANTS	148
10.	STOCKS ET EN-COURS	148
11.	CLIENTS	149
12.	AUTRES ACTIFS COURANTS	150
13.	PLACEMENTS FINANCIERS	151
14.	TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE	151
15.	CAPITAUX PROPRES	152
16.	PLANS D'OPTIONS ET ASSIMILÉS	154
17.	INTÉRÊTS MINORITAIRES	157
18.	EMPRUNTS ET DETTES FINANCIÈRES	158
19.	PROVISIONS	161
20.	AUTRES PASSIFS NON COURANTS	162
21.	AUTRES PASSIFS COURANTS ET FOURNISSEURS	162
22.	INSTRUMENTS FINANCIERS ET GESTION DES RISQUES DE MARCHÉ	163
23.	INFORMATION SECTORIELLE	167
24.	VENTES ET CHARGES PAR NATURE	170
25.	AUTRES PRODUITS ET CHARGES OPÉRATIONNELS	171
26.	RÉSULTAT FINANCIER	172
27.	IMPÔTS SUR LES RÉSULTATS	173
28.	RÉSULTAT PAR ACTION	175
29.	ENGAGEMENTS DE RETRAITES, PARTICIPATION AUX FRAIS MÉDICAUX ET AUTRES ENGAGEMENTS VIS-À-VIS DU PERSONNEL	176
30.	ENGAGEMENTS HORS BILAN	179
31.	FAITS EXCEPTIONNELS ET LITIGES	180
32.	PARTIES LIÉES	181
33.	ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE	183

1. PRINCIPES COMPTABLES

1.1. Cadre général et environnement

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

1.2. Évolutions du référentiel comptable applicable à LVMH

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

1.3. Première adoption des IFRS

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

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

1.4. Présentation des états financiers

Soldes intermédiaires du compte de résultat

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

Les « Autres produits et charges opérationnels » comprennent les éléments constitutifs du résultat qui, en raison de leur nature, de leur montant ou de leur fréquence, ne peuvent être considérés comme faisant partie des activités et du résultat opérationnel courants du Groupe. Il s'agit en particulier des effets des variations de périmètre et des dépréciations des marques, enseignes et écarts d'acquisition. Il s'agit également, s'ils sont significatifs, des plus ou moins-values de cession d'actifs immobilisés, des frais de restructuration, des frais liés à des litiges, ou de tout autre produit ou charge non courants susceptibles d'affecter la comparabilité du résultat opérationnel courant d'une période à l'autre.

Tableau de variation de trésorerie

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

- les dividendes reçus sont présentés en fonction de la nature des participations concernées, soit, pour les sociétés consolidées par mise en équivalence, au sein de la Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation et, pour les sociétés non consolidées, au sein de la Variation de la trésorerie issue des investissements financiers ;

- l'impôt payé est présenté en fonction de la nature des transactions dont il est issu : au sein de la Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation pour la part relative aux transactions d'exploitation, au sein de la Variation de la trésorerie issue des investissements financiers pour la part relative aux transactions sur investissements et placements financiers, en particulier l'impôt payé sur les résultats de cession, au sein de la Variation de trésorerie issue des opérations en capital pour la part relative aux transactions sur les capitaux propres, en particulier les impôts de distribution liés aux versements de dividendes.

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

1.5. Utilisation d'estimations

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

1.6. Méthodes de consolidation

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

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

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

1.7. Conversion des états financiers des entités hors zone Euro

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

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

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

1.8. Opérations en devises et couvertures de change

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

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

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

Les pertes et gains de change résultant de la conversion et de l'élimination d'opérations ou créances et dettes intra-Groupe exprimées dans une monnaie différente de la monnaie fonctionnelle de la société concernée sont enregistrés au compte de résultat, à moins qu'ils ne proviennent d'opérations de financement intra-Groupe à long terme pouvant être considérées comme des opérations en capital : ils sont dans ce cas inscrits dans les capitaux propres, en « Écarts de conversion ».

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

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

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

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

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

1.9. Évaluation à la juste valeur

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

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

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

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

1.10. Marques, enseignes et autres immobilisations incorporelles

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

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

d'une marque équivalente, notamment en termes de frais de publicité et de promotion.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

1.12. Engagements d'achat de titres de minoritaires

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

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

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

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

1.13. Immobilisations corporelles

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

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

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

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

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

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

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

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

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

1.14. Tests de perte de valeur des actifs immobilisés

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

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

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

Les données utilisées dans le cadre de la méthode des flux de trésorerie prévisionnels actualisés proviennent des budgets annuels et plans pluriannuels établis par la Direction des secteurs d'activité concernés. Les plans consistent en des projections à cinq ans, cette durée pouvant être étendue lorsqu'il s'agit de marques en cours de repositionnement stratégique, ou dont le cycle de production est supérieur à cinq ans. À la valeur résultant des flux de trésorerie prévisionnels actualisés s'ajoute une valeur terminale correspondant à la capitalisation à l'infini des flux de trésorerie issus, le plus souvent, de la dernière année du plan. Lorsque plusieurs scénarios prévisionnels sont retenus, une probabilité de survenance est attribuée à chacun d'entre eux. Le taux d'actualisation des flux de trésorerie prévisionnels reflète le taux de rendement attendu par un investisseur dans le domaine d'activité concerné et la prime de risque propre à cette activité.

1.15. Investissements et placements financiers

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

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

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

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

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

1.16. Stocks et en-cours

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

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

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

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

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

1.17. Créances clients, autres créances et prêts

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

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

1.18. Trésorerie et équivalents de trésorerie

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

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

1.19. Provisions

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

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

1.20. Dettes financières

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

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

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

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

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

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

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

1.21. Instruments dérivés

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

La mise en œuvre d'une comptabilité de couverture requiert, selon IAS 39, de démontrer et documenter l'efficacité de la relation de couverture lors de sa mise en place et pendant sa durée.

L'efficacité de la couverture sur le plan comptable est vérifiée par le rapport des variations de valeur du dérivé et du sous-jacent couvert, ce rapport devant rester dans une fourchette comprise entre 80 et 125 %.

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

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

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

1.22. Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH

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

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

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

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

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

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

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

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

1.24. Impôts courants et différés

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

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

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

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

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

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

1.25. Comptabilisation des ventes

Définition des ventes

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

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

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

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

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

Provision pour retours de produits

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

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

Activités en partenariat avec Diageo

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

1.26. Frais de publicité et de promotion

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

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

1.27. Plans d'options et assimilés

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

Pour les plans d'attribution d'actions gratuites, l'estimation du gain est calculée sur la base du cours de clôture de l'action la veille du Conseil d'administration ayant mis en place le plan et sous déduction du montant des dividendes anticipés sur la

période d'acquisition des droits. Une décote peut être appliquée à la valeur des actions gratuites ainsi calculée pour tenir compte, le cas échéant, d'une période d'incessibilité.

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

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

1.28. Résultat par action

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

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

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

2.1. Exercice 2015

2.1.1. Distribution sélective

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

2.1.2. Autres activités

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

Voir également Note 7 concernant les prises de participation dans les sociétés mises en équivalence.

2.2. Exercice 2014

2.2.1. Vins et Spiritueux

En avril 2014, LVMH a acquis la totalité du Domaine du Clos des Lambrays. Situé à Morey-Saint-Denis (France), où il dispose d'une superficie de 8,66 hectares d'un seul tenant, le Clos des Lambrays est un cru prestigieux de la côte de Nuits.

2.2.2. Distribution sélective

LVMH a acquis une participation complémentaire de 30 % dans Sephora Brasil (anciennement Sack's), portant son pourcentage de détention à 100 %. La différence entre le prix d'acquisition et les intérêts minoritaires a été enregistrée en déduction des capitaux propres.

2.3. Exercice 2013

2.3.1. Vins et Spiritueux

Au premier trimestre 2013, le Groupe a acquis une participation complémentaire de 30 % dans Château d'Yquem, portant son pourcentage de détention à 95 %. La différence entre le prix d'acquisition et les intérêts minoritaires a été enregistrée en déduction des capitaux propres.

2.3.2. Mode et Maroquinerie

En juillet 2013, LVMH a signé un Protocole d'accord portant sur l'acquisition de 80 % du capital de la Maison italienne Loro Piana, fabricant et distributeur de tissus, de vêtements et d'accessoires de luxe. Le 5 décembre 2013, en application de ce Protocole, LVMH a acquis 80 % de Loro Piana pour 1 987 millions d'euros. Loro Piana a été consolidé par intégration globale à compter du 5 décembre 2013. Le capital non acquis, soit 20 %, fait l'objet de promesses croisées de vente et d'achat, exerçables au plus tard trois ans suivant le 5 décembre 2013. La différence entre la valeur de l'engagement d'achat (enregistré en Autres passifs non courants, voir Note 20) et les intérêts minoritaires, soit 244 millions d'euros, a été portée en déduction des réserves consolidées.

Le tableau suivant présente les modalités définitives d'allocation du prix payé par LVMH au 5 décembre 2013, date de prise de contrôle :

<i>(en millions d'euros)</i>	Allocation provisoire	Variations	Allocation définitive
Marque	-	1 300	1 300
Autres immobilisations incorporelles et corporelles, nettes	159	39	198
Autres actifs non courants	11	26	37
Provisions à plus d'un an	(18)	(21)	(39)
Actifs circulants	382	(39)	343
Passifs circulants	(203)	19	(184)
Dette financière nette	(127)	13	(114)
Impôts différés	49	(415)	(366)
Actif net acquis	253	922	1 175
Intérêts minoritaires (20 %)	(51)	(184)	(235)
Actif net part du Groupe (80 %)	202	738	940
Écart d'acquisition	1 785	(738)	1 047
Valeur comptable de la participation au 5 décembre 2013	1 987	-	1 987

La marque Loro Piana, de 1 300 millions d'euros, a été évaluée selon la méthode des royalties, corroborée par la méthode des flux de trésorerie prévisionnels. L'écart d'acquisition, de 1 047 millions d'euros, est représentatif de la maîtrise dans l'approvisionnement en fibres naturelles de haute qualité ainsi que de l'expertise et du savoir-faire artisanal développé dans l'élaboration de produits issus de ces matières d'exception.

Les frais d'acquisition de Loro Piana ont été enregistrés en Autres produits et charges opérationnels ; ils représentaient un montant de 9 millions d'euros au 31 décembre 2013, voir Note 25.

En 2013, l'acquisition de Loro Piana a généré un décaissement de 1 982 millions d'euros, net de la trésorerie acquise de 5 millions d'euros.

Nicholas Kirkwood

En septembre 2013, LVMH a acquis une participation de 52 % dans le chausseur britannique Nicholas Kirkwood. Cette entité a été consolidée à compter du 1^{er} octobre 2013. Le capital non détenu fait l'objet de promesses croisées de vente et d'achat, exerçables à partir de 2020, principalement.

Marc Jacobs

En 2013, le Groupe a porté à 80 % le niveau de sa participation dans Marc Jacobs. La différence entre le prix d'acquisition et les intérêts minoritaires a été enregistrée en déduction des capitaux propres.

2.3.3. Autres activités

En juin 2013, LVMH a acquis une participation de 80 % dans la pâtisserie Cova, basée à Milan (Italie), et présente également en Asie à travers un réseau de franchises. Cette entité a été consolidée à compter de juillet 2013.

En août 2013, le Groupe a acquis, une participation de 100 % dans Hôtel Saint-Barth Isle de France, propriétaire et exploitant d'un hôtel de luxe situé sur l'île de Saint-Barthélemy (Antilles françaises). Cette entité a été consolidée à compter de septembre 2013. En juin 2014, LVMH a cédé 44 % de sa participation dans Hôtel Saint-Barth Isle de France. La différence entre la trésorerie reçue et la valeur comptable de la participation cédée a été enregistrée en réserves consolidées.

2.4. Incidence sur la trésorerie des variations de pourcentage d'intérêt dans les entités consolidées

<i>(en millions d'euros)</i>	2015	2014	2013
Montant payé pour l'acquisition de titres consolidés et de titres de minoritaires	(308)	(205)	(2 321)
Disponibilités/(découverts bancaires) des sociétés acquises	33	8	10
Montant reçu pour la cession de titres consolidés	31	45	-
(Disponibilités)/découverts bancaires des sociétés cédées	-	(5)	-
Incidences des variations de pourcentage d'intérêt dans les entités consolidées sur la trésorerie	(244)	(157)	(2 311)
<i>dont : acquisitions et cessions de titres consolidés</i>	<i>(240)</i>	<i>(167)</i>	<i>(2 161)</i>
<i>acquisitions et cessions d'intérêts minoritaires</i>	<i>(4)</i>	<i>10</i>	<i>(150)</i>

En 2015, l'incidence sur la trésorerie du Groupe des variations des pourcentages d'intérêt dans les entités consolidées comprend principalement l'acquisition du journal Le Parisien-Aujourd'hui en France, l'acquisition par Sephora d'une participation de 95 % dans le site de e-commerce Luxola, et les prises de participation dans Repossi et L Catterton, ainsi que divers versements au titre de clauses de performances prévues lors d'acquisitions passées. Voir également Note 7.

En 2014, l'incidence sur la trésorerie du Groupe des variations de pourcentage d'intérêt dans les entités consolidées comprenait

principalement les effets de l'acquisition du Domaine du Clos des Lambrays et ceux de l'acquisition de 30 % complémentaires dans Sephora Brasil.

En 2013, l'incidence sur la trésorerie du Groupe des variations de pourcentage d'intérêt dans les entités consolidées comprenait, pour 1 982 millions d'euros, l'effet de l'acquisition de Loro Piana. Le solde correspondait aux effets de l'acquisition de Hôtel Saint-Barth Isle de France, de la pâtisserie Cova, de Nicholas Kirkwood, et de participations complémentaires dans Château d'Yquem et Marc Jacobs.

3. MARQUES, ENSEIGNES ET AUTRES IMMOBILISATIONS INCORPORELLES

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

3.1. Variations de l'exercice

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

Valeur brute (en millions d'euros)	Marques	Enseignes	Logiciels, sites Internet	Droits au bail	Autres immobilisations incorporelles	Total
Au 31 décembre 2014	10 519	3 651	1 049	624	694	16 537
Acquisitions	-	-	119	36	161	316
Cessions, mises hors service	-	-	(19)	(23)	(41)	(83)
Effets des variations de périmètre	26	-	17	4	9	56
Effets des variations de change	260	382	29	9	28	708
Reclassements	-	-	44	2	(33)	13
Au 31 décembre 2015	10 805	4 033	1 239	652	818	17 547

Amortissements et dépréciations <i>(en millions d'euros)</i>	Marques	Enseignes	Logiciels, sites Internet	Droits au bail	Autres immobilisations incorporelles	Total
Au 31 décembre 2014	(562)	(1 496)	(771)	(280)	(397)	(3 506)
Amortissements	(19)	(1)	(133)	(40)	(104)	(297)
Dépréciations	-	-	(1)	(3)	-	(4)
Cessions, mises hors service	-	-	19	9	42	70
Effets des variations de périmètre	-	-	(14)	-	(4)	(18)
Effets des variations de change	(20)	(166)	(19)	(3)	(15)	(223)
Reclassements	-	-	(1)	(1)	5	3
Au 31 décembre 2015	(601)	(1 663)	(920)	(318)	(473)	(3 975)
Valeur nette au 31 décembre 2015	10 204	2 370	319	334	345	13 572

Les effets des variations de change proviennent principalement des valeurs incorporelles comptabilisées en dollars US et en francs suisses, en raison de l'évolution de la parité de ces devises vis-à-vis de l'euro à la clôture de l'exercice. Il s'agit notamment

de l'enseigne DFS Galleria et de la marque Donna Karan pour les variations dues au dollar US et des marques TAG Heuer et Hublot pour le franc suisse.

3.2. Variations des exercices antérieurs

Valeur nette <i>(en millions d'euros)</i>	Marques	Enseignes	Logiciels, sites Internet	Droits au bail	Autres immobilisations incorporelles	Total
Au 31 décembre 2012	8 637	2 009	198	245	233	11 322
Acquisitions	-	-	96	53	105	254
Cessions, mises hors service	-	-	-	(3)	(2)	(5)
Effets des variations de périmètre	1 305	-	6	53	10	1 374
Amortissements	(25)	(1)	(96)	(30)	(63)	(215)
Dépréciations	-	-	-	(1)	(1)	(2)
Effets des variations de change	(51)	(75)	(4)	(4)	(3)	(137)
Reclassements	-	-	35	7	(37)	5
Au 31 décembre 2013	9 866	1 933	235	320	242	12 596
Acquisitions	-	-	101	54	161	316
Cessions, mises hors service	-	-	-	(1)	(1)	(2)
Effets des variations de périmètre	-	-	-	-	2	2
Amortissements	(22)	(1)	(116)	(34)	(77)	(250)
Dépréciations	(3)	-	-	(1)	(1)	(5)
Effets des variations de change	116	223	10	8	6	363
Reclassements	-	-	48	(2)	(35)	11
Au 31 décembre 2014	9 957	2 155	278	344	297	13 031

3.3. Marques et enseignes

La répartition des marques et enseignes par groupe d'activités est la suivante :

(en millions d'euros)			2015	2014	2013
	Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net	Net
Vins et Spiritueux	919	(116)	803	785	766
Mode et Maroquinerie	5 289	(390)	4 899	4 859	4 816
Parfums et Cosmétiques	632	(27)	605	600	593
Montres et Joaillerie	3 693	(6)	3 687	3 533	3 505
Distribution sélective	4 019	(1 616)	2 403	2 159	1 937
Autres activités	286	(109)	177	176	182
Marques et enseignes	14 838	(2 264)	12 574	12 112	11 799

Les marques et enseignes comptabilisées sont celles acquises par le Groupe. Elles comprennent principalement au 31 décembre 2015 :

- Vins et Spiritueux : Veuve Clicquot, Krug, Château d'Yquem, Belvedere, Glenmorangie, Newton Vineyards et Numanthia Termes ;
- Mode et Maroquinerie : Louis Vuitton, Fendi, Donna Karan New York, Céline, Loewe, Givenchy, Kenzo, Thomas Pink, Berluti, Pucci et Loro Piana ;
- Parfums et Cosmétiques : Parfums Christian Dior, Guerlain, Parfums Givenchy, Make Up For Ever, Benefit Cosmetics, Fresh, Acqua di Parma, KVD Beauty LLC et Ole Henriksen ;
- Montres et Joaillerie : Bvlgari, TAG Heuer, Zenith, Hublot, Chaumet et Fred ;
- Distribution sélective : DFS Galleria, Sephora, Le Bon Marché et Ile de Beauté ;
- Autres activités : les titres de presse du groupe Les Echos-Investir, la marque Royal Van Lent-Feadship, La Samaritaine et la pâtisserie Cova.

Ces marques et enseignes figurent au bilan à la valeur déterminée lors de leur acquisition par le Groupe, qui peut être très inférieure à leur valeur d'utilité ou de marché à la date d'établissement des comptes du Groupe ; c'est notamment le cas, sans que cette liste puisse être considérée comme exhaustive, des marques Louis Vuitton, Veuve Clicquot et Parfums Christian Dior, ou de l'enseigne Sephora.

Ne figurent pas à l'actif du bilan les marques qui ont été développées par le Groupe, notamment Hennessy, les champagnes Moët & Chandon, Dom Pérignon, Mercier et Ruinart.

Les marques et enseignes développées par le Groupe, ainsi que Louis Vuitton, Veuve Clicquot, Parfums Christian Dior et Sephora représentent 20 % du total des marques et enseignes inscrites au bilan et 56 % des ventes totales du Groupe.

Voir également Note 5 pour l'évaluation des marques, enseignes et autres actifs incorporels à durée de vie indéfinie.

4. ÉCARTS D'ACQUISITION

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

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

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

Les effets des variations de périmètre 2015 correspondent principalement à l'acquisition du journal Le Parisien-Aujourd'hui en France et à celle de 95 % de Luxola. Voir Note 2.

Les effets des variations de périmètre de 2014 correspondaient principalement à l'écart d'acquisition de Clos des Lambrays. Voir Note 2.

Les effets des variations de périmètre de 2013 correspondaient principalement à l'écart d'acquisition de Loro Piana, pour 1 047 millions d'euros, le solde correspondant aux écarts d'acquisition liés à la consolidation de Hôtel Saint-Barth Isle de France, Nicholas Kirkwood et Cova.

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

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

5. ÉVALUATION DES ACTIFS INCORPORELS À DURÉE DE VIE INDÉFINIE

Les marques, enseignes et autres actifs incorporels à durée de vie indéfinie ainsi que les écarts d'acquisition ont fait l'objet d'un test annuel de perte de valeur. Aucune dépréciation significative n'a été enregistrée à ce titre au cours de l'exercice 2015. Comme décrit en Note 1.14, l'évaluation est effectuée le

plus souvent à partir des flux de trésorerie prévisionnels actualisés attendus de ces actifs, déterminés dans le cadre de plans pluriannuels établis au cours de chaque exercice. Les principaux paramètres retenus pour la détermination des flux prévisionnels sont les suivants :

(en pourcentage)	2015				2014				2013	
	Taux d'actualisation		Taux de croissance moyen des ventes sur la durée des plans	Taux de croissance au-delà de la durée des plans	Taux d'actualisation après impôt	Taux de croissance moyen des ventes sur la durée des plans	Taux de croissance au-delà de la durée des plans	Taux d'actualisation après impôt	Taux de croissance moyen des ventes sur la durée des plans	Taux de croissance au-delà de la durée des plans
Vins et Spiritueux	6,2 à 9,9	9,25 à 14,8	6,3	2,0	7,5 à 11,2	8,1	2,0	7,5 à 11,2	9,2	2,0
Mode et Maroquinerie	8,0 à 12,0	12,7 à 17,9	8,9	2,0	8,0 à 13,1	9,1	2,0	8,0 à 13,1	11,1	2,0
Parfums et Cosmétiques	7,4	11,0	8,9	2,0	8,0 à 8,5	8,7	2,0	8,0 à 9,4	9,5	2,0
Montres et Joaillerie	8,1 à 8,5	12,1 à 12,7	7,1	2,0	9,2 à 9,6	8,7	2,0	9,2 à 9,6	9,7	2,0
Distribution sélective	7,3 à 8,5	10,9 à 12,7	8,3	2,0	8,4 à 9,6	9,4	2,0	8,4 à 9,6	10,1	2,0
Autres	5,5 à 7,1	8,2 à 10,6	5,8	2,0	6,5 à 8,2	0,9	2,0	6,5 à 8,2	2,7	2,0

La durée des plans est de 5 ans, mais peut être étendue jusqu'à 10 ans pour les marques dont le cycle de production s'étend sur plus de 5 ans, ou pour les marques qui sont en cours de repositionnement stratégique. Les taux de croissance moyens cumulés des ventes et la progression des taux de marge sur la durée des plans sont comparables aux croissances réalisées au cours des quatre exercices antérieurs, à l'exception des marques en cours de repositionnement stratégique, dont les progressions attendues sont supérieures aux performances historiques, en raison des mesures de repositionnement mises en œuvre.

Les taux d'actualisation sont en baisse par rapport à ceux retenus en 2014, suite à la baisse des taux d'intérêt en 2015. Les taux de croissance annuelle retenus pour la période au-delà de la durée des plans sont ceux habituellement retenus par le marché pour les activités concernées.

Au 31 décembre 2015, les actifs incorporels à durée de vie indéfinie dont les valeurs nettes comptables sont les plus significatives ainsi que les paramètres retenus pour le test de perte de valeur de ces actifs sont les suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	Marques et enseignes	Écarts d'acquisition	Total	Taux d'actualisation après impôt <i>(en pourcentage)</i>	Taux de croissance au-delà de la durée des plans <i>(en pourcentage)</i>	Période couverte par les flux de trésorerie prévisionnels
Louis Vuitton	2 058	491	2 549	8,0	2,0	5 ans
Loro Piana	1 300	1 047	2 347	8,5	2,0	5 ans
Fendi	713	404	1 117	8,5	2,0	5 ans
Bvlgari	2 100	1 547	3 647	8,1	2,0	10 ans
TAG Heuer	1 145	217	1 362	8,1	2,0	5 ans
DFS Galleria	2 102	20	2 122	8,5	2,0	5 ans

Au 31 décembre 2015, pour les secteurs d'activité listés ci-dessus, une variation de 0,5 point du taux d'actualisation après impôt ou du taux de croissance au-delà de la durée des plans par rapport aux taux retenus au 31 décembre 2015, ou une réduction de 2 points du taux de croissance moyen cumulé des ventes sur la durée des plans n'entraînerait pas de dépréciation de ces incorporels. Le Groupe considère que des variations supérieures aux niveaux indiqués ci-dessus conduiraient à des niveaux d'hypothèses non pertinents, au regard de l'environnement économique actuel et des perspectives de croissance des activités concernées à moyen et long terme.

Parmi les autres secteurs d'activité, sept présentent des actifs incorporels ayant une valeur comptable proche de leur valeur d'utilité. Le montant de ces actifs incorporels au 31 décembre 2015, ainsi que le montant de la dépréciation qui résulterait d'une variation de 0,5 point du taux d'actualisation après impôt ou du taux de croissance au-delà de la durée des plans, ou d'une variation de 2 points du taux de croissance moyen cumulé des ventes par rapport aux taux retenus au 31 décembre 2015 sont détaillés ci-dessous :

<i>(en millions d'euros)</i>	Montant des actifs incorporels concernés au 31/12/2015	Montant de la dépréciation en cas de :		
		Hausse de 0,5 % du taux d'actualisation après impôt	Baisse de 2 % du taux de croissance moyen cumulé des ventes	Baisse de 0,5 % du taux de croissance au-delà de la durée des plans
Mode et Maroquinerie	50	(29)	(28)	(24)
Autres groupes d'activités	548	(86)	(27)	(70)
Total	598	(115)	(55)	(94)

Au 31 décembre 2015, les valeurs brutes et nettes des marques, enseignes et écarts d'acquisition ayant donné lieu à amortissement et/ou dépréciation en 2015 sont de 882 millions d'euros et 374 millions d'euros, respectivement (1 202 et 622 millions d'euros au 31 décembre 2014). Voir Note 25 concernant les amortissements et dépréciations enregistrés au cours de l'exercice.

6. IMMOBILISATIONS CORPORELLES

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

6.1. Variations de l'exercice

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

<i>Valeur brute</i> <i>(en millions d'euros)</i>	Terres à vignes et vignobles	Terrains et cons- tructions	Immeubles locatifs	Agencements, matériels et installations			Immobi- lisations en-cours	Autres immobili- sations corporelles	Total
				Magasins	Production, logistique	Autres			
Au 31 décembre 2014	2 455	3 952	679	5 167	1 995	1 238	688	1 592	17 766
Acquisitions	5	241	5	474	102	97	602	213	1 739
Variation de la valeur de marché des terres à vignes	64	-	-	-	-	-	-	-	64
Cessions, mises hors service	(2)	(59)	-	(347)	(43)	(81)	(2)	(33)	(567)
Effets des variations de périmètre	-	1	-	1	38	15	(29)	-	26
Effets des variations de change	-	165	27	302	27	55	34	27	637
Autres mouvements, y compris transferts	16	205	(101)	593	34	(145)	(534)	(72)	(4)
Au 31 décembre 2015	2 538	4 505	610	6 190	2 153	1 179	759	1 727	19 661

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

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

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

Les effets des variations de change proviennent principalement des immobilisations corporelles comptabilisées en dollar US,

en raison de l'évolution de sa parité vis-à-vis de l'euro entre le 31 décembre 2014 et le 31 décembre 2015.

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

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

6.2. Variations des exercices antérieurs

Valeur nette <i>(en millions d'euros)</i>	Terres à vignes et vignobles	Terrains et cons- tructions	Immeubles locatifs	Agencements, matériels et installations			Immobili- sations en-cours	Autres immobili- sations corporelles	Total
				Magasins	Production, logistique	Autres			
Au 31 décembre 2012	1 930	2 478	509	1 306	553	252	715	951	8 694
Acquisitions	4	96	18	580	89	115	597	82	1 581
Cessions, mises hors service	-	(58)	-	(2)	(1)	(2)	(2)	(22)	(87)
Amortissements	(6)	(120)	(7)	(469)	(118)	(110)	-	(79)	(909)
Dépréciations	-	(1)	-	(2)	1	-	(8)	-	(10)
Variation de la valeur de marché des terres à vignes	369	-	-	-	-	-	-	-	369
Effets des variations de périmètre	-	155	-	31	32	2	-	1	221
Effets des variations de change	(11)	(79)	(13)	(73)	(7)	(10)	(18)	(15)	(226)
Autres, y compris transferts	8	(105)	98	284	59	83	(484)	45	(12)
Au 31 décembre 2013	2 294	2 366	605	1 655	608	330	800	963	9 621
Acquisitions	3	132	16	474	100	98	543	166	1 532
Cessions, mises hors service	(25)	(3)	-	(3)	(2)	(1)	(1)	-	(35)
Amortissements	(6)	(125)	(5)	(621)	(140)	(122)	-	(62)	(1 081)
Dépréciations	-	(14)	(2)	14	-	1	(5)	(2)	(8)
Variation de la valeur de marché des terres à vignes	(17)	-	-	-	-	-	-	-	(17)
Effets des variations de périmètre	96	7	-	(1)	-	-	(6)	2	98
Effets des variations de change	6	96	18	105	8	16	34	9	292
Autres, y compris transferts	13	75	-	350	67	78	(681)	83	(15)
Au 31 décembre 2014	2 364	2 534	632	1 973	641	400	684	1 159	10 387

Les acquisitions d'immobilisations corporelles de l'exercice 2014 incluaient les investissements de Louis Vuitton, Sephora, DFS et Bvlgari dans leurs réseaux de distribution, ceux de Parfums Christian Dior dans de nouveaux comptoirs, ainsi que ceux des marques de champagne dans leur outil de production et les effets des investissements immobiliers affectés à l'exploitation administrative, commerciale ou locative.

Les acquisitions d'immobilisations corporelles de 2013 reflétaient les investissements de Louis Vuitton, Sephora, DFS, Bvlgari et Berluti dans leurs réseaux de distribution, ainsi que ceux des marques de champagne dans leur outil de production, et de Parfums Christian Dior dans de nouveaux comptoirs. Les effets des variations de périmètre étaient principalement liés à la consolidation de Loro Piana.

7. PARTICIPATIONS MISES EN ÉQUIVALENCE

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

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

- Pour les activités en partenariat :
 - une participation de 50 % dans le domaine viticole de Château Cheval Blanc (Gironde, France), producteur du Saint-Émilion Grand cru classé A du même nom ;
 - une participation de 50 % dans De Beers Diamond Jewellers, disposant d'un réseau de boutiques au sein desquelles sont commercialisés des bijoux sous la marque De Beers ;
 - une participation de 50 % dans Montres Dior, concevant et produisant les montres Dior. Voir également Note 32.1.
- Pour les autres sociétés :
 - une participation de 40 % dans Mongoual SA, société immobilière propriétaire d'un immeuble de bureaux à Paris (France), siège social de la société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton ;
 - une participation de 45 % dans PT. Sona Topas Tourism Industry Tbk (STTI), société de distribution indonésienne, titulaire notamment de licences de ventes en duty-free dans les aéroports ;
 - une participation de 46 % dans JW Anderson, marque londonienne de prêt-à-porter, acquise en septembre 2013 ;
 - une participation de 41,7 % dans Repossi, marque italienne de bijouterie acquise en novembre 2015 ;
 - une participation de 35,8 % dans L Catterton, société de gestion de fonds d'investissement créée en décembre 2015 en partenariat avec Catterton.

8. INVESTISSEMENTS FINANCIERS

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

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

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

Au 31 décembre 2013, les investissements financiers incluaient principalement une participation dans Hermès International SCA (« Hermès ») d'un montant brut et net de 6 437 millions d'euros (5 409 millions d'euros au 31 décembre 2012). Cette participation a été distribuée aux actionnaires de LVMH le 17 décembre 2014 conformément aux termes du Protocole, conclu le 2 septembre 2014 entre LVMH et Hermès. LVMH a procédé à la distribution des actions Hermès à ses actionnaires sous la forme d'une distribution exceptionnelle en nature, approuvée lors de l'Assemblée générale mixte du 25 novembre 2014. La parité retenue pour la distribution était de 2 actions Hermès pour 41 actions LVMH. Le montant de la distribution en nature, de 6,9 milliards d'euros, a été valorisé en retenant le cours de bourse d'ouverture de l'action Hermès le 17 décembre 2014, soit 280,10 euros. Les droits formant rompus n'étant ni

négociables, ni cessibles, les actionnaires, lorsque l'application de la parité ne donnait pas un nombre entier d'actions Hermès, ont reçu le nombre d'actions Hermès immédiatement inférieur, complété d'une soulte en espèces. Voir également Note 15.3.

À l'issue de la distribution des titres Hermès aux actionnaires, la participation de LVMH dans Hermès s'élevait à 61 millions d'euros, correspondant à des actions non distribuées du fait de l'existence de droits formant rompus. Aux termes du Protocole, LVMH s'est engagée à céder ces actions au plus tard le 2 septembre 2015. Le cours de l'action Hermès retenu pour la valorisation de la participation s'élève à 294,80 euros au 31 décembre 2014 (263,50 au 31 décembre 2013, 226,30 au 31 décembre 2012). Ces titres sont présentés en Placements financiers au 31 décembre 2014 (voir Note 13). Au 31 décembre 2015, LVMH ne détient plus d'actions Hermès.

Les effets de la distribution des actions Hermès sur les états financiers consolidés au 31 décembre 2014 ont été les suivants :

(en millions d'euros)	Effets sur les capitaux propres, dont :				Effets sur la trésorerie
	Écarts de réévaluation	Résultat	Autres réserves	Total	
Distribution en nature des actions Hermès	(2 800)	3 189 ^(a)	(6 855)	(6 466)	-
Impôt afférent ^(b)	185	(512)	-	(327)	(210)
Net	(2 615)	2 677	(6 855)	(6 793)	(210)

(a) Voir également Note 26.

(b) Y compris effets de la taxe de 3 % sur les dividendes versés par LVMH SE, voir également Note 27.

L'effet net sur les capitaux propres consolidés, négatif de 6,8 milliards d'euros, correspondait à la valeur de la participation dans Hermès au 31 décembre 2013 augmentée des effets d'impôts liés à cette distribution. Le gain (hors effet d'impôt) enregistré en résultat, de 3,2 milliards d'euros, correspondait à la différence entre la participation valorisée au cours d'ouverture de l'action Hermès le 17 décembre 2014, soit 6,9 milliards d'euros, et son prix de revient comptable global de 3,7 milliards d'euros (2,7 milliards en trésorerie après déduction du gain comptabilisé en 2010, lors du dénouement d'« equity linked swaps » portant sur 12,8 millions de titres).

Voir Note 16 concernant les effets de la distribution des titres Hermès sur les plans d'options et assimilés.

La valeur de marché des investissements financiers est établie selon les méthodes décrites en Note 1.8, voir également Note 22.2 concernant la ventilation des investissements financiers selon les méthodes d'évaluation. Les dépréciations des investissements financiers sont établies en application des principes comptables décrits en Note 1.15.

Au 31 décembre 2015, les investissements financiers détenus par le Groupe sont notamment les suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	Pourcentage d'intérêt	Valeur nette des titres	Écarts de réévaluation	Dividendes encaissés
Hengdeli Holdings Ltd (Chine)	6,3 %	40	10	1
Tod's SpA (Italie)	3,5 %	77	31	2
L Real Estate SCA (Luxembourg)	32,2 %	154	68	-
Autres participations		303	18	-
Total		574	127	3

Les Autres participations incluent essentiellement des parts dans des fonds d'investissement non cotés.

La participation dans Sociedad Textil Lonia SA a été cédée en 2014.

9. AUTRES ACTIFS NON COURANTS

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

10. STOCKS ET EN-COURS

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

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

(en millions d'euros)	2015			2014	2013
	Brut	Dépréciations	Net	Net	Net
Au 1^{er} janvier	10 700	(1 225)	9 475	8 492	7 994
Variation du stock brut	569	-	569	929	769
Effet de la provision pour retours ^(a)	(2)	-	(2)	12	(5)
Effets de la mise à valeur de marché des vendanges	(16)	-	(16)	(7)	2
Variation de la provision pour dépréciation	-	(317)	(317)	(313)	(242)
Effets des variations de périmètre	6	-	6	10	292
Effets des variations de change	460	(79)	381	347	(297)
Autres, y compris reclassements	(291)	291	-	5	(21)
Au 31 décembre	11 426	(1 330)	10 096	9 475	8 492

(a) Voir Note 1.25.

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

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

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

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

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

11. CLIENTS

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

(a) Voir Note 1.25.

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

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

Le solde clients est constitué essentiellement d'en-cours sur des clients grossistes ou des agents, en nombre limité et avec lesquels le Groupe entretient des relations le plus souvent continues. Au 31 décembre 2015, la majeure partie des créances client ont fait l'objet de demandes de couverture de crédit client auprès des assureurs, celles-ci ayant été satisfaites à environ 88 % de leur montant, contre 90 % au 31 décembre 2014.

Au 31 décembre 2015, 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	Dépréciations	Valeur nette des créances
Non échues : - moins de 3 mois	2 229	(16)	2 213
- plus de 3 mois	295	(4)	291
	2 524	(20)	2 504
Échues : - moins de 3 mois	181	(7)	174
- plus de 3 mois	115	(37)	78
	296	(44)	252
Total	2 820	(64)	2 756

Au cours de chacun des exercices présentés, aucun client n'a représenté un montant de chiffres d'affaires excédant 10 % du chiffre d'affaires consolidé du Groupe.

La valeur actuelle des créances clients n'est pas différente de leur valeur comptable.

12. AUTRES ACTIFS COURANTS

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

La valeur actuelle des autres actifs courants n'est pas différente de leur valeur comptable.

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

13. PLACEMENTS FINANCIERS

<i>(en millions d'euros)</i>	2015	2014	2013
Valeurs mobilières de placement non cotées, parts de SICAV et de fonds non monétaires	151	-	12
Valeurs mobilières de placement cotées	234	253	159
Total	385	253	171
<i>dont : coût historique des placements financiers</i>	<i>393</i>	<i>180</i>	<i>136</i>

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

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

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

14. TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE

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

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

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

14.1. Variation du besoin en fonds de roulement

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

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

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

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

14.2. Investissements d'exploitation

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

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

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

15. CAPITAUX PROPRES

15.1. Capital social et primes

Au 31 décembre 2015, le capital social, entièrement libéré, est constitué de 507 139 110 actions (507 711 713 au 31 décembre 2014, 507 793 661 au 31 décembre 2013), au nominal de 0,30 euro ; 229 780 453 actions bénéficient d'un droit de vote double, accordé aux actions détenues sous forme nominative

depuis plus de trois ans (226 167 633 au 31 décembre 2014, 224 907 923 au 31 décembre 2013).

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

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

15.2. Actions LVMH

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

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

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

Les « Autres plans » correspondent aux plans futurs.

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

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

<i>(en millions d'euros)</i>	Nombre	Montant	Effet sur la trésorerie
Au 31 décembre 2014	5 851 370	374	
Achats d'actions	1 799 806	281	(281)
Attribution définitive d'actions gratuites	(386 709)	(24)	-
Annulation d'actions	(1 124 740)	(111)	-
Cessions à valeur de vente	(1 799 806)	(282)	282
Plus value/(moins value) de cession	-	2	-
Au 31 décembre 2015	4 339 921	240	1

15.3. Dividendes versés par la société mère LVMH SE

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

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

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

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

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

15.4. Écarts de conversion

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

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

15.5. Stratégie en matière de structure financière

Le Groupe estime que la gestion de la structure financière participe, avec le développement des sociétés qu'il détient et la gestion du portefeuille de marques, à l'objectif d'accroissement de la richesse de ses actionnaires. Le maintien d'une qualité de crédit adaptée constitue un objectif essentiel pour le Groupe, autorisant une large capacité d'accès aux marchés, à des conditions favorables, ce qui permet à la fois de saisir des opportunités et de bénéficier des ressources nécessaires au développement de son activité.

À cette fin, le Groupe suit un certain nombre de ratios et d'agrégats :

- dette financière nette (voir Note 18) sur capitaux propres ;
- capacité d'autofinancement générée par l'activité sur dette financière nette ;
- capacité d'autofinancement ;
- variation de trésorerie issue des opérations et investissements d'exploitation (cash flow disponible) ;

- capitaux permanents sur actifs immobilisés ;
- part de la dette à plus d'un an dans la dette financière nette.

Les capitaux permanents s'entendent comme la somme des capitaux propres et des passifs non courants.

Ces indicateurs sont, le cas échéant, ajustés des engagements financiers hors bilan du Groupe.

L'objectif de flexibilité financière se traduit aussi par l'entretien de relations bancaires nombreuses et diversifiées, par le recours régulier à plusieurs marchés de dette négociable (à plus d'un an comme à moins d'un an), par la détention d'un montant significatif de trésorerie et équivalents de trésorerie et par l'existence de montants appréciables de lignes de crédit confirmées non tirées, ayant vocation à aller bien au-delà de la couverture de l'encours du programme de billets de trésorerie, tout en représentant un coût raisonnable pour le Groupe.

16. PLANS D'OPTIONS ET ASSIMILÉS

16.1. Caractéristiques générales des plans

Plans d'options d'achat et de souscription

L'Assemblée générale du 16 avril 2015 a renouvelé l'autorisation accordée au Conseil d'administration, pour une période de vingt-six mois expirant en juin 2017, de consentir, en une ou plusieurs fois, au bénéfice des membres du personnel ou dirigeants des sociétés du Groupe, des options de souscription ou d'achat d'actions dans la limite de 1 % du capital de la Société.

Chaque plan a une durée de dix ans et les options sont exerçables après un délai de quatre ans.

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

Plans d'attribution d'actions gratuites

L'Assemblée générale du 16 avril 2015 a renouvelé l'autorisation accordée au Conseil d'administration, pour une période de vingt-six mois expirant en juin 2017, de procéder, en une ou plusieurs fois, au bénéfice des membres du personnel ou des dirigeants des sociétés du Groupe, à des attributions d'actions gratuites existantes ou à émettre dans la limite de 1 % du capital de la Société au jour de cette autorisation.

L'attribution des actions gratuites aux bénéficiaires ayant leur résidence fiscale en France devient définitive au terme d'une période d'acquisition de trois ans, au-delà de laquelle les bénéficiaires doivent conserver les actions attribuées pendant une durée complémentaire de deux ans.

Les actions gratuites attribuées aux bénéficiaires ayant leur résidence fiscale hors de France sont définitivement attribuées et librement cessibles à l'issue d'un délai de quatre ans.

Conditions de performance

Certains plans d'options de souscription d'actions ou d'attribution d'actions gratuites sont assortis de conditions de performance, dont la réalisation est nécessaire à l'obtention définitive du bénéfice de ces plans. Pour tous les plans concernés à l'exception des plans du 23 octobre 2014, du 16 avril 2015 et du 22 octobre 2015, les actions/options de performance ne sont attribuées définitivement que si les comptes consolidés de LVMH pour l'exercice au cours duquel le plan est mis en place (exercice « N ») et l'exercice N+1 affichent une variation positive par rapport

à l'exercice N-1 de l'un ou l'autre des indicateurs suivants : résultat opérationnel courant, trésorerie issue des opérations et investissements d'exploitation, taux de marge opérationnelle courante du Groupe. Pour les plans du 23 octobre 2014 et du 16 avril 2015, les actions de performance n'étaient sujettes à attribution définitive que si les comptes consolidés de LVMH pour l'exercice 2015 affichaient une variation positive par rapport à l'exercice 2014 de l'un ou l'autre des indicateurs mentionnés ci-dessus. Pour le plan du 22 octobre 2015, les actions de performance ne sont sujettes à attribution définitive que si les comptes consolidés de LVMH pour les exercices 2016 et 2017 affichent une variation positive par rapport à l'exercice 2015 de l'un ou l'autre des indicateurs.

Effets de la distribution de titres Hermès (voir Note 8) sur les plans d'options et assimilés

Afin de protéger les bénéficiaires d'options de souscription d'actions et d'actions gratuites, les actionnaires, lors de l'Assemblée du 25 novembre 2014, ont autorisé le Conseil d'administration à ajuster le nombre et le prix d'exercice des options de souscription n'ayant pas été exercées avant le 17 décembre 2014, ainsi que le nombre des actions gratuites en cours d'acquisition à cette date. Par conséquent, les quantités d'options de souscription et d'actions gratuites concernées ont été augmentées de 11,1 %, tandis que le prix d'exercice de ces options a été réduit de 9,98 %. Ces ajustements n'ayant pour objectif que de maintenir le gain obtenu par les bénéficiaires au niveau atteint avant la distribution, ils n'ont eu aucun effet sur les états financiers consolidés.

16.2. Plans d'options de souscription

Les principales caractéristiques des plans d'options de souscription ainsi que leur évolution durant l'exercice sont les suivantes :

Date d'ouverture du plan	Nombre d'options attribuées ^(a)	Prix d'exercice ^(a) (en euros)	Période d'acquisition des droits	Nombre d'options exercées en 2015	Nombre d'options devenues caduques en 2015	Nombre d'options restant à exercer au 31/12/2015
12 mai 2005	1 865 299	47,55	4 ans	(125 672)	(5 284)	-
"	72 329	50,26	"	(556)	(223)	-
11 mai 2006	1 797 646	70,97	"	(250 083)	(1 251)	585 112
"	77 108	74,19	"	(5 555)	-	1 528
10 mai 2007	1 764 203	77,53	"	(55 141)	(793)	784 727
15 mai 2008	1 708 542	65,26	"	(35 185)	(1 529)	828 907
"	78 469	65,44	"	(1 056)	-	19 263
14 mai 2009 ^(b)	1 333 097	50,86	"	(78 472)	(1 946)	583 587
"	37 106	50,88	"	(417)	-	18 026
Total	8 733 799			(552 137)	(11 026)	2 821 150

(a) Après l'effet des ajustements effectués du fait de la distribution en nature d'actions Hermès. Voir Notes 8 et 16.1.

(b) Plan soumis à conditions de performance, voir Note 16.1 Caractéristiques générales des plans.

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

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

16.3. Plans d'attribution d'actions gratuites

Les principales caractéristiques des plans d'attribution d'actions gratuites ainsi que leur évolution durant l'exercice sont les suivantes :

Date d'ouverture du plan	Attributions initiales ^(a)	Dont : actions de performance ^{(a) (b)}	Exercices concernés par les conditions de performance	Conditions satisfaites ?	Période d'acquisition des droits	Attributions devenues caduques en 2015	Attributions devenues définitives en 2015	Attributions provisoires au 31/12/2015
31 mars 2011	459 973	267 289	2011 et 2012	<i>oui</i>	3 ^(c) ou 4 ^(d) ans	(172 231)	(5 077)	-
20 octobre 2011	120 266	-	-	-	3 ans	-	-	-
5 avril 2012	459 904	459 904	2012 et 2013	<i>oui</i>	3 ^(c) ou 4 ^(d) ans	(213 555)	(9 220)	200 058
26 juillet 2012	50 912	923	2012 et 2013	<i>oui</i>	3 ^(c) ou 4 ^(d) ans	(923)	-	49 989
31 janvier 2013	36 437	-	-	-	2 ans	-	-	-
25 juillet 2013	440 036	440 036	2013 et 2014	<i>oui</i>	3 ^(c) ou 4 ^(d) ans	-	(12 833)	412 379
24 octobre 2013	6 920	6 920	2013 et 2014	<i>oui</i>	3 ^(c) ou 4 ^(d) ans	-	-	6 920
24 juillet 2014	67 764	-	-	-	3 ^(c) ou 4 ^(d) ans	-	-	67 764
23 octobre 2014	341 678	341 678	2015	<i>oui</i>	3 ^(c) ou 4 ^(d) ans	-	(11 514)	330 164
16 avril 2015	73 262	73 262	2015	^(e)	3 ^(c) ou 4 ^(d) ans	-	-	73 262
22 octobre 2015	315 532	315 532	2016 et 2017	^(e)	3 ^(c) ou 4 ^(d) ans	-	-	315 532
Total	2 372 684	1 905 544				(386 709)	(38 644)	1 456 068

(a) Après l'effet des ajustements effectués du fait de la distribution en nature d'actions Hermès. Voir Notes 8 et 16.1.

(b) Voir Note 16.1 Caractéristiques générales des plans.

(c) Bénéficiaires ayant leur résidence fiscale en France.

(d) Bénéficiaires ayant leur résidence fiscale hors de France.

(e) Les conditions de performance ont été considérées comme satisfaites pour la détermination de la charge de l'exercice 2015, sur la base des données budgétaires.

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

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

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

16.4. Charge de l'exercice

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

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

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

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

17. INTÉRÊTS MINORITAIRES

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

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

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

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

et sont donc exclus du total des intérêts minoritaires à la date de clôture. Voir Notes 1.12 et 20.

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

18. EMPRUNTS ET DETTES FINANCIÈRES

18.1. Dette financière nette

<i>(en millions d'euros)</i>	2015	2014	2013
Dette financière à plus d'un an	4 511	5 054	4 149
Dette financière à moins d'un an	3 769	4 189	4 674
Dette financière brute	8 280	9 243	8 823
Instruments dérivés liés au risque de taux d'intérêt	(66)	(94)	(117)
Dette financière brute après effet des instruments dérivés	8 214	9 149	8 706
Placements financiers	(385)	(253)	(171)
Trésorerie et équivalents de trésorerie	(3 594)	(4 091)	(3 226)
Dette financière nette	4 235	4 805	5 309

En 2015, les emprunts obligataires de 250 et 500 millions d'euros émis respectivement en 2009 et 2011, et celui de 200 millions de francs suisses émis en 2008 ont été remboursés.

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

18.2. Analyse de la dette financière brute par nature

<i>(en millions d'euros)</i>	2015	2014	2013
Emprunts obligataires et Euro Medium Term Notes (EMTN)	4 202	4 794	3 866
Crédit-bail et locations de longue durée	131	116	109
Emprunts auprès des établissements de crédit	178	144	174
Dette financière à plus d'un an	4 511	5 054	4 149
Emprunts obligataires et Euro Medium Term Notes (EMTN)	710	925	1 013
Crédit-bail et locations de longue durée	6	12	14
Emprunts auprès des établissements de crédit	263	511	567
Billets de trésorerie	2 281	2 004	2 348
Autres emprunts et lignes de crédit	277	377	343
Découverts bancaires	205	308	310
Intérêts courus	27	52	79
Dette financière à moins d'un an	3 769	4 189	4 674
Dette financière brute totale	8 280	9 243	8 823

La valeur de marché de la dette financière brute est de 8 396 millions d'euros au 31 décembre 2015 (9 398 millions d'euros au 31 décembre 2014, 8 946 millions au 31 décembre 2013), dont 3 905 à moins d'un an (5 206 millions d'euros au 31 décembre 2014, 4 690 millions d'euros au 31 décembre 2013) et 4 491

à plus d'un an (4 192 millions d'euros au 31 décembre 2014, 4 256 millions d'euros au 31 décembre 2013).

Aux 31 décembre 2015, 2014 et 2013, aucun encours n'était comptabilisé selon l'option juste valeur. Voir Note 1.20.

18.3. Emprunts obligataires et EMTN

Montant nominal <i>(en devises)</i>	Date d'émission	Échéance	Taux effectif initial ^(a) (%)	2015 <i>(en millions d'euros)</i>	2014	2013
AUD 150 000 000	2014	2019	3,68	102	101	-
EUR 300 000 000	2014	2019	variable	300	300	-
EUR 650 000 000	2014	2021	1,12	659	657	-
GBP 350 000 000	2014	2017	1,83	481	454	-
EUR 600 000 000	2013	2020	1,89	603	596	594
EUR 600 000 000 ^(b)	2013	2019	1,25	608	608	490
EUR 650 000 000 ^(c)	2013	2016	variable	650	650	500
USD 850 000 000	2012	2017	1,75	784	701	616
EUR 500 000 000	2011	2018	4,08	508	512	518
EUR 500 000 000	2011	2015	3,47	-	504	515
EUR 1 000 000 000	2009	2014	4,52	-	-	1 013
EUR 250 000 000	2009	2015	4,59	-	255	260
EUR 150 000 000	2009	2017	4,81	157	161	162
CHF 200 000 000	2008	2015	4,04	-	166	163
Placements privés en devises				60	54	48
Total emprunts obligataires et EMTN				4 912	5 719	4 879

(a) Avant effet des couvertures de taux mises en place concomitamment ou postérieurement à l'émission.

(b) Montants cumulés et taux effectif initial moyen pondéré résultant d'un emprunt de 500 millions d'euros émis en 2013 à un taux effectif initial de 1,38 % et d'un abondement de 100 millions d'euros réalisé en 2014 à un taux effectif de 0,62 %.

(c) Montants cumulés résultant d'un emprunt de 500 millions d'euros émis en 2013 à taux variable et d'un abondement de 150 millions d'euros réalisé en 2014 à taux variable.

18.4. Crédit-bail et locations de longue durée

La dette au titre des contrats de crédit-bail et locations de longue durée, égale à la valeur actuelle des paiements futurs, se décompose ainsi, par échéance :

<i>(en millions d'euros)</i>	2015		2014		2013	
	Paiements minima futurs	Valeur actuelle des paiements	Paiements minima futurs	Valeur actuelle des paiements	Paiements minima futurs	Valeur actuelle des paiements
À moins d'un an	18	13	19	18	21	19
De un à cinq ans	60	41	56	39	57	43
Au-delà de cinq ans	343	83	320	71	294	61
Total paiements minima futurs	421		395		372	
Effet de l'actualisation	(284)		(267)		(249)	
Total dette de crédit-bail et locations de longue durée	137	137	128	128	123	123

Sont financés ou refinancés par crédit-bail ou location de longue durée, principalement des actifs immobiliers ou des équipements industriels.

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

(en millions d'euros)

	Dette financière brute			Effets des instruments dérivés			Dette financière brute après effets des instruments dérivés		
	Taux fixe	Taux variable	Total	Taux fixe	Taux variable	Total	Taux fixe	Taux variable	Total
Échéance : 2016	2 767	1 002	3 769	1	(6)	(5)	2 768	996	3 764
2017	1 443	65	1 508	(1 408)	1 384	(24)	35	1 449	1 484
2018	596	-	596	-	(5)	(5)	596	(5)	591
2019	714	300	1 014	(351)	339	(12)	363	639	1 002
2020	607	-	607	(401)	394	(7)	206	394	600
2021	664	-	664	(650)	637	(13)	14	637	651
Au-delà	122	-	122	-	-	-	122	-	122
Total	6 913	1 367	8 280	(2 809)	2 743	(66)	4 104	4 110	8 214

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

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

(en millions d'euros)

	Échéance 2016
Premier trimestre	2 569
Deuxième trimestre	385
Troisième trimestre	718
Quatrième trimestre	97
Total	3 769

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

(en millions d'euros)

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

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

18.7. Sensibilité

Sur la base de la dette au 31 décembre 2015 :

- une hausse instantanée de 1 % sur les courbes de taux des devises d'endettement du Groupe aurait pour effet une augmentation de 41 millions d'euros du coût de la dette financière nette après effet des instruments dérivés, et une baisse de 45 millions d'euros de la valeur de marché de la dette financière brute à taux fixe après effet des instruments dérivés ;

- une baisse instantanée de 1 % de ces mêmes courbes aurait pour effet une diminution de 41 millions d'euros du coût de la dette financière nette après effet des instruments dérivés, et une hausse de 45 millions d'euros de la valeur de marché de la dette financière brute à taux fixe après effet des instruments dérivés.

Ces variations resteraient sans incidence sur le montant des capitaux propres au 31 décembre 2015, en raison de l'absence de couverture de la charge d'intérêt future.

18.8. Covenants

Dans le cadre de certaines lignes de crédit, le Groupe peut s'engager à respecter certains ratios financiers. Au 31 décembre 2015, aucune ligne de crédit significative n'est concernée par ces dispositions.

18.9. Lignes de crédit confirmées non tirées

Au 31 décembre 2015, l'encours total de lignes de crédit confirmées non tirées s'élève à 3,4 milliards d'euros.

18.10. Garanties et sûretés réelles

Au 31 décembre 2015, le montant de la dette financière couverte par des sûretés réelles est inférieur à 200 millions d'euros.

19. PROVISIONS

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

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

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

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

En particulier, les entités du Groupe en France et à l'étranger peuvent faire l'objet de contrôles fiscaux et, le cas échéant, de demandes de rectification de la part des administrations locales.

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

Les provisions pour retraites, participation aux frais médicaux et autres engagements vis-à-vis du personnel sont analysées en Note 29.

20. AUTRES PASSIFS NON COURANTS

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

Aux 31 décembre 2015, 2014 et 2013, les engagements d'achat de titres de minoritaires sont constitués, à titre principal, de l'engagement de LVMH vis-à-vis de Diageo plc pour la reprise de sa participation de 34 % dans Moët Hennessy, avec un préavis de six mois, pour un montant égal à 80 % de la juste valeur de Moët Hennessy à la date d'exercice de la promesse. Dans le calcul de l'engagement, la juste valeur a été déterminée par référence à des multiples boursiers de sociétés comparables, appliqués aux données opérationnelles consolidées de Moët Hennessy.

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

Les engagements d'achat de titres de minoritaires incluent en outre l'engagement relatif aux minoritaires de Loro Piana (20 %, voir Note 2), Ile de Beauté (35 %), Heng Long (35 %) ainsi que de filiales de distribution dans différents pays, principalement au Moyen-Orient.

21. AUTRES PASSIFS COURANTS ET FOURNISSEURS

21.1. Fournisseurs et comptes rattachés

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

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

21.2. Autres passifs courants

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

La valeur actuelle des autres passifs courants n'est pas différente de leur valeur comptable.

22. INSTRUMENTS FINANCIERS ET GESTION DES RISQUES DE MARCHÉ

22.1. Organisation de la gestion des risques de change, de taux et des marchés actions

Les instruments financiers utilisés par le Groupe ont principalement pour objet la couverture des risques liés à son activité et à son patrimoine.

La gestion des risques de change et de taux, les transactions sur actions et les instruments financiers sont effectués de façon centralisée.

Le Groupe a mis en place une politique, des règles et des procédures strictes pour gérer, mesurer et contrôler ces risques de marché.

L'organisation de ces activités repose sur la séparation des fonctions de mesure des risques, de mise en œuvre des opérations

(front-office), de gestion administrative (back-office) et de contrôle financier.

Cette organisation s'appuie sur un système d'information intégré qui permet un contrôle rapide des opérations.

Le dispositif de couverture est présenté au Comité d'audit. Les décisions de couverture sont prises selon un processus établi qui comprend des présentations régulières au Comité exécutif du Groupe et font l'objet d'une documentation détaillée.

Les contreparties sont retenues notamment en fonction de leur notation et selon une approche de diversification des risques.

22.2. Actifs et passifs financiers valorisés à la juste valeur ventilés par méthode de valorisation

(en millions d'euros)	2015			2014			2013		
	Investissements et placements financiers	Instruments dérivés	Trésorerie et équivalents	Investissements et placements financiers	Instruments dérivés	Trésorerie et équivalents	Investissements et placements financiers	Instruments dérivés	Trésorerie et équivalents
Valorisation ^(a) :									
Cotation boursière	514	-	3 594	391	-	4 091	6 789	-	3 221
Formule de calcul reposant sur des cotations de marché	194	357	-	187	379	-	135	562	-
Cotations privées	251	-	-	255	-	-	327	-	-
Actifs	959	357	3 594	833	379	4 091	7 251	562	3 221
Valorisation ^(a) :									
Cotation boursière	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Formule de calcul reposant sur des cotations de marché	-	187	-	-	290	-	-	127	-
Cotations privées	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Passifs	-	187	-	-	290	-	-	127	-

(a) Voir Note 1.9 concernant les méthodes de valorisation.

Les instruments dérivés utilisés par le Groupe sont valorisés à leur juste valeur, évaluée au moyen de modèles réputés et sur la base de données de marché observables. Le risque de contrepartie relatif à ces instruments dérivés (« Credit valuation

adjustment ») est évalué sur la base de spreads de crédit issus de données de marché observables, et de la valeur de marché des instruments dérivés ajustée par des add-ons forfaitaires fonction du type de sous-jacent et de la maturité de l'instrument dérivé.

Le montant des actifs financiers évalués sur la base de cotations privées a évolué ainsi en 2015 :

(en millions d'euros)	2015
Au 1^{er} janvier	255
Acquisitions	14
Cessions (à valeur de vente)	(31)
Gains et pertes enregistrés en résultat	(22)
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres	36
Reclassements	(1)
Au 31 décembre	251

22.3. Synthèse des instruments dérivés

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

(en millions d'euros)		Notes	2015	2014	2013
Risque de taux d'intérêt	Actifs : non courants		57	61	67
	courants		14	42	68
	Passifs : non courants		-	(3)	(9)
	courants		(5)	(6)	(9)
		22.4	66	94	117
Risque de change	Actifs : non courants		3	14	1
	courants		283	217	389
	Passifs : non courants		(2)	(13)	(42)
	courants		(178)	(268)	(60)
		22.5	106	(50)	288
Autres risques	Actifs : non courants		-	-	-
	courants		-	45	37
	Passifs : non courants		-	-	-
	courants		(2)	-	(7)
			(2)	45	30
Total	Actifs : non courants	9	60	75	68
	courants	12	297	304	494
	Passifs : non courants	20	(2)	(16)	(51)
	courants	21	(185)	(274)	(76)
			170	89	435

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

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

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

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

(en millions d'euros)	Montants nominaux par échéance				Valeur de marché ^{(a) (b)}		
	À 1 an	De 1 à 5 ans	Au-delà	Total	Couverture de juste valeur	Non affectés	Total
Swaps de taux en euros, payeur de taux variable	-	2 808	-	2 808	62	-	62
Swaps de devises	332	1 242	-	1 574	2	1	3
Autres dérivés de taux	500	184	-	684	-	1	1
Total					64	2	66

(a) Gain/(Perte).

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

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

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

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

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

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

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

(a) Gain/(Perte).

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

(c) Vente/(Achat).

L'effet en résultat des couvertures de flux de trésorerie futurs ainsi que les flux de trésorerie futurs couverts par ces instruments seront comptabilisés en 2016, leur montant étant fonction des cours de change en vigueur à cette date. Les incidences sur le résultat net de l'exercice 2015 d'une variation de 10 % du

dollar US, du yen japonais, du franc suisse et du Hong Kong dollar contre l'euro, y compris l'effet des couvertures en vie durant l'exercice, par rapport aux cours qui se sont appliqués en 2015, seraient les suivantes :

(en millions d'euros)	Dollar US		Yen japonais		Franc suisse		Hong Kong dollar	
	+ 10 %	- 10 %	+ 10 %	- 10 %	+ 10 %	- 10 %	+ 10 %	- 10 %
Incidences liées :								
- au taux d'encaissement des ventes en devises	278	(231)	48	(21)	(1)	(1)	1	(2)
- à la conversion des résultats des sociétés consolidées situées hors zone Euro	69	(69)	15	(15)	15	(15)	(55)	55
Incidences sur le résultat net	347	(300)	63	(36)	14	(16)	(54)	53

Les données figurant dans le tableau ci-dessus doivent être appréciées sur la base des caractéristiques des instruments de couverture en vie au cours de l'exercice 2015, constitués principalement d'options et de tunnels.

Au 31 décembre 2015, les encaissements prévisionnels de 2016 en dollar US et yen japonais sont couverts respectivement à hauteur de 81 % et 76 %.

L'incidence des variations de change sur les capitaux propres hors résultat net peut être évaluée au 31 décembre 2015 à travers les effets d'une variation de 10 % du dollar US, du yen japonais, du franc suisse et du Hong Kong dollar contre l'euro par rapport aux cours à la même date :

(en millions d'euros)	Dollar US		Yen japonais		Franc suisse		Hong Kong dollar	
	+ 10 %	- 10 %	+ 10 %	- 10 %	+ 10 %	- 10 %	+ 10 %	- 10 %
Conversion de l'actif net en devises	370	(370)	29	(29)	271	(271)	146	(146)
Variation de valeur des instruments de couverture, après impôt	(226)	260	(5)	32	(67)	55	(16)	14
Incidences sur les capitaux propres, hors résultat net	144	(110)	24	3	204	(216)	130	(132)

22.6. Instruments financiers liés à la gestion des autres risques

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

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

Le Groupe peut utiliser des instruments dérivés sur actions ayant pour objet de construire synthétiquement une exposition économique à des actifs particuliers, ou de couvrir les plans de rémunérations liées au cours de l'action LVMH. Le cas échéant, la valeur comptable retenue pour ces instruments, qui ne font pas l'objet d'une cotation, correspond à l'estimation, fournie par la contrepartie, de la valorisation à la date de clôture. La valorisation des instruments tient ainsi compte de paramètres de marché tels les taux d'intérêt et le cours de bourse.

Le Groupe, essentiellement à travers son activité Montres et Joaillerie, peut être exposé à la variation du prix de certains métaux précieux, notamment l'or. Dans certains cas, afin de sécuriser le coût de production, des couvertures peuvent être mises en place. Soit en négociant le prix de livraisons prévisionnelles d'alliages avec des affineurs, ou le prix de produits semi-finis avec des producteurs. Soit en direct par l'achat de couvertures auprès de banques de première catégorie. Dans ce dernier cas, ces couvertures consistent à acheter de l'or auprès de banques ou à contracter des instruments fermes ou optionnels avec livraison physique de l'or. Les instruments dérivés liés à la couverture du prix des métaux précieux en vie au 31 décembre 2015 ont une valeur de marché négative de 2,0 millions d'euros. D'un montant nominal de 145 millions d'euros, ces instruments financiers auraient, en cas de variation uniforme de 1 % des cours de leurs sous-jacents au 31 décembre 2015, un effet net sur les réserves consolidées du Groupe inférieur à 1,5 million d'euros. Ces instruments sont à échéance 2016.

22.7. Risque de liquidité

Outre des risques de liquidité locaux en règle générale peu significatifs, l'exposition du Groupe au risque de liquidité peut être appréciée au moyen du montant de sa dette financière à moins d'un an avant prise en compte des instruments dérivés, nette de la trésorerie et équivalents, soit 0,2 milliard d'euros à fin 2015, ou de l'encours de son programme de billets de trésorerie, soit 2,3 milliards d'euros. Au regard du non-renouvellement éventuel de ces concours, le Groupe dispose de lignes de

crédit confirmées non tirées pour un montant de 3,4 milliards d'euros.

La liquidité du Groupe repose ainsi sur l'ampleur de ses placements, sur sa capacité à dégager des financements à long terme, sur la diversité de sa base d'investisseurs (titres à court terme et obligations), ainsi que sur la qualité de ses relations bancaires, matérialisée ou non par des lignes de crédit confirmées.

Le tableau suivant présente, pour les passifs financiers comptabilisés au 31 décembre 2015, l'échéancier contractuel des décaissements relatifs aux passifs financiers (hors instruments dérivés), nominal et intérêts, hors effet d'actualisation :

<i>(en millions d'euros)</i>	2016	2017	2018	2019	2020	Au-delà de 5 ans	Total
Emprunts obligataires et EMTN	787	1 477	548	1 029	617	657	5 115
Emprunts auprès des établissements de crédit	270	83	86	1	-	13	453
Autres emprunts et lignes de crédit	282	-	-	-	-	-	282
Crédit-bail et locations de longue durée	18	16	15	14	15	343	421
Billets de trésorerie	2 281	-	-	-	-	-	2 281
Découverts bancaires	205	-	-	-	-	-	205
Dette financière brute	3 843	1 576	649	1 044	632	1 013	8 757
Autres passifs, courants et non courants ^(a)	3 609	53	39	17	24	121	3 863
Fournisseurs et comptes rattachés	3 960	-	-	-	-	-	3 960
Autres passifs financiers	7 569	53	39	17	24	121	7 823
Total des passifs financiers	11 412	1 629	688	1 061	656	1 134	16 580

(a) Correspond à hauteur de 3 516 millions d'euros aux « Autres passifs courants » (hors instruments dérivés et produits constatés d'avance) et de 347 millions d'euros aux « Autres passifs non courants » (hors instruments dérivés, engagements d'achat de minoritaires et produits constatés d'avance d'un montant de 186 millions d'euros au 31 décembre 2015), voir Note 22.2.

Voir Note 30.3 concernant l'échéancier contractuel des cautions et avals, Notes 18.6 et 22.5 concernant les instruments dérivés de change et Note 22.4 concernant les instruments dérivés de taux.

23. INFORMATION SECTORIELLE

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

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

23.1. Informations par groupe d'activités

Exercice 2015

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

Exercice 2014

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

Exercice 2013

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

(a) Les éliminations portent sur les ventes entre groupes d'activités ; il s'agit le plus souvent de ventes des groupes d'activités hors Distribution sélective à ce dernier. Les prix de cession entre les groupes d'activités correspondent aux prix habituellement utilisés pour des ventes à des grossistes ou à des détaillants hors Groupe.

(b) Les immobilisations incorporelles et écarts d'acquisition sont constitués des montants nets figurant en Notes 3 et 4.

(c) Les actifs non affectés incluent les investissements et placements financiers, les autres actifs à caractère financier et les créances d'impôt courant et différé. Au 31 décembre 2013, ils incluaient la participation de 23,2 % dans Hermès International soit 6 437 millions d'euros. Les titres Hermès ont fait l'objet d'une distribution exceptionnelle en nature le 17 décembre 2014 ; voir Note 8.

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

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

23.2. Informations par zone géographique

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

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

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

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

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

23.3. Informations trimestrielles

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

(en millions d'euros)	Vins et Spiritueux	Mode et Maroquinerie	Parfums et Cosmétiques	Montres et Joaillerie	Distribution sélective	Autres et Holdings	Éliminations	Total
Premier trimestre	992	2 975	1 094	723	2 656	90	(207)	8 323
Deuxième trimestre	938	2 958	1 065	829	2 635	153	(194)	8 384
Troisième trimestre	1 199	2 939	1 102	852	2 614	83	(208)	8 581
Quatrième trimestre	1 474	3 497	1 256	904	3 328	122	(205)	10 376
Total 2015	4 603	12 369	4 517	3 308	11 233	448	(814)	35 664
Premier trimestre	888	2 639	941	607	2 222	78	(169)	7 206
Deuxième trimestre	789	2 391	898	659	2 160	74	(168)	6 803
Troisième trimestre	948	2 647	961	706	2 234	65	(173)	7 388
Quatrième trimestre	1 348	3 151	1 116	810	2 918	95	(197)	9 241
Total 2014	3 973	10 828	3 916	2 782	9 534	312	(707)	30 638
Premier trimestre	967	2 383	932	608	2 113	72	(162)	6 913
Deuxième trimestre	828	2 328	872	667	2 085	96	(157)	6 719
Troisième trimestre	1 032	2 428	879	655	2 093	56	(153)	6 990
Quatrième trimestre	1 346	2 744	1 034	767	2 612	71	(180)	8 394
Total 2013	4 173	9 883	3 717	2 697	8 903	295	(652)	29 016

24. VENTES ET CHARGES PAR NATURE

24.1. Analyse des ventes

Les ventes sont constituées des éléments suivants :

(en millions d'euros)	2015	2014	2013
Ventes réalisées par les marques et enseignes	35 134	30 159	28 562
Royalties et revenus de licences	146	131	159
Revenus des immeubles locatifs	33	39	28
Autres revenus	351	309	265
Total	35 664	30 638	29 014

La part des ventes réalisées par le Groupe dans ses propres magasins, y compris les ventes Internet, représente environ 65 % des ventes en 2015 (64 % en 2014 et 63 % en 2013), soit

23 051 millions d'euros en 2015 (19 564 millions d'euros en 2014 et 18 230 millions d'euros en 2013).

24.2. Charges par nature

Le résultat opérationnel courant inclut notamment les charges suivantes :

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

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

Au 31 décembre 2015, le nombre de magasins exploités par le Groupe dans le monde, en particulier par les groupes Mode et

Maroquinerie et Distribution sélective, est de 3 860 (3 708 en 2014, 3 384 en 2013).

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

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

Les charges de personnel sont constituées des éléments suivants :

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

25. AUTRES PRODUITS ET CHARGES OPÉRATIONNELS

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

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

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

26. RÉSULTAT FINANCIER

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

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

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

Les effets des réévaluations de la dette financière et des instruments de taux proviennent des éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	2015	2014	2013
Dette financière couverte	6	(7)	65
Dérivés de couverture	(4)	7	(61)
Dérivés non affectés	(2)	(1)	3
Effets des réévaluations de la dette financière et instruments de taux	-	(1)	7

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

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

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

En 2014, le résultat relatif aux investissements, placements et autres instruments financiers correspondait principalement à la plus-value de 3 189 millions d'euros comptabilisée suite

à la distribution exceptionnelle en nature des actions Hermès. Voir Note 8.

En 2013, le résultat relatif aux investissements, placements et autres instruments financiers provenait de l'évolution des marchés ainsi que des charges de dépréciation d'investissements et de placements financiers.

27. IMPÔTS SUR LES RÉSULTATS

27.1. Analyse de la charge d'impôt

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

En 2014, la charge d'impôt courant incluait, pour 512 millions d'euros, l'impôt relatif à la distribution des actions Hermès sous la forme de distribution exceptionnelle de dividende en nature. Voir Note 8.

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

27.2. Ventilation des impôts différés nets au bilan

Les impôts différés nets au bilan s'analysent comme suit :

(en millions d'euros)	2015	2014	2013
Impôts différés actifs	1 945	1 436	913
Impôts différés passifs	(4 685)	(4 392)	(4 280)
Impôts différés nets au bilan	(2 740)	(2 956)	(3 367)

27.3. Analyse de l'écart entre le taux d'imposition effectif et le taux d'imposition théorique

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

(en millions d'euros)	2015	2014	2013
Résultat avant impôt	5 970	8 378	5 700
Charge totale d'impôt	(1 969)	(2 273)	(1 753)
Taux d'imposition effectif	33,0 %	27,1 %	30,8 %

Le rapprochement entre le taux d'imposition théorique, qui est le taux légal applicable aux sociétés françaises, y compris la contribution sociale de 3,3 %, et le taux d'imposition effectif constaté dans les états financiers consolidés, s'établit de la façon suivante :

<i>(en pourcentage du résultat avant impôt)</i>	2015	2014	2013
Taux d'imposition en France	34,4	34,4	34,4
Changements de taux d'impôt	(1,8)	-	(0,1)
Différences entre les taux d'imposition étrangers et français	(4,2)	(5,4)	(5,7)
Résultats et reports déficitaires, et autres variations d'impôts différés	1,2	(0,3)	(1,2)
Différences entre les résultats consolidés et imposables, et résultats imposables à un taux réduit, hors distribution de titres Hermès	1,6	3,0	1,8
Effets de la distribution des titres Hermès	-	(6,8)	-
Impôts de distribution ^(a)	1,8	2,2	1,6
Taux d'imposition effectif du Groupe	33,0	27,1	30,8

(a) Les impôts de distribution sont principalement relatifs à la taxation des dividendes intragroupe et à la taxe de 3 % sur les dividendes versés par LVMH SE.

27.4. Sources d'impôts différés

Au compte de résultat ^(a)

<i>(en millions d'euros)</i>	2015	2014	2013
Évaluation des marques	148	(5)	24
Autres écarts de réévaluation	15	(3)	2
Gains et pertes sur les investissements et placements financiers	-	(1)	4
Gains et pertes au titre des couvertures de flux de trésorerie futurs en devises	(6)	45	6
Provisions pour risques et charges ^(b)	100	104	74
Marge intra-Groupe comprise dans les stocks	(15)	48	33
Autres retraitements de consolidation ^(b)	-	(11)	41
Reports déficitaires	2	(22)	8
Total	244	155	192

(a) Produits/(Charges).

(b) Principalement provisions réglementées, amortissements dérogatoires et location financement.

En capitaux propres ^(a)

<i>(en millions d'euros)</i>	2015	2014	2013
Réévaluation des terres à vignes à valeur de marché	(21)	5	(127)
Gains et pertes sur les investissements et placements financiers	22	188	(65)
Gains et pertes au titre des couvertures de flux de trésorerie futurs en devises	3	55	(17)
Gains et pertes au titre des engagements envers le personnel	(16)	52	(22)
Total	(12)	300	(231)

(a) Gains/(Pertes).

Au bilan ^(a)

<i>(en millions d'euros)</i>	2015	2014	2013
Évaluation des marques	(3 523)	(3 567)	(3 479)
Réévaluation des terres à vignes à valeur de marché	(758)	(735)	(720)
Autres écarts de réévaluation	(358)	(371)	(379)
Gains et pertes sur les investissements et placements financiers	(2)	(23)	(207)
Gains et pertes au titre des couvertures de flux de trésorerie futurs en devises	32	35	(33)
Provisions pour risques et charges ^(b)	603	447	309
Marge intra-Groupe comprise dans les stocks	710	712	654
Autres retraitements de consolidation ^(b)	525	517	432
Reports déficitaires	31	29	56
Total	(2 740)	(2 956)	(3 367)

(a) Actif/(Passif).

(b) Principalement provisions réglementées, amortissements dérogatoires et location financement.

27.5. Reports déficitaires

Au 31 décembre 2015, les reports déficitaires et crédits d'impôt non encore utilisés et n'ayant pas donné lieu à comptabilisation d'impôts différés actifs représentent une économie potentielle

d'impôt de 331 millions d'euros (282 millions en 2014, 249 millions d'euros en 2013).

27.6. Consolidations fiscales

- Le régime français d'intégration fiscale permet à la quasi-totalité des sociétés françaises du Groupe de compenser leurs résultats imposables pour la détermination de la charge d'impôt d'ensemble, dont seule la société mère intégrante reste redevable. Ce régime a généré une diminution de la charge d'impôt courant de 125 millions d'euros en 2015 (189 millions en 2014, 59 millions d'euros en 2013).
- Les autres régimes de consolidation fiscale en vigueur, notamment aux États-Unis, ont généré une diminution de la charge d'impôt courant de 77 millions d'euros en 2015 (33 millions d'euros en 2014, 16 millions d'euros en 2013).

28. RÉSULTAT PAR ACTION

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

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

Au 31 décembre 2015, la totalité des instruments susceptibles de diluer le résultat par action a été prise en considération dans la détermination de l'effet de dilution, l'ensemble des options

de souscription en vie à cette date étant considérées comme exerçables, en raison d'un cours de bourse de l'action LVMH supérieur au prix d'exercice de ces options.

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

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

29.1. Charge de l'exercice

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

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

29.2. Engagement net comptabilisé

<i>(en millions d'euros)</i>	2015	2014	2013
Droits couverts par des actifs financiers	1 362	1 265	975
Droits non couverts par des actifs financiers	183	161	144
Valeur actualisée des droits	1 545	1 426	1 119
Valeur de marché des actifs financiers	(940)	(805)	(680)
Engagement net comptabilisé	605	621	439
Dont :			
Provisions à plus d'un an	632	640	452
Provisions à moins d'un an	4	3	5
Autres actifs	(31)	(22)	(18)
Total	605	621	439

29.3. Analyse de la variation de l'engagement net comptabilisé

(en millions d'euros)

	Valeur actualisée des droits	Valeur de marché des actifs financiers	Engagement net comptabilisé
Au 31 décembre 2014	1 426	(805)	621
Coût des services rendus	98	-	98
Coût financier, net	38	(23)	15
Prestations aux bénéficiaires	(76)	55	(21)
Augmentation des actifs financiers dédiés	-	(79)	(79)
Contributions des employés	9	(9)	-
Variations de périmètre et reclassifications	10	-	10
Modifications des régimes	(13)	(7)	(20)
Écarts actuariels : effets d'expérience ^[a]	(11)	(12)	(23)
Écarts actuariels : changements d'hypothèses démographiques ^[a]	1	-	1
Écarts actuariels : changements d'hypothèses financières ^[a]	(17)	-	(17)
Effet des variations de taux de change	80	(60)	20
Au 31 décembre 2015	1 545	(940)	605

[a] (Gains)/Perte.

Les écarts actuariels liés aux changements d'hypothèses financières résultent principalement de la baisse des taux d'actualisation.

Les écarts actuariels liés aux effets d'expérience dégagés durant les exercices 2011 à 2014 se sont élevés à :

(en millions d'euros)	2011	2012	2013	2014
Écarts liés aux effets d'expérience sur la valeur actualisée des droits	(9)	13	1	3
Écarts liés aux effets d'expérience sur la valeur de marché des actifs financiers	(34)	(31)	(35)	(28)
Écarts actuariels liés aux effets d'expérience^[a]	(43)	(18)	(34)	(25)

[a] (Gains)/Pertes.

Les hypothèses actuarielles retenues pour l'estimation des engagements au 31 décembre 2015 dans les principaux pays concernés sont les suivantes :

(en pourcentage)	2015					2014					2013				
	France	États-Unis	Royaume-Uni	Japon	Suisse	France	États-Unis	Royaume-Uni	Japon	Suisse	France	États-Unis	Royaume-Uni	Japon	Suisse
Taux d'actualisation ^[a]	2,00	4,01	3,74	1,00	0,75	2,00	3,96	3,68	1,00	1,70	3,50	5,00	4,40	1,25	2,30
Taux d'augmentation future des salaires	2,75	4,90	3,92	2,00	1,90	3,00	5,00	4,00	2,00	2,25	3,00	4,50	4,10	2,00	2,25

[a] Les taux d'actualisation ont été déterminés par référence aux taux de rendement des obligations privées notées AA à la date de clôture dans les pays concernés. Ont été retenues des obligations de maturités comparables à celles des engagements.

L'hypothèse d'augmentation du coût des frais médicaux aux États-Unis est de 7,0 % pour 2017, puis décroît progressivement pour atteindre 4,50 % à l'horizon 2037.

Une augmentation de 0,5 % du taux d'actualisation entraînerait une réduction de 94 millions d'euros de la valeur actualisée des droits au 31 décembre 2015 ; une réduction de 0,5 % du taux d'actualisation entraînerait une augmentation de 97 millions d'euros.

29.4. Analyse des droits

L'analyse de la valeur actualisée des droits par type de régime est la suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2015	2014	2013
Retraites complémentaires	1 203	1 102	847
Indemnités de départ en retraite et assimilées	265	251	205
Frais médicaux des retraités	50	49	44
Médailles du travail	23	21	20
Autres	4	3	3
Valeur actualisée des droits	1 545	1 426	1 119

La répartition géographique de la valeur actualisée des droits est la suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2015	2014	2013
France	484	501	369
Europe (hors France)	583	506	440
États-Unis	315	274	184
Japon	108	91	84
Asie (hors Japon)	49	49	39
Autres pays	6	5	3
Valeur actualisée des droits	1 545	1 426	1 119

Les principaux régimes constitutifs de l'engagement au 31 décembre 2015 sont les suivants :

- en France : il s'agit de l'engagement vis-à-vis des membres du Comité exécutif et de cadres dirigeants du Groupe, qui bénéficient, après une certaine ancienneté dans leurs fonctions, d'un régime de retraite complémentaire dont le montant est fonction de la moyenne des trois rémunérations annuelles les plus élevées ; il s'agit en outre des indemnités de fin de carrière et médailles du travail, dont le versement est prévu par la loi et les conventions collectives, respectivement lors du départ en retraite ou après une certaine ancienneté ;
- en Europe (hors France), les engagements concernent les régimes de retraite à prestations définies mis en place au Royaume-Uni par certaines sociétés du Groupe, la participation des sociétés suisses au régime légal de retraite (« Loi pour la Prévoyance Professionnelle »), ainsi que le TFR (Trattamento di Fine Rapporto) en Italie, dont le versement est prévu par la loi au moment du départ de l'entreprise, quel qu'en soit le motif ;
- aux États-Unis, l'engagement provient des régimes de retraite à prestations définies ou de remboursement des frais médicaux aux retraités, mis en place par certaines sociétés du Groupe.

29.5. Analyse des actifs financiers dédiés

Les valeurs de marché des actifs financiers dans lesquels les fonds versés sont investis se répartissent ainsi, par type de support :

<i>(en pourcentage de la valeur de marché des actifs financiers dédiés)</i>	2015	2014	2013
Actions	26	30	35
Obligations			
- émetteurs privés	38	35	29
- émetteurs publics	10	13	15
Trésorerie, fonds d'investissement, immobilier et autres	26	22	21
Total	100	100	100

Ces actifs ne comportent pas de biens immobiliers appartenant au Groupe, ou d'actions LVMH pour un montant important. Le Groupe prévoit d'augmenter en 2016 les actifs financiers dédiés par des versements de 80 millions d'euros environ.

30. ENGAGEMENTS HORS BILAN

30.1. Engagements d'achat

(en millions d'euros)	2015	2014	2013
Raisins, vins et eaux-de-vie	2 043	1 706	994
Autres engagements d'achat de matières premières	94	69	110
Immobilisations industrielles ou commerciales	808	458	379
Titres de participation et investissements financiers	132	99	98

Dans l'activité Vins et Spiritueux, une partie des approvisionnements futurs en raisins, vins clairs et eaux-de-vie résulte d'engagements d'achat auprès de producteurs locaux diversifiés. Ces engagements sont évalués, selon la nature des approvision-

nements, sur la base des termes contractuels, ou sur la base des prix connus à la date de la clôture et de rendements de production estimés.

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

(en millions d'euros)	À moins d'un an	De un à cinq ans	Au-delà de cinq ans	Total
Raisins, vins et eaux de vie	746	1 219	78	2 043
Autres engagements d'achat de matières premières	69	21	4	94
Immobilisations industrielles ou commerciales	706	98	4	808
Titres de participation et investissements financiers	66	52	14	132

30.2. Contrats de location

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

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

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

En outre, le Groupe peut souscrire des contrats de location simple ou de concession comportant un montant garanti variable. Ainsi, en juin 2012, DFS a obtenu de l'aéroport de Hong Kong trois concessions supplémentaires d'une durée de cinq ans ;

l'accord de concession prévoit le versement d'une redevance variable dont le montant est établi notamment par référence au nombre de passagers qui transitent par l'aéroport. En 2015, cette redevance s'est montée à environ 440 millions d'euros.

30.3. Cautions, avals et autres garanties

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

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

Les échéances de ces engagements se répartissent ainsi :

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

30.4. Autres engagements

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

31. FAITS EXCEPTIONNELS ET LITIGES

Dans le cadre de la gestion de ses activités courantes, le Groupe est partie à diverses procédures concernant le droit des marques, la protection des droits de propriété intellectuelle, la protection des réseaux de distribution sélective, les contrats de licence, les relations avec ses salariés, le contrôle des déclarations fiscales et toutes autres matières inhérentes à ses activités. Le Groupe estime que les provisions constituées au bilan, au titre de ces risques, litiges ou situations contentieuses connus ou en cours à la date de clôture, sont d'un montant suffisant pour que la situation financière consolidée ne soit pas affectée de manière significative en cas d'issue défavorable.

En 2006, Louis Vuitton Malletier, ainsi que les sociétés françaises de Parfums et Cosmétiques, ont assigné eBay devant le tribunal de commerce de Paris. Louis Vuitton Malletier demandait réparation du préjudice causé par la participation de eBay à la commercialisation de produits de contrefaçon et son refus de mettre en place les procédures appropriées en vue de prévenir la vente de tels produits sur son site. Les marques de Parfums et Cosmétiques poursuivaient eBay pour atteinte à leurs réseaux de distribution sélective. Par jugement du 30 juin 2008, le Tribunal de commerce de Paris a fait droit aux demandes formulées par LVMH, condamnant eBay à verser 19,3 millions d'euros à Louis Vuitton Malletier et 3,2 millions d'euros aux sociétés de Parfums et Cosmétiques du Groupe. Le Tribunal a également enjoint à eBay de cesser la diffusion d'annonces portant sur des parfums et cosmétiques de marques Dior, Guerlain, Givenchy et Kenzo. eBay a interjeté appel du jugement. Par ordonnance du 11 juillet 2008, le Président de la Cour

d'appel de Paris a rejeté la demande formée par eBay d'arrêt de l'exécution provisoire ordonnée par le Tribunal de commerce. En septembre 2010, la Cour d'appel de Paris a confirmé la condamnation d'eBay prononcée en 2008, considérant que l'activité de cette société relève du courtage et non du seul hébergement. Se déclarant incompétente pour apprécier le préjudice causé par certains sites étrangers exploités par eBay, la Cour a réduit le montant des dommages et intérêts, à 2,2 millions d'euros pour Louis Vuitton Malletier et 0,7 million d'euros pour les sociétés de Parfums et Cosmétiques du Groupe, le montant initial ayant été déterminé par référence à l'activité mondiale de eBay. À la suite du pourvoi en cassation formé par eBay, la Cour de cassation a confirmé le 3 mai 2012 l'analyse effectuée par la Cour d'appel de Paris, selon laquelle l'activité de eBay relève du courtage et non du seul hébergement, mais a annulé son arrêt en ce qu'il a reconnu sa compétence à l'égard de la société eBay Inc. et renvoyé les parties devant la Cour d'appel de Paris. Le 17 juillet 2014, eBay et LVMH ont annoncé leur coopération afin de protéger les droits de propriété intellectuelle et combattre la vente de contrefaçons en ligne. Grâce aux mesures de coopération mises en œuvre, les deux entreprises ont mis un terme aux procédures judiciaires en cours.

Le 2 septembre 2014, LVMH et Hermès ont conclu, sous l'égide du Président du Tribunal de commerce de Paris, un protocole transactionnel visant à mettre un terme définitif aux procédures contentieuses auxquelles avait donné lieu la prise de participation de LVMH dans le capital d'Hermès et à rétablir entre elles

un climat de relations positives. Conformément aux termes de ce protocole, (i) en décembre 2014, LVMH a distribué à ses actionnaires la totalité des actions Hermès détenues par le groupe LVMH, et la société Christian Dior, qui détenait à cette date 40,9 % du capital de LVMH par l'intermédiaire de la société Financière Jean Goujon, a distribué les actions Hermès reçues de LVMH à ses propres actionnaires et (ii) LVMH et Hermès se sont désistées de toutes instances et actions engagées l'une à l'encontre de l'autre. Voir Note 8 concernant les effets de cette transaction sur les états financiers consolidés au 31 décembre 2014.

Le projet architectural portant sur la restructuration et la reconstruction des anciens magasins 2 (îlot Seine) et 4 (îlot Rivoli) de La Samaritaine a été autorisé par deux permis de construire distincts délivrés par le Maire de Paris le 17 décembre 2012, qui ont tous deux fait l'objet de recours en annulation devant le Tribunal administratif de Paris. Le 11 avril 2014, le Tribunal administratif de Paris a rejeté le recours en annulation dirigé contre le permis de construire autorisant la restructuration de

l'ancien magasin 2, bâtiment inscrit au titre des Monuments Historiques (îlot Seine). Ce premier permis est ainsi devenu définitif. Le 13 mai 2014, le Tribunal administratif de Paris a annulé le second arrêté de permis de construire autorisant la démolition partielle de l'ancien magasin 4 et la reconstruction d'un bâtiment contemporain conçu par l'agence d'architecture SANAA (îlot Rivoli). La société Grands Magasins de La Samaritaine et la Ville de Paris ont fait appel de ce jugement. Le 5 janvier 2015, la Cour administrative d'appel de Paris a rejeté leurs requêtes. La Samaritaine et la Ville de Paris ont formé un pourvoi en cassation devant le Conseil d'État qui, par un arrêt du 19 juin 2015, a annulé la décision de la Cour administrative d'appel, validant ainsi définitivement le second permis de construire.

Il n'existe pas de procédure administrative, judiciaire ou d'arbitrage dont la Société a connaissance, qui soit en suspens ou dont elle est menacée, susceptible d'avoir ou ayant eu au cours des douze derniers mois des effets significatifs sur la situation financière ou la rentabilité de la Société et/ou du Groupe.

32. PARTIES LIÉES

32.1. Relations de LVMH avec Christian Dior et Groupe Arnault

Le groupe LVMH est consolidé dans les comptes de Christian Dior SE, société cotée sur l'Eurolist d'Euronext Paris et contrôlée par la société Groupe Arnault SE via sa filiale Financière Agache SA.

Relations de LVMH avec Christian Dior

Le groupe LVMH, via ses filiales Parfums Christian Dior et Montres Dior, met en œuvre des actions de communication concertées avec Christian Dior SE et ses filiales, en particulier Christian Dior Couture SA. Christian Dior fournit en outre à LVMH des prestations d'assistance artistique dans les domaines du design des flacons de parfums ou des montres Dior, ainsi qu'en matière de campagnes média. La fabrication des Montres Dior est assurée par la société Les Ateliers Horlogers Dior SA (« LAH »), détenue à parité par Christian Dior et LVMH.

LVMH distribue les produits de Christian Dior dans le cadre de son activité Distribution sélective ou, concernant les Montres Dior, dans son réseau de distribution de l'activité Montres et

Joannerie. Christian Dior achète à LVMH, pour les commercialiser dans son réseau de magasins, les produits fabriqués par Parfums Christian Dior et Montres Dior.

LAH est gérée depuis 2008 sous la forme d'une joint-venture entre le groupe d'activités Montres et Joannerie et Christian Dior Couture. En application d'IFRS 11, cette joint-venture sous contrôle conjoint est consolidée selon la méthode de la mise en équivalence.

Enfin, LVMH fournit des prestations administratives aux filiales de Christian Dior situées hors de France.

L'ensemble des opérations entre LVMH et Christian Dior, qui sont réalisées à prix de marché, peuvent être résumées comme suit :

(en millions d'euros)	2015	2014	2013
Achats de LVMH à Christian Dior	(27)	(23)	(20)
Montant dû au 31 décembre	(28)	(20)	(20)
Ventes de LVMH à Christian Dior	33	31	31
Montant à recevoir au 31 décembre	16	15	16

Les transactions entre LVMH et LAH, désormais consolidée selon la méthode de la mise en équivalence, ne sont pas incluses dans le tableau ci-dessus. Au cours de l'exercice 2015, les ventes de biens et services, nettes des achats, de LAH au Groupe se sont élevées à 3 millions d'euros.

Relations de LVMH avec Groupe Arnault et ses filiales

La société Groupe Arnault SE, qui dispose d'équipes spécialisées, fournit au groupe LVMH des prestations d'assistance principalement dans les domaines de l'ingénierie financière, de la stratégie, du développement, du droit des affaires et de l'immobilier. En outre, la société Groupe Arnault donne en location au groupe LVMH des locaux à usage de bureaux.

Inversement, le groupe LVMH fournit diverses prestations administratives et opérationnelles et donne en location des

En juillet 2015, LVMH a cédé à Christian Dior Couture, pour un montant de 29 millions d'euros, ses parts dans une société détenant des droits dans un actif immobilier à Tokyo. En outre, en 2015, LVMH a cédé à Christian Dior Couture, dès après leur acquisition et pour un montant identique à celui qu'elle avait déboursé, des droits au bail relatifs à des magasins situés à Paris.

biens immobiliers ou mobiliers à la société Groupe Arnault SE ou à certaines de ses filiales.

En décembre 2015, LVMH et Groupe Arnault ont pris conjointement, via la société LC Investissements, une participation dans L Catterton à hauteur de 35,8 %. En outre, LVMH et Groupe Arnault se sont engagés à apporter à L Catterton, en 2016, leurs participations détenues conjointement dans leurs sociétés de gestion de fonds.

Les transactions entre LVMH et Groupe Arnault et ses filiales peuvent être résumées comme suit :

(en millions d'euros)	2015	2014	2013
Facturations de Groupe Arnault SE et Financière Agache à LVMH	(6)	(6)	(6)
Montant dû au 31 décembre	(2)	(2)	(2)
Facturations de LVMH à Groupe Arnault SE et Financière Agache	3	3	3
Montant à recevoir au 31 décembre	-	1	-

32.2. Relations avec Diageo

Moët Hennessy SNC et Moët Hennessy International SAS (ci-après « Moët Hennessy ») détiennent les participations Vins et Spiritueux du groupe LVMH, à l'exception de Château d'Yquem, de Château Cheval Blanc, du Domaine du Clos des Lambrays et de certains vignobles champenois. Le groupe Diageo détient une participation de 34 % dans Moët Hennessy. Lors de la prise de participation, en 1994, a été établie une convention entre Diageo et LVMH ayant pour objet la répartition

des frais communs de holding entre Moët Hennessy et les autres holdings du groupe LVMH.

En application de cette convention, Moët Hennessy a supporté 17 % des frais communs en 2015 (17 % en 2014 et 19 % en 2013), et a refacturé à ce titre à LVMH SE les frais excédentaires encourus. Après refacturation, le montant des frais communs supporté par Moët Hennessy s'élève à 16 millions d'euros en 2015 (14 millions d'euros en 2014, 15 millions d'euros en 2013).

32.3. Relations avec la Fondation Louis Vuitton

La Fondation Louis Vuitton a ouvert en octobre 2014 un musée d'art moderne et contemporain à Paris. Le groupe LVMH finance la Fondation dans le cadre de ses actions de mécénat. Les contributions nettes correspondantes figurent en « Immobilisations corporelles » et sont amorties depuis l'ouverture du musée, soit

depuis octobre 2014, sur la durée résiduelle de la convention d'occupation du domaine public octroyée par la Ville de Paris.

Par ailleurs, la Fondation Louis Vuitton a recours à des financements externes garantis par LVMH. Ces garanties figurent en engagement hors-bilan (voir Note 30.3).

32.4. Organes de Direction

La rémunération globale des membres du Comité exécutif et du Conseil d'administration, au titre de leurs fonctions dans le Groupe, s'analyse de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2015	2014	2013
Rémunérations brutes, charges patronales et avantages en nature	58	70	73
Avantages post emploi	15	11	10
Autres avantages à long terme	5	13	14
Indemnités de fin de contrat de travail	-	-	-
Coût des plans d'options et assimilés	8	14	16
Total	86	108	113

L'engagement comptabilisé au 31 décembre 2015 au titre des avantages post-emploi, net des actifs financiers dédiés, est de 63 millions d'euros (106 millions d'euros au 31 décembre 2014, 53 millions d'euros au 31 décembre 2013).

33. ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE

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

PRINCIPALES SOCIÉTÉS CONSOLIDÉES

Sociétés	Siège social	Pourcentage	
		Contrôle	Intérêt
VINS ET SPIRITUEUX			
MHCS SCS	Épernay, France	100 %	66 %
Champagne Des Moutiers SA	Épernay, France	100 %	66 %
Société Viticole de Reims SA	Épernay, France	100 %	66 %
Cie Française du Champagne et du Luxe SA	Épernay, France	100 %	66 %
Chamfipar SA	Épernay, France	100 %	66 %
GIE MHIS	Épernay, France	100 %	66 %
Moët Hennessy Entreprise Adaptée	Épernay, France	100 %	66 %
Champagne Bernard Breuzon SAS	Colombe le Sec, France	100 %	66 %
Champagne de Mansin SAS	Gye sur Seine, France	100 %	66 %
Société Civile des Crus de Champagne SA	Reims, France	100 %	66 %
Moët Hennessy Italia Spa	Milan, Italie	100 %	66 %
Moët Hennessy UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	66 %
Moët Hennessy España SA	Barcelone, Espagne	100 %	66 %
Moët Hennessy (Suisse) SA	Genève, Suisse	100 %	66 %
Moët Hennessy Deutschland GmbH	Munich, Allemagne	100 %	66 %
Moët Hennessy de Mexico, SA de C.V.	Mexico, Mexique	100 %	66 %
Moët Hennessy Belux SA	Bruxelles, Belgique	100 %	66 %
Moët Hennessy Österreich GmbH	Vienne, Autriche	100 %	66 %
Moët Hennessy Suomi OY	Helsinki, Finlande	100 %	66 %
Moët Hennessy Polska SP Z.O.O.	Varsovie, Pologne	100 %	66 %
Moët Hennessy Czech Republic Sro	Prague, République Tchèque	100 %	66 %
Moët Hennessy Sverige AB	Stockholm, Suède	100 %	66 %
Moët Hennessy România Srl	Bucarest, Roumanie	100 %	66 %
Moët Hennessy Norge AS	Hoevik, Norvège	100 %	66 %
Moët Hennessy Danmark A/S	Copenhague, Danemark	100 %	66 %
Moët Hennessy Nederland BV	Baarn, Pays-Bas	100 %	66 %
Moët Hennessy USA Inc	New York, USA	100 %	66 %
Moët Hennessy Turkey Ltd	Istanbul, Turquie	100 %	66 %
Moët Hennessy South Africa	Johannesbourg, Afrique du Sud	100 %	66 %
Moët Hennessy Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	66 %
MHD Moët Hennessy Diageo SAS	Courbevoie, France ^(b)	100 %	66 %
Cheval des Andes SA	Buenos Aires, Argentine ^(a)	50 %	33 %
Domaine Chandon Inc	Californie, USA	100 %	66 %
Cape Mentelle Vineyards Ltd	Margaret River, Australie	100 %	66 %
Veuve Clicquot Properties, Pty Ltd	Margaret River, Australie	100 %	66 %
Moët Hennessy do Brasil – Vinhos E Destilados Ltda	Sao Paulo, Brésil	100 %	66 %
Cloudy Bay Vineyards Ltd	Blenheim, Nouvelle Zélande	100 %	66 %
Bodegas Chandon Argentina SA	Buenos Aires, Argentine	100 %	66 %
Domaine Chandon Australia Pty Ltd	Coldstream, Victoria, Australie	100 %	66 %
Newton Vineyards LLC	Californie, USA	90 %	59 %
Domaine Chandon (Ningxia)			
Moët Hennessy Co, Ltd	Yinchuan, Chine	100 %	66 %
Moët Hennessy Chandon (Ningxia)			
Vineyards Co, Ltd	Yinchuan, Chine	60 %	40 %
Château d'Yquem SA	Sauternes, France	96 %	96 %
Château d'Yquem SC	Sauternes, France	96 %	96 %
Société Civile Cheval Blanc (SCCB)	Saint Emilion, France ^(a)	50 %	50 %
MH Shangri-La (Deqin) Winery Company Ltd	Deqin, Chine	80 %	53 %
Jas Hennessy & Co SCS	Cognac, France	99 %	65 %
Distillerie de la Groie SARL	Cognac, France	100 %	65 %
SICA de Bagnolet	Cognac, France	100 %	3 %
Sodepa SARL	Cognac, France	100 %	65 %
Diageo Moët Hennessy BV	Amsterdam, Pays-Bas ^(b)	100 %	66 %
Hennessy Dublin Ltd	Dublin, Irlande	100 %	66 %
Edward Dillon & Co Ltd	Dublin, Irlande ^(a)	40 %	26 %
Hennessy Far East Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	65 %
Moët Hennessy Diageo Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine ^(b)	100 %	66 %
Moët Hennessy Diageo Macau Ltd	Macao, Chine ^(b)	100 %	66 %
Riche Monde (China) Ltd	Hong Kong, Chine ^(b)	100 %	66 %
Moët Hennessy Diageo Singapore Pte Ltd	Singapour ^(b)	100 %	66 %
Moët Hennessy Ukraine	Kiev, Ukraine	100 %	66 %
Moët Hennessy Cambodia Co Ltd	Phnom Penh, Cambodge	51 %	34 %
Moët Hennessy Philippines Inc	Makati City, Philippines	75 %	49 %
Société du domaine des Lambrays	Gevrey Chambertin, France	100 %	100 %
MH Services UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	66 %
MH Services Singapore Limited Pte	Singapour	100 %	66 %
Moët Hennessy Diageo Malaysia SDN BHD	Kuala Lumpur, Malaisie ^(b)	100 %	66 %
Diageo Moët Hennessy Thailand Ltd	Bangkok, Thaïlande ^(b)	100 %	66 %
Moët Hennessy Shanghai Ltd	Shanghai, Chine	100 %	66 %
Moët Hennessy India Pvt. Ltd	New Delhi, Inde	100 %	66 %
Moët Hennessy Taiwan Ltd	Taipei, Taïwan	100 %	65 %
MHD Chine Co Ltd	Shanghai, Chine ^(b)	100 %	66 %
Moët Hennessy Whitehall Russia SA	Moscou, Russie	100 %	66 %
Moët Hennessy Vietnam Importation Co Ltd	Ho Chi Minh City, Vietnam	100 %	65 %
Moët Hennessy Vietnam Distribution Co Pte Ltd	Ho Chi Minh City, Vietnam	51 %	33 %
Moët Hennessy Rus LLC	Moscou, Russie	100 %	66 %

Sociétés	Siège social	Pourcentage	
		Contrôle	Intérêt
MHD Moët Hennessy Diageo	Tokyo, Japon ^(b)	100 %	66 %
Moët Hennessy Asia Pacific Pte Ltd	Singapour	100 %	65 %
Moët Hennessy Australia Ltd	Rosebury, Australie	100 %	65 %
Polmos Zyrardow LLC	Zyrardow, Pologne	100 %	66 %
The Glenmorangie Company Ltd	Edimbourg, Royaume-Uni	100 %	66 %
Macdonald & Muir Ltd	Edimbourg, Royaume-Uni	100 %	66 %
The Scotch Malt Whisky Society Ltd	Edimbourg, Royaume-Uni	100 %	66 %
Wenjun Spirits Company Ltd	Chengdu, Chine	55 %	36 %
Wenjun Spirits Sales Company Ltd	Chengdu, Chine	55 %	36 %
MODE ET MAROQUINERIE			
Louis Vuitton Malletier SA	Paris, France	100 %	100 %
Manufacture de Souliers Louis Vuitton Srl	Fiesse d'Artico, Italie	100 %	100 %
Louis Vuitton Saint-Barthélemy SNC	Saint-Barthélemy, Antilles françaises	100 %	100 %
Louis Vuitton Cantacilik Ticaret AS	Istanbul, Turquie	100 %	100 %
Louis Vuitton Editeur SAS	Paris, France	100 %	100 %
Louis Vuitton International SNC	Paris, France	100 %	100 %
Société des Ateliers Louis Vuitton SNC	Paris, France	100 %	100 %
Les Tanneries de la Comète SA	Estaimpuis, Belgique	100 %	100 %
Manufacture des accessoires			
Louis Vuitton Srl	Milan, Italie	100 %	100 %
Louis Vuitton Bahrain WLL	Manama, Bahreïn ^(c)	^(c)	^(c)
Société Louis Vuitton Services SNC	Paris, France	100 %	100 %
Louis Vuitton Qatar LLC	Doha, Qatar ^(c)	^(c)	^(c)
Société des Magasins			
Louis Vuitton France SNC	Paris, France	100 %	100 %
Belle Jardinière SA	Paris, France	100 %	100 %
La Fabrique Du Temps Louis Vuitton SA	La Chaux-de-Fonds, Suisse	100 %	100 %
Les Ateliers Joailliers Louis Vuitton SAS	Paris, France	100 %	100 %
Louis Vuitton Monaco SA	Monaco	100 %	100 %
ELV SNC	Paris, France	100 %	100 %
Louis Vuitton Services Europe Sprl	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %
Louis Vuitton UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Louis Vuitton Ireland Ltd	Dublin, Irlande	100 %	100 %
Louis Vuitton Deutschland GmbH	Düsseldorf, Allemagne	100 %	100 %
Louis Vuitton Ukraine LLC	Kiev, Ukraine	100 %	100 %
Sociedad de Catalana Talleres Artesanos			
Louis Vuitton SA	Barcelone, Espagne	100 %	100 %
Sociedad de Talleres de Accesorios			
en Cuero LV SL	Barcelone, Espagne	100 %	100 %
La Fabrique de Maroquinerie Louis Vuitton	Paris, France	100 %	100 %
Louis Vuitton BV	Amsterdam, Pays-Bas	100 %	100 %
Louis Vuitton Belgium SA	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %
Louis Vuitton Luxembourg SARL	Luxembourg	100 %	100 %
Louis Vuitton Hellas SA	Athènes, Grèce	100 %	100 %
Louis Vuitton Portugal Maleiro, Ltda.	Lisbonne, Portugal	100 %	100 %
Louis Vuitton Ltd	Tel Aviv, Israël	100 %	100 %
Louis Vuitton Danmark A/S	Copenhague, Danemark	100 %	100 %
Louis Vuitton Aktiebolag SA	Stockholm, Suède	100 %	100 %
Louis Vuitton Suisse SA	Genève, Suisse	100 %	100 %
Louis Vuitton Polska sp. zoo.	Varsovie, Pologne	100 %	100 %
Louis Vuitton Ceska s.r.o.	Prague, République Tchèque	100 %	100 %
Louis Vuitton Österreich GmbH	Vienne, Autriche	100 %	100 %
Louis Vuitton Kazakhstan LLP	Almaty, Kazakhstan	100 %	100 %
LV US Manufacturing, Inc	New York, USA	100 %	100 %
Louis Vuitton Hawaii Inc	Hawaï, USA	100 %	100 %
Louis Vuitton Guam Inc	Guam	100 %	100 %
Louis Vuitton Saipan Inc	Saipan, Iles Mariannes	100 %	100 %
Louis Vuitton Norge AS	Oslo, Norvège	100 %	100 %
San Dimas Luggage Company	New York, USA	100 %	100 %
Louis Vuitton North America Inc	New York, USA	100 %	100 %
Louis Vuitton USA Inc	New York, USA	100 %	100 %
Louis Vuitton Liban retail SAL	Beyrouth, Liban	100 %	100 %
Louis Vuitton Vietnam Company Ltd	Hanoi, Vietnam	100 %	100 %
Louis Vuitton Suom Oy	Helsinki, Finlande	100 %	100 %
Louis Vuitton România Srl	Bucarest, Roumanie	100 %	100 %
LVHM FG Brasil Ltda	Sao Paulo, Brésil	100 %	100 %
Louis Vuitton Panama Inc	Panama City, Panama	100 %	100 %
Louis Vuitton Mexico S de RL de CV	Mexico, Mexique	100 %	100 %
Louis Vuitton Chile Ltda	Santiago de Chile, Chili	100 %	100 %
Louis Vuitton [Aruba] N.V	Oranjestad, Aruba	100 %	100 %
Louis Vuitton Republica Dominica Srl	Saint Domingue, République Dominicaine	100 %	100 %
Louis Vuitton Pacific Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Louis Vuitton Kuwait	Koweït City, Koweït ^(c)	^(c)	^(c)
Louis Vuitton Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Louis Vuitton (Philippines) Inc	Makati, Philippines	100 %	100 %
Louis Vuitton Singapore Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %

Sociétés	Siège social	Pourcentage	
		Contrôle	Intérêt
LV IOS Private Ltd	Singapour	100 %	100 %
PT Louis Vuitton Indonesia LLC	Jakarta, Indonésie	98 %	98 %
Louis Vuitton (Malaysia) SDN BHD	Kuala Lumpur, Malaisie	100 %	100 %
Louis Vuitton (Thailand) SA	Bangkok, Thaïlande	100 %	100 %
Louis Vuitton Taiwan Ltd	Taipei, Taïwan	98 %	98 %
Louis Vuitton Australia PTY Ltd	Sydney, Australie	100 %	100 %
Louis Vuitton (China) Co Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
Louis Vuitton Mongolia LLC	Oulan Bator, Mongolie	100 %	100 %
Louis Vuitton New Zealand Limited	Auckland, Nouvelle Zélande	100 %	100 %
Louis Vuitton India Retail Private Limited	New Delhi, Inde	51 %	51 %
Louis Vuitton EAU LLC	Dubaï, Émirats Arabes Unis ^(c)	^(c)	^(c)
LV Saudi Arabia	Saudi Arabia	75 %	49 %
Louis Vuitton Middle East	Dubaï, Émirats Arabes Unis	65 %	65 %
Louis Vuitton – Jordan PCLS	Amman, Jordanie	100 %	100 %
Louis Vuitton Orient LLC	Emirate of Ras Khaïme, Émirats Arabes Unis	65 %	65 %
Louis Vuitton Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	100 %
LVMH Fashion Group Trading Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	100 %
Louis Vuitton Hungaria Sarl	Budapest, Hongrie	100 %	100 %
Louis Vuitton Vostock LLC	Moscou, Russie	100 %	100 %
LV Colombia SA	Santafe de Bogota, Colombie	100 %	100 %
Louis Vuitton Maroc Sarl	Casablanca, Maroc	100 %	100 %
Louis Vuitton South Africa Ltd	Johannesbourg, Afrique du Sud	100 %	100 %
Louis Vuitton Macau Company Ltd	Macao, Chine	100 %	100 %
LVMH Fashion (Shanghai) Trading Co., Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
Louis Vuitton Japan KK	Tokyo, Japon	99 %	99 %
Louis Vuitton Services KK	Tokyo, Japon	100 %	99 %
Louis Vuitton Canada Inc	Toronto, Canada	100 %	100 %
Louis Vuitton (Barbados) Ltd	Saint Michael, Barbade	100 %	100 %
Atepeti – Ateliers de Ponte de Lima SA	Ponte de Lima, Portugal	100 %	100 %
Somarest SARL	Sibiu, Roumanie	100 %	100 %
LVMH – Métiers d'Art	Paris, France	100 %	100 %
Les Tanneries Roux SA	Romans-sur-Isère, France	100 %	100 %
Heng Long International Holding Pte Ltd	Singapour	65 %	65 %
Heng Long International Ltd	Singapour	100 %	65 %
Heng Long Leather Co (Pte) Ltd	Singapour	100 %	65 %
Heng Long Leather (Guangzhou) Co Ltd	Guangzhou, Chine	100 %	65 %
HL Australia Proprietary Ltd	Sydney, Australie	97 %	63 %
Starke Holding LLC	Starke, USA ⁽¹⁾	80 %	80 %
Cypress Creek Farms LLC	Starke, USA ⁽¹⁾	100 %	80 %
Florida Alligator Company LLC	Starke, USA ⁽¹⁾	100 %	80 %
Pellefina LLC	Starke, USA ⁽²⁾	100 %	80 %
Marc Jacobs International LLC	New York, USA ⁽¹⁾	100 %	80 %
Marc Jacobs International (UK) Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	80 %
Marc Jacobs Trademark LLC	New York, USA ⁽¹⁾	100 %	80 %
Marc Jacobs Japon KK	Tokyo, Japon	66 %	53 %
Marc Jacobs International Italia Srl	Milan, Italie	100 %	80 %
Marc Jacobs International France SAS	Paris, France	100 %	80 %
Marc Jacobs Commercial & Trading (Shanghai)	Shanghai, Chine	100 %	80 %
Marc Jacobs Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	80 %
Marc Jacobs Holdings LLC	New York, USA ⁽¹⁾	80 %	80 %
Marc Jacobs Hong Kong Distribution Company Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	80 %
Marc Jacobs Macau Distribution Company Ltd	Macao, Chine	100 %	80 %
Marc Jacobs HK and Macau Holding Company Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	80 %
Loewe SA	Madrid, Espagne	100 %	100 %
Loewe Hermanos SA	Madrid, Espagne	100 %	100 %
Manufacturas Loewe SL	Madrid, Espagne	100 %	100 %
LVMH Fashion Group France SNC	Paris, France	100 %	100 %
Loewe Hermanos UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Loewe Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Loewe Commercial & Trading (Shanghai) Co Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
Loewe Fashion Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %
Loewe Fashion (M) SDN BHD	Johor, Malaisie	100 %	100 %
Loewe Taiwan Ltd	Taipei, Taïwan	100 %	98 %
Loewe Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	100 %
Loewe Macao Ltd	Macao, Chine	100 %	100 %
Loewe Italy Spa	Milan, Italie	100 %	100 %
Loewe Alemania GmbH	Frankfort, Allemagne	100 %	100 %
Loewe Hawaii Inc	Honolulu, USA	100 %	100 %
LVMH Fashion Group Support	Paris, France	100 %	100 %
Berluti SA	Paris, France	100 %	100 %
Manifattura Ferrarese Srl	Ferrare, Italie	100 %	100 %
Berluti LLC	New York, USA	100 %	100 %
Berluti UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Berluti Macau Company Ltd	Macao, Chine	100 %	100 %

Sociétés	Siège social	Pourcentage	
		Contrôle	Intérêt
Berluti (Shanghai) Company Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
Berluti Hong Kong Company Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Berluti Deutschland GmbH	Munich, Allemagne	100 %	100 %
Berluti Singapore Private Ltd	Singapour	100 %	100 %
LV Japan KK	Tokyo, Japon	100 %	99 %
Berluti Orient FZ LLC	Raz Al-Kamah, Émirats Arabes Unis	65 %	65 %
Berluti UAE LLC	Dubaï, Émirats Arabes Unis ^(c)	^(c)	^(c)
Berluti Taiwan Ltd	Taipei, Taïwan	100 %	100 %
Rossimoda Spa	Vigonza, Italie	100 %	100 %
Rossimoda USA Ltd	New York, USA	100 %	100 %
Brenta Suole Srl	Vigonza, Italie	65 %	65 %
LVMH Fashion Group Services SAS	Paris, France	100 %	100 %
Montaigne KK	Tokyo, Japon	100 %	99 %
Interlux Company Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Celine SA	Paris, France	99 %	99 %
Avenue M International SCA	Paris, France	100 %	99 %
Enilec Gestion SARL	Paris, France	100 %	99 %
Celine Montaigne SA	Paris, France	100 %	99 %
Celine Monte-Carlo SA	Monaco	100 %	99 %
Celine Germany GmbH	Berlin, Allemagne	100 %	99 %
Celine Production Srl	Florence, Italie	100 %	99 %
Celine Suisse SA	Genève, Suisse	100 %	99 %
Celine UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	99 %
Celine Inc	New York, USA ⁽¹⁾	100 %	100 %
Celine Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	99 %
Celine Commercial & Trading (Shanghai) Co Ltd	Shanghai, Chine	100 %	99 %
Celine Taiwan Ltd	Taipei, Taïwan	100 %	99 %
CPC International Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	99 %
CPC Macau Ltd	Macao, Chine	100 %	99 %
LVMH FG Services UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Celine Distribution Spain	Madrid, Espagne	100 %	99 %
Celine Distribution Singapore PTE Ltd	Singapour	100 %	99 %
RC Diffusion Rive Droite	Paris, France	100 %	99 %
Kenzo SA	Paris, France	100 %	100 %
Kenzo Belgique SA	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %
Kenzo UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Kenzo Japan KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %
Kenzo Accessories Srl	Lentate Sul Seveso, Italie	100 %	100 %
Kenzo Setta Srl	Grandate, Italie	51 %	51 %
Kenzo Paris KK	Tokyo, Japon	50 %	50 %
Kenzo Paris Singapore Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %
Kenzo Paris Hong Kong Company Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Givenchy SA	Paris, France	100 %	100 %
Givenchy Corporation	New York, USA	100 %	100 %
Givenchy China Co Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Givenchy Shanghai Commercial and Trading Co Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
GCCL Macau Co Ltd	Macao, Chine	100 %	100 %
Givenchy Italia Srl	Florence, Italie	100 %	100 %
LVMH Fashion Group Japan K.K.	Tokyo, Japon	100 %	99 %
Givenchy Japan	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Givenchy Couture Limited	Taipei, Taïwan	100 %	100 %
Givenchy Taiwan Ltd	New York, USA	100 %	100 %
Gabrielle Studio Inc	New York, USA ⁽¹⁾	100 %	100 %
Donna Karan International Inc	New York, USA	100 %	100 %
The Donna Karan Company LLC	New York, USA	100 %	100 %
Donna Karan Service Company BV	Oldenzaal, Pays-Bas	100 %	100 %
Donna Karan Company Store Ireland Ltd	Dublin, Irlande	100 %	100 %
Donna Karan Studio LLC	New York, USA	100 %	100 %
The Donna Karan Company Store LLC	New York, USA	100 %	100 %
Donna Karan International (Canada) Inc	Vancouver, Canada	100 %	100 %
Donna Karan Company Store UK Holdings Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Donna Karan Management Company UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Donna Karan Company Stores UK Retail Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Donna Karan Company Store (UK) Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Donna Karan H. K. Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Donna Karan (Italy) Srl	Milan, Italie	100 %	100 %
Donna Karan (Italy) Production Services Srl	Milan, Italie	100 %	100 %
Fendi Prague S.r.o.	Prague, République Tchèque	100 %	100 %
Luxury Kuwait for Ready Wear Company WLL	Koweït City, Koweït ^(c)	^(c)	^(c)
Fendi Canada Inc	Toronto, Canada	100 %	100 %
Fendi Private Suites Srl	Rome, Italie	100 %	100 %
Fun Fashion Qatar LLC	Doha, Qatar ^(c)	^(c)	^(c)
Fendi International SA	Paris, France	100 %	100 %
Fun Fashion Emirates LLC	Dubaï, Émirats Arabes Unis ^(c)	^(c)	^(c)

Sociétés	Siège social	Pourcentage	
		Contrôle	Intérêt
Fendi SA	Luxembourg	100 %	100 %
Fun Fashion Bahrain WLL	Manama, Bahrein ^(c)	^(c)	^(c)
Fendi Srl	Rome, Italie	100 %	100 %
Fendi Dis Ticaret LSI	Istanbul, Turquie	100 %	100 %
Fendi Adele Srl	Rome, Italie	100 %	100 %
Fendi Italia Srl	Rome, Italie	100 %	100 %
Fendi UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Fendi France SAS	Paris, France	100 %	100 %
Fendi North America Inc	New York, USA ⁽¹⁾	100 %	100 %
Fendi (Thailand) Company Ltd	Bangkok, Thaïlande	100 %	100 %
Fendi Asia Pacific Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Fendi Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	100 %
Fendi Taiwan Ltd	Taipei, Taiwan	100 %	100 %
Fendi Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Fendi China Boutiques Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Fendi (Singapore) Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %
Fendi Fashion (Malaysia) Snd. Bhd.	Kuala Lumpur, Malaisie	100 %	100 %
Fendi Switzerland SA	Genève, Suisse	100 %	100 %
Fendi Kids SA	Mendrisio, Suisse	51 %	51 %
Fun Fashion FZCO LLC	Dubaï, Émirats Arabes Unis	73 %	73 %
Fendi Macau Company Ltd	Macao, Chine	100 %	100 %
Fendi Germany GmbH	Stuttgart, Allemagne	100 %	100 %
Fendi Austria GmbH	Vienne, Autriche	100 %	100 %
Fendi (Shanghai) Co Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
Fun Fashion India Pte Ltd	Mumbai, Inde	100 %	73 %
Interservices & Trading SA	Lugano, Suisse	100 %	100 %
Fendi Silk SA	Lugano, Suisse	51 %	51 %
Outshine Mexico, S. de RL de C.V.	Mexico, Mexique	100 %	100 %
Fendi Timepieces USA Inc.	New Jersey, USA	100 %	100 %
Fendi Timepieces Service Inc.	New Jersey, USA	100 %	100 %
Fendi Timepieces SA	Neuchâtel, Suisse	100 %	100 %
Taramax Japan KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %
Support Retail Mexico, S. de RL de C.V.	Mexico, Mexique	100 %	100 %
Fendi Brasil – Grupo de Moda Ltda	Sao Paulo, Brésil	100 %	100 %
Fendi RU LLC	Moscou, Russie	100 %	100 %
Emilio Pucci Srl	Florence, Italie	100 %	100 %
Emilio Pucci International BV	Baarn, Pays-Bas	67 %	67 %
Emilio Pucci, Ltd	New York, USA	100 %	100 %
Emilio Pucci Hong Kong Co Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Emilio Pucci (Shanghai) Commercial Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
Emilio Pucci UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Emilio Pucci (Singapore) Pte. Ltd	Singapour	100 %	100 %
Thomas Pink Holdings Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Thomas Pink Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Thomas Pink BV	Rotterdam, Pays-Bas	100 %	100 %
Thomas Pink Inc	New York, USA ⁽¹⁾	100 %	100 %
Thomas Pink Ireland Ltd	Dublin, Irlande	100 %	100 %
Thomas Pink France SAS	Paris, France	100 %	100 %
Thomas Pink Canada Inc	Toronto, Canada	100 %	100 %
Edun Apparel Ltd	Dublin, Irlande ^(a)	49 %	49 %
Edun Americas Inc.	Caroline du Nord, USA ^(a)	49 %	49 %
Nowness LLC	New York, USA ⁽¹⁾	100 %	100 %
Nowness SAS	Paris, France	100 %	100 %
Loro Piana S.p.A.	Quarona, Italie	80 %	80 %
Loro Piana Switzerland SA	Lugano, Suisse	100 %	80 %
Loro Piana France SARL	Paris, France	100 %	80 %
Loro Piana GmbH	Munich, Allemagne	100 %	80 %
Loro Piana GB Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	80 %
Warren Corporation	Stafford Springs, Connecticut, USA	100 %	80 %
Loro Piana & C. Inc.	New York, USA	100 %	80 %
Loro Piana USA LLC	New York, USA	100 %	80 %
Loro Piana Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	80 %
Loro Piana Com. Ltd	Shanghai, Chine	100 %	80 %
Loro Piana Textile Trading Ltd	Shanghai, Chine	100 %	80 %
Loro Piana Mongolia Ltd	Oulan Bator, Mongolie	100 %	80 %
Loro Piana Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	80 %
Loro Piana Ltda	Macao, Chine	100 %	80 %
Loro Piana Monaco SARL	Monaco	100 %	80 %
Loro Piana España S.L.U.	Madrid, Espagne	100 %	80 %
Loro Piana Japan Ltd	Tokyo, Japon	100 %	80 %
Loro Piana Far East Pte Ltd	Singapour	100 %	80 %
Loro Piana Peru S.A.C.	Lucanas, Ayacucho, Pérou	100 %	80 %
SDM Maglierie S.r.l.	Sillavengo, Italie	100 %	80 %
Fibre Nobili S.r.l.	Vérone, Italie	100 %	80 %
Filatura Vertex S.r.l.	Quarona, Italie	100 %	80 %
Loro Piana Osterreich GesmbH	Vienne, Autriche	100 %	80 %
Loro Piana Nederland BV	Amsterdam, Pays-Bas	100 %	80 %
Loro Piana Czech Republic s.r.o.	Prague, République Tchèque	100 %	80 %
Loro Piana Belgique	Bruxelles, Belgique	100 %	80 %
SANIN	Rawson, Argentine	60 %	48 %
Linen NEWCO	Borgosesia, Italie	100 %	80 %
Mede Knitwear S.r.l.	Borgosesia, Italie	100 %	80 %
Nicholas Kirkwood Limited	Londres, Royaume-Uni	52 %	52 %

Sociétés	Siège social	Pourcentage	
		Contrôle	Intérêt
Nicholas Kirkwood Corp.	New York, USA	100 %	52 %
NK Washington LLC	Delaware, USA	100 %	52 %
Nicholas Kirkwood LLC	New York, USA	100 %	52 %
NK WLW LLC	Nevada, USA	100 %	52 %
JW Anderson Limited	Londres, Royaume-Uni ^(a)	46 %	45 %
Marco De Vincenzo S.R.L.	Rome, Italie ^(a)	45 %	45 %
PARFUMS ET COSMÉTIQUES			
Parfums Christian Dior SA	Paris, France	100 %	100 %
LVMH P&C Thailand Co Ltd	Bangkok, Thaïlande	49 %	49 %
LVMH Parfums & Cosmétiques			
do Brasil Ltda	Sao Paulo, Brésil	100 %	100 %
France Argentine Cosmetics SA	Buenos Aires, Argentine	100 %	100 %
LVMH P&C Shanghai Co Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
Parfums Christian Dior Finland Oy	Helsinki, Finlande	100 %	100 %
LVMH P&C Inc	New York, USA	100 %	100 %
SNC du 33 avenue Hoche	Paris, France	100 %	100 %
LVMH Fragrances & Cosmetics (Singapore) Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %
Parfums Christian Dior Orient Co	Dubaï, Émirats Arabes Unis	60 %	60 %
Parfums Christian Dior Emirates	Dubaï, Émirats Arabes Unis	51 %	31 %
LVMH Cosmetics KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %
Parfums Christian Dior Arabia	Jeddah, Arabie Saoudite	75 %	45 %
EPDC SPZ.O.O.	Varsovie, Pologne	100 %	100 %
EPDC CZ & SK SRO	Prague, République Tchèque	100 %	100 %
EPDC RO Distribution Srl	Bucarest, Roumanie	100 %	100 %
Parfums Christian Dior (UK) Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Parfums Christian Dior BV	Rotterdam, Pays-Bas	100 %	100 %
Iparkos BV	Rotterdam, Pays-Bas	100 %	100 %
Parfums Christian Dior S.A.B.	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %
Parfums Christian Dior (Ireland) Ltd	Dublin, Irlande	100 %	100 %
Parfums Christian Dior Hellas SA	Athènes, Grèce	100 %	100 %
Parfums Christian Dior AG	Zurich, Suisse	100 %	100 %
Christian Dior Perfumes LLC	New York, USA	100 %	100 %
Parfums Christian Dior Canada Inc	Montréal, Canada	100 %	100 %
LVMH P&C de Mexico SA de CV	Mexico, Mexique	100 %	100 %
Parfums Christian Dior Japon KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %
Parfums Christian Dior (Singapore) Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %
Inalux SA	Luxembourg	100 %	100 %
LVMH P&C Asia Pacific Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Fa Hua Fragrance & Cosmetic Co Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Fa Hua Frag & Cosm Taiwan	Taipei, Taiwan	100 %	100 %
Parfums Christian Dior China	Shanghai, Chine	100 %	100 %
LVMH P&C Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	100 %
Parfums Christian Dior Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
LVMH P&C Malaysia Sdn Berhad Inc	Kuala Lumpur, Malaisie	100 %	100 %
Pardior SA de CV	Mexico, Mexique	100 %	100 %
Parfums Christian Dior A/S Ltd	Copenhague, Danemark	100 %	100 %
LVMH Perfumes & Cosmetics			
Group Pty Ltd	Sydney, Australie	100 %	100 %
Parfums Christian Dior AS Ltd	Oslo, Norvège	100 %	100 %
Parfums Christian Dior AB	Stockholm, Suède	100 %	100 %
Parfums Christian Dior (New Zealand) Ltd	Auckland, Nouvelle Zélande	100 %	100 %
Parfums Christian Dior GmbH Austria	Vienne, Autriche	100 %	100 %
L Beauty Luxury Asia Inc	Taguig City, Philippines	100 %	51 %
SCI Annabell	Paris, France	100 %	100 %
PT. L Beauty Brands	Jakarta, Indonésie	100 %	51 %
L Beauty Pte Ltd	Singapour	51 %	51 %
L Beauty Vietnam Limited Liability	Ho-Chi-Minh-Ville, Vietnam	100 %	51 %
SCI Rose Blue	Paris, France	100 %	100 %
PCD Saint Honoré	Paris, France	100 %	100 %
LVMH Perfumes & Cosmetics Macau Ltd	Macao, Chine	100 %	100 %
DP SELDICO	Kiev, Ukraine	100 %	100 %
OOO SELDICO	Moscou, Russie	100 %	100 %
LVMH P&C Kazakhstan LLP	Almaty, Kazakhstan	100 %	100 %
Cosmetic of France Inc	Floride, USA	100 %	100 %
LVMH Recherche GIE	Saint-Jean de Braye, France	100 %	100 %
Parfums et Cosmétiques Information Services – PCIS GIE			
Perfumes Loewe SA	Levallois Perret, France	100 %	100 %
Acqua Di Parma Srl	Madrid, Espagne	100 %	100 %
Acqua Di Parma LLC	Milan, Italie	100 %	100 %
Acqua Di Parma Ltd	New York, USA	100 %	100 %
Cha Ling SCA	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Cha Ling Hong Kong Ltd	Paris, France	100 %	100 %
Guerlain SA	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
LVMH Parfums & Kosmetik	Paris, France	100 %	100 %
Deutschland GmbH	Düsseldorf, Allemagne	100 %	100 %
Guerlain GmbH	Vienne, Autriche	100 %	100 %
Guerlain SA (Belgique)	Fleurus, Belgique	100 %	100 %
Guerlain Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
LVMH Perfumes e Cosmetica Lda	Lisbonne, Portugal	100 %	100 %

Sociétés	Siège social	Pourcentage	
		Contrôle	Intérêt
PC Parfums Cosmétiques SA	Zurich, Suisse	100 %	100 %
Guerlain Inc	New York, USA	100 %	100 %
Guerlain Canada Ltd	Montréal, Canada	100 %	100 %
Guerlain De Mexico SA	Mexico, Mexique	100 %	100 %
Guerlain Asia Pacific Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Guerlain KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %
Guerlain KSA	Paris, France	80 %	80 %
Guerlain Orient – JLT	Dubaï, Émirats Arabes Unis	100 %	100 %
Guerlain Saudi Arabia	Jeddah, Arabie Saoudite	75 %	60 %
Guerlain Oceania Australia Pty Ltd	Melbourne, Australie	100 %	100 %
Make Up For Ever SA	Paris, France	100 %	100 %
SCI Edision	Paris, France	100 %	100 %
Make Up For Ever LLC	New York, USA ⁽¹⁾	100 %	100 %
Make Up For Ever Canada Ltd	Montréal, Canada	100 %	100 %
LVMH Fragrance Brands SA	Levallois Perret, France	100 %	100 %
LVMH Fragrance Brands Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
LVMH Fragrance Brands GmbH	Düsseldorf, Allemagne	100 %	100 %
LVMH Fragrance Brands LLC	New York, USA ⁽¹⁾	100 %	100 %
LVMH Fragrance Brands Canada Ltd	Toronto, Canada	100 %	100 %
LVMH Fragrance Brands KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %
LVMH Fragrance Brands WHD Inc	New York, USA ⁽¹⁾	100 %	100 %
LVMH Fragrance Brands Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
LVMH Fragrance Brands Singapore Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %
Benefit Cosmetics LLC	Californie, USA	100 %	100 %
Benefit Cosmetics Ireland Ltd	Dublin, Irlande	100 %	100 %
Benefit Cosmetics UK Ltd	Chelmsford, Royaume-Uni	100 %	100 %
Benefit Cosmetics Canada Inc	Toronto, Canada	100 %	100 %
Benefit Cosmetics Korea	Séoul, Corée du Sud	100 %	100 %
Benefit Cosmetics SAS	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
Benefit Cosmetics Hong Kong Limited	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
L Beauty Sdn Bhn	Kuala Lumpur, Malaisie	100 %	51 %
L Beauty Thailand	Bangkok, Thaïlande	95 %	48 %
Nude Brands Ltd	Londres, Royaume-Uni	70 %	70 %
Nude Skincare Inc	Californie, USA	100 %	70 %
Fresh Inc	Massachusetts, USA	80 %	80 %
Fresh SAS	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
Fresh Cosmetics Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	80 %
Fresh Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	80 %
Fresh Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	80 %

MONTRES ET JOAILLERIE

TAG Heuer International SA	Luxembourg	100 %	100 %
LVMH Relojeria & Joyeria España SA	Madrid, Espagne	100 %	100 %
LVMH Montres & Joaillerie France SA	Paris, France	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry			
Central Europe GmbH	Bad Homburg, Allemagne	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry UK Ltd	Manchester, Royaume-Uni	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry USA Inc	New Jersey, USA	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry Canada Ltd	Toronto, Canada	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry Far East Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry Singapore Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry Malaysia Sdn Bhd	Kuala Lumpur, Malaisie	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry Capital Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry Japan KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry Australia Pty Ltd	Melbourne, Australie	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry Taiwan Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry India Pvt Ltd	New Delhi, Inde	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry (Shanghai)			
Commercial Co Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
LVMH Watch & Jewelry Russia SARL	Moscou, Russie	100 %	100 %
Cortech SA	Cornol, Suisse	100 %	100 %
Timecrown Ltd	Worsley, Royaume-Uni	100 %	100 %
ArteCad SA	Tramelan, Suisse	100 %	100 %
Alpha Time Corp. Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Dream Tech (Shanghai) Co. Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
Dream Tech Intl Trading Co. Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
Chaumet International SA	Paris, France	100 %	100 %
Chaumet London Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Chaumet Horlogerie SA	Bienne, Suisse	100 %	100 %
Chaumet Korea Chusik Hoesa	Séoul, Corée du Sud	100 %	100 %
Chaumet Middle East FZCO	Dubaï, Émirats Arabes Unis	60 %	60 %
Chaumet UAE	Dubaï, Émirats Arabes Unis ^(c)	^(c)	^(c)
LVMH Watch and Jewellery			
Macau Company Limited	Macao, Chine	100 %	100 %
Zenith International SA	Le Locle, Suisse	100 %	100 %
Farouk Trading	Riyad, Arabie Saoudite ^(c)	^(c)	^(c)
LVMH Watch & Jewelry Italy Spa	Milan, Italie	100 %	100 %
Delano SA	La Chaux-de-Fonds, Suisse	100 %	100 %
Fred Paris SA	Paris, France	100 %	100 %
Joaillerie de Monaco SA	Monaco	100 %	100 %
Fred Inc	Californie, USA ⁽¹⁾	100 %	100 %

Sociétés	Siège social	Pourcentage	
		Contrôle	Intérêt
Fred Londres Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Dior Montres SARL	Paris, France ^(a)	50 %	50 %
Les Ateliers Horlogers Dior SA	La Chaux-de-Fonds, Suisse ^(a)	50 %	50 %
Hublot SA	Nyon, Suisse	100 %	100 %
Bentim International SA	Luxembourg	100 %	100 %
Hublot SA Genève	Genève, Suisse	100 %	100 %
Hublot of America, Inc	Floride, USA	100 %	100 %
Nyon LLC	Miami, USA	51 %	51 %
Nyon Services LLC	Miami, USA ⁽¹⁾	100 %	51 %
Atlanta Boutique LLC	Atlanta, USA	100 %	51 %
Echidna Distribution Company LLC	Dallas, USA	100 %	51 %
Furioso LLC	Orlando, USA	100 %	51 %
Fusion World Dallas LLC	Dallas, USA	100 %	51 %
Fusion World Houston LLC	Houston, USA	100 %	51 %
New World of Fusion LLC	Miami, USA ⁽¹⁾	100 %	51 %
De Beers Diamond Jewellers Ltd	Londres, Royaume-Uni ^(a)	50 %	50 %
De Beers Diamond Jewellers			
Trademark Ltd	Londres, Royaume-Uni ^(a)	50 %	50 %
De Beers Diamond Jewellers UK Ltd	Londres, Royaume-Uni ^(a)	50 %	50 %
De Beers Diamond Jewellers Japan KK Co	Tokyo, Japon ^(a)	50 %	50 %
De Beers Diamond Jewellers (Hong Kong) Ltd	Hong Kong, Chine ^(a)	50 %	50 %
De Beers Diamond Jewellers			
Limited Taiwan	Taipei, Taiwan ^(a)	50 %	50 %
De Beers Diamond Jewellers US. Inc	Delaware, USA ^(a)	50 %	50 %
De Beers Jewellers Commercial			
[Shanghai] Co, Ltd	Shanghai, Chine ^(a)	50 %	50 %
De Beers Diamond Jewellers			
[Macao] Company Limited	Macao, Chine ^(a)	50 %	50 %
Bulgari SpA	Rome, Italie	100 %	100 %
Bulgari Italia SpA	Rome, Italie	100 %	100 %
Bulgari International Corporation [BIC] NV	Amsterdam, Pays-Bas	100 %	100 %
Bulgari Corporation of America Inc.	New York, USA	100 %	100 %
Bulgari SA	Genève, Suisse	100 %	100 %
Bulgari Horlogerie SA	Neuchâtel, Suisse	100 %	100 %
Bulgari France SAS	Paris, France	100 %	100 %
Bulgari Montecarlo SAM	Monaco	100 %	100 %
Bulgari (Deutschland) GmbH	Munich, Allemagne	100 %	100 %
Bulgari Espana SA Unipersonal	Madrid, Espagne	100 %	100 %
Bulgari South Asian Operations Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %
Bulgari [UK] Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
Bulgari Belgium SA	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %
Bulgari Australia Pty Ltd	Sydney, Australie	100 %	100 %
Bulgari [Malaysia] Sdn Bhd	Kuala Lumpur, Malaisie	100 %	100 %
Bulgari Global Operations SA	Neuchâtel, Suisse	100 %	100 %
Bulgari Asia Pacific Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
Bulgari (Taiwan) Ltd	Taipei, Taiwan	100 %	100 %
Bulgari Korea Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	100 %
Bulgari Saint Barth SAS	Saint-Barthélemy,		
	Antilles françaises	100 %	100 %
Bulgari Gioielli SpA	Valenza, Italie	100 %	100 %
Bulgari Accessori Srl	Florence, Italie	100 %	100 %
Bulgari Holdings (Thailand) Ltd	Bangkok, Thaïlande	100 %	100 %
Bulgari (Thailand) Ltd	Bangkok, Thaïlande	100 %	100 %
Bulgari Commercial [Shanghai] Co. Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
Bulgari Japan Ltd	Tokyo, Japon	100 %	100 %
Bulgari Panama Inc	Panama City, Panama	100 %	100 %
Bulgari Ireland Ltd	Dublin, Irlande	100 %	100 %
Bulgari Qatar Lcc	Doha, Qatar ^(c)	^(c)	^(c)
Bulgari Kuwait Wll	Koweït City, Koweït ^(c)	^(c)	^(c)
Gulf Luxury Trading LLC	Dubaï, Émirats Arabes Unis	51 %	51 %
Bulgari do Brazil Ltda	Sao Paulo, Brésil	100 %	100 %
Bulgari Hotels and Resorts Milano Srl	Rome, Italie ^(a)	50 %	50 %
Lux Jewels Kuwait For Trading In gold			
Jewelry and Precious Stones WLL	Koweït City, Koweït ^(c)	^(c)	^(c)
Lux Jewels Bahrain Wll	Manama, Bahreïn ^(c)	^(c)	^(c)
India Luxco Retail Private Limited	New Delhi, Inde ^(c)	^(c)	^(c)
BK for Jewelry and Precious			
Metals and Stones Co W.L.L	Koweït City, Koweït ^(c)	^(c)	^(c)
Famaf Accessori S.r.l.	Florence, Italie	100 %	100 %
Bulgari Turkey Lüks Ürün			
Ticaretli Limited Sirketi	Istanbul, Turquie	100 %	100 %
Bulgari Russia Llc	Moscou, Russie	100 %	100 %
Bulgari Prague s.r.o.	Prague, République Tchèque	100 %	100 %
Bulgari Mexico SA DE CV	Cancún, Mexique	100 %	100 %
Bulgari Canada Inc	Québec, Canada	100 %	100 %
Actar International SA	Luxembourg ^(a)	42 %	42 %

DISTRIBUTION SÉLECTIVE

LVMH Iberia SL	Madrid, Espagne	100 %	100 %
LVMH Italia SpA	Milan, Italie	100 %	100 %
Sephora SA	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %

Sociétés	Siège social	Pourcentage	
		Contrôle	Intérêt
Sephora Luxembourg SARL	Luxembourg	100 %	100 %
Sephora Portugal Perfumaria Lda	Lisbonne, Portugal	100 %	100 %
Sephora Pologne Spzoo	Varsovie, Pologne	100 %	100 %
Sephora Marinopoulos SA	Alimos, Grèce	100 %	100 %
Sephora Marinopoulos Romania SA	Bucarest, Roumanie	100 %	100 %
Sephora S.R.O.	Prague, République Tchèque	100 %	100 %
Sephora Monaco SAM	Monaco	99 %	99 %
Sephora Cosmetics España S+	Madrid, Espagne ^(a)	50 %	50 %
Sephora Marinopoulos Bulgaria EOOD	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
Sephora Marinopoulos Cyprus Ltd	Sofia, Bulgarie	100 %	100 %
Sephora Unimim Kozmetik AS	Nicosie, Chypre	100 %	100 %
Perfumes & Cosmetics Gran Via SL	Istanbul, Turquie	100 %	100 %
Sephora Marinopoulos D.O.O.	Madrid, Espagne ^(a)	45 %	45 %
Sephora Marinopoulos Cosmetics D.O.O.	Zagreb, Croatie	100 %	100 %
Sephora Danmark ApS	Belgrade, Serbie	100 %	100 %
Sephora Sweden AB	Copenhague, Danemark	100 %	100 %
Sephora Moyen Orient SA	Malmö, Suède	100 %	100 %
Sephora Middle East FZE	Fribourg, Suisse	60 %	60 %
Sephora Qatar	Dubai, Émirats Arabes Unis	100 %	60 %
Sephora Asia Pte Ltd	Doha, Qatar	90 %	54 %
Sephora [Shanghai] Cosmetics Co. Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
Sephora [Beijing] Cosmetics Co. Ltd	Shanghai, Chine	81 %	81 %
Sephora Xiangyang [Shanghai] Cosmetics Co., Ltd	Beijing, Chine	81 %	81 %
Sephora Singapore Pte Ltd	Shanghai, Chine	100 %	81 %
Sephora Thailand Company Ltd	Singapour	100 %	100 %
Sephora Australia	Bangkok, Thaïlande	100 %	100 %
Luxola	Sydney, Australie	100 %	100 %
Luxola Trading Pte Ltd	Singapour	95 %	95 %
LX Holding Pte Ltd	Singapour	100 %	95 %
LXEDIT (Thailand) Ltd	Singapour	100 %	95 %
Luxola (Thailand) Ltd	Bangkok, Thaïlande	100 %	95 %
Luxola India Services Pvt Ltd	Bangkok, Thaïlande	100 %	95 %
PT Luxola Services Indonesia	Bangalore, Inde	100 %	95 %
LX Services Pte Ltd	Jakarta, Indonésie	100 %	95 %
PT MU and SC Trading	Singapour	100 %	95 %
Sephora USA Inc	Jakarta, Indonésie	99 %	94 %
Sephora Cosmetics Private Ltd	Californie, USA ⁽¹⁾	100 %	100 %
Sephora Beauty Canada, Inc	New Delhi, Inde	100 %	100 %
Sephora Puerto Rico LLC	Californie, USA	100 %	100 %
Sephora Mexico, SRLCV	Californie, USA	100 %	100 %
Servicios Ziphorah, SRLCV	Lomas de Chapultepec, Mexique	100 %	100 %
Sephora Emirates LLC	Mexico, Mexique	100 %	100 %
Sephora Bahrain WLL	Dubai, Émirats Arabes Unis ^(c)	^(c)	^(c)
Sephora Do Brasil Participacoes SA	Manama, Bahrein ^(c)	^(c)	^(c)
PT Sephora Indonesia	Rio de Janeiro, Brésil	100 %	100 %
Dotcom group Comercio de Presentes SA	Jakarta, Indonésie	100 %	100 %
Kendo Holdings Inc	Rio de Janeiro, Brésil	100 %	100 %
Kat Von D Beauty LLC	Californie, USA	100 %	100 %
LGCS Inc	Delaware, USA	70 %	70 %
Ole Henriksen of Denmark Inc.	New York, USA	100 %	100 %
Sephora Do Brazil – avenue Hoche	Californie, USA	100 %	100 %
Galonta Holdings Limited	Sao Paulo, Brésil	100 %	100 %
United Europe – Securities OJSC	Nicosie, Chypre	65 %	65 %
Beauty in Motion Sdn. Bhd.	Moscou, Russie	100 %	65 %
Le Bon Marché SA	Kuala Lumpur, Malaisie	100 %	100 %
SEGEF SNC	Paris, France	100 %	100 %
Franck & Fils SA	Paris, France	99 %	99 %
DFS Holdings Ltd	Paris, France	100 %	100 %
DFS Australia Pty Ltd	Hamilton, Bermudes	61 %	61 %
DFS Group Ltd	Sydney, Australie	100 %	61 %
DFS Hong Kong Ltd	Delaware, USA	100 %	61 %
TRS Hong Kong Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	61 %
DFS France SAS	Hong Kong, Chine ^(a)	45 %	28 %
DFS Okinawa KK	Paris, France	100 %	61 %
TRS Okinawa	Okinawa, Japon	100 %	61 %
JAL/DFS Co., Ltd	Okinawa, Japon ^(a)	45 %	28 %
DFS Korea Ltd	Chiba, Japon ^(a)	40 %	24 %
DFS Seoul Ltd	Séoul, Corée du Sud	100 %	61 %
DFS Cotai Limitada	Séoul, Corée du Sud	100 %	61 %
DFS Sdn. Bhd.	Macao, Chine	100 %	61 %
Gateshire Marketing Sdn Bhd	Kuala Lumpur, Malaisie	100 %	61 %
DFS Middle East LLC	Kuala Lumpur, Malaisie	100 %	61 %
DFS Merchandising Ltd	Abu Dhabi, Émirats Arabes Unis	100 %	61 %
DFS New Zealand Ltd	Delaware, USA	100 %	61 %
TRS New Zealand Ltd	Auckland, Nouvelle Zélande	100 %	61 %
Commonwealth Investment Company Inc	Auckland, Nouvelle Zélande ^(a)	45 %	28 %
DFS Saipan Ltd	Saipan, Iles Mariannes	95 %	58 %
Kinkai Saipan LP	Saipan, Iles Mariannes	100 %	61 %
DFS Business consulting [Shanghai] Co. Ltd	Saipan, Iles Mariannes	100 %	61 %
Hainan DFS Retail Company Limited	Shanghai, Chine	100 %	61 %

Sociétés	Siège social	Pourcentage	
		Contrôle	Intérêt
DFS Taiwan Ltd	Taipei, Taiwan	100 %	61 %
DFS Singapore (Pte) Ltd	Singapour	100 %	61 %
DFS Venture Singapore (Pte) Ltd	Singapour	100 %	61 %
TRS Singapore Pte Ltd	Singapour ^(a)	45 %	28 %
DFS India Private Ltd	Mumbai, Inde ^(a)	51 %	31 %
DFS Vietnam (S) Pte Ltd	Singapour	70 %	43 %
New Asia Wave International Pte Ltd	Singapour	70 %	43 %
IPP Group Pte Ltd	Singapour	70 %	43 %
DFS Group LP	Delaware, USA	64 %	61 %
LAX Duty Free Joint Venture 2000	Californie, USA	75 %	46 %
Royal Hawaiian Insurance Company Ltd	Hawaï, USA	100 %	61 %
JFK Terminal 4 Joint Venture 2001	New York, USA	80 %	49 %
DFS Guam LP	Guam	62 %	61 %
DFS Liquor Retailing Ltd	Delaware, USA	61 %	61 %
Twenty Seven – Twenty Eight Corp.	Delaware, USA	61 %	61 %
DFS Credit Systems Ltd	Hamilton, Bermudes	100 %	61 %
DFS European Logistics Ltd	Hamilton, Bermudes	100 %	61 %
DFS Italy S.r.l.	Milan, Italie	100 %	61 %
Preferred Products Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	61 %
DFS (Cambodia) Limited	Phnom Penh, Cambodge	70 %	43 %
TRS Hawaii LLC	Hawaï, USA ^(a)	45 %	28 %
TRS Saipan Ltd	Saipan, Iles Mariannes ^(a)	45 %	28 %
TRS Guam LLC	Guam ^(a)	45 %	28 %
Tumon Entertainment LLC	Guam	100 %	100 %
Comete Guam Inc	Guam	100 %	100 %
Tumon Aquarium LLC	Guam	97 %	97 %
Comete Saipan Inc	Saipan, Iles Mariannes	100 %	100 %
Tumon Games LLC	Guam	100 %	100 %
DFS Vietnam LLC	Ho Chi Minh City, Vietnam	100 %	61 %
PT Sona Topas Tourism industry Tbk	Jakarta, Indonésie ^(a)	45 %	28 %
Cruise Line Holdings Co	Delaware, USA	100 %	100 %
Starboard Cruise Services Inc	Delaware, USA	100 %	100 %
Starboard Holdings Ltd	Delaware, USA	100 %	100 %
International Cruise Shops Ltd	Iles Caimans	100 %	100 %
Vacation Media Ltd	Kingston, Jamaïque	100 %	100 %
STB Srl	Florence, Italie	100 %	100 %
On Board Media Inc	Delaware, USA	100 %	100 %
Parazul LLC	Delaware, USA	100 %	100 %
Onboard.com LLC	Delaware, USA	100 %	100 %
BHUSA Inc	Delaware, USA	100 %	100 %
SLF USA Inc	Delaware, USA	100 %	100 %
Suzanne Lang Fragrance Inc	Toronto, Canada	100 %	100 %

AUTRES ACTIVITÉS

Groupe Les Echos SA	Paris, France	100 %	100 %
Dematis SAS	Paris, France	80 %	80 %
Les Echos Management SAS	Paris, France	100 %	100 %
Régiepress SAS	Paris, France	100 %	100 %
Les Echos Légal SAS	Paris, France	100 %	100 %
Radio Classique SAS	Paris, France	100 %	100 %
Les Echos Medias SAS	Paris, France	100 %	100 %
SFPA SARL	Paris, France	100 %	100 %
Les Echos SAS	Paris, France	100 %	100 %
Investir Publications SAS	Paris, France	100 %	100 %
Les Echos Business SAS	Paris, France	100 %	100 %
SID Presse SAS	Paris, France	100 %	100 %
Magasins de La Samaritaine SA	Paris, France	99 %	99 %
Mongoual SA	Paris, France ^(a)	40 %	40 %
Le Jardin d'Acclimatation	Paris, France	100 %	100 %
RVL Holding BV	Kaag, Pays-Bas	91 %	91 %
Royal Van Lent Shipyard BV	Kaag, Pays-Bas	100 %	91 %
Tower Holding BV	Kaag, Pays-Bas	100 %	91 %
Green Bell BV	Kaag, Pays-Bas	100 %	91 %
Gebroeders Olie Beheer BV	Waddinxveen, Pays-Bas	100 %	91 %
Van der Loo Yachtinteriors BV	Waddinxveen, Pays-Bas	100 %	91 %
Red Bell BV	Kaag, Pays-Bas	100 %	91 %
De Voogt Naval Architectes BV	Haarlem, Pays-Bas ^(a)	50 %	46 %
Feedship Holland BV	Amsterdam, Pays-Bas ^(a)	50 %	46 %
Feedship America Inc	Floride, USA ^(a)	50 %	46 %
OGMNL BV	Nieuw-Lekkerland, Pays-Bas ^(a)	50 %	46 %
Sonata Yachting Limited	La Valette, Malte	100 %	91 %
Probinvest SAS	Paris, France	100 %	100 %
Ufipar SAS	Paris, France	100 %	100 %
L Capital Management SAS	Paris, France	100 %	100 %
Sofidiv SAS	Paris, France	100 %	100 %
GIE LVMH Services	Paris, France	100 %	85 %
Moët Hennessy SNC	Paris, France	66 %	66 %
LVMH Services Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
UFIP (Ireland) PRU	Dublin, Irlande	100 %	100 %
Moët Hennessy Investissements SA	Paris, France	100 %	66 %
LV Group	Paris, France	100 %	100 %

Sociétés	Siège social	Pourcentage		Sociétés	Siège social	Pourcentage	
		Contrôle	Intérêt			Contrôle	Intérêt
Moët Hennessy International SAS	Paris, France	66 %	66 %	Delphilug SA	Luxembourg	100 %	100 %
Creare SA	Luxembourg	100 %	100 %	Glacea SA	Luxembourg	100 %	100 %
Creare Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %	Naxara SA	Luxembourg	100 %	100 %
Bayard (Shanghai) Investment and Consultancy Co. Ltd.	Shanghai, Chine	100 %	100 %	Pronos SA	Luxembourg	100 %	100 %
Villa Foscari S.r.l.	Milan, Italie	100 %	100 %	Sofidil SA	Luxembourg	100 %	100 %
Liszt Invest S.A.	Luxembourg	100 %	100 %	Hanninvest SA	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %
Gorgias SA	Luxembourg	100 %	100 %	LVMH Publica SA	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %
LC Investissements	Paris, France	51 %	51 %	Sofidiv UK Ltd	Londres, Royaume-Uni	100 %	100 %
LVMH Canada Inc	Toronto, Canada	100 %	100 %	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton KK	Tokyo, Japon	100 %	100 %
Société Montaigne Jean Goujon SAS	Paris, France	100 %	100 %	Osaka Fudosan Company Ltd	Tokyo, Japon	100 %	100 %
Delphine SAS	Paris, France	100 %	100 %	LVMH Asia Pacific Ltd	Hong Kong, Chine	100 %	100 %
LVMH Finance SA	Paris, France	100 %	100 %	LVMH Shanghai Management and Consultancy Co, Ltd	Shanghai, Chine	100 %	100 %
Prima SAS	Paris, France	100 %	100 %	L Capital Asia Advisors PLC	Port Louis, Maurice	100 %	100 %
Eutrope SAS	Paris, France	100 %	100 %	LVMH South & South East Asia Pte Ltd	Singapour	100 %	100 %
Flavius Investissements SA	Paris, France	100 %	100 %	Vicuna Holding Spa	Milan, Italie	100 %	100 %
LBD HOLDING SA	Paris, France	100 %	100 %	Pasticceria Confetteria Cova S.r.l	Milan, Italie	80 %	80 %
LVMH Hotel Management SAS	Paris, France	100 %	100 %	Cova Montenapoleone S.r.l	Milan, Italie	100 %	80 %
Ufinvest SAS	Paris, France	100 %	100 %	Investissement Hotelier			
Delta	Paris, France	100 %	100 %	Saint Barth Plage des Flamands SAS	Saint-Barthélemy, Antilles françaises	100 %	56 %
Hôtel Les Tovets	Courchevel, France	100 %	100 %	Isle de France SARL	Saint-Barthélemy, Antilles françaises	100 %	56 %
Société Immobilière Paris Savoie Les Tovets	Courchevel, France	100 %	100 %	Isle de France Group Limited	Londres, Royaume-Uni	100 %	56 %
Moët Hennessy Inc	New York, USA ^(*)	100 %	66 %	Drift Saint Barth Holding Limited	Londres, Royaume-Uni	100 %	56 %
One East 57th Street LLC	New York, USA ^(*)	100 %	100 %	CT Saint Barth Limited	Londres, Royaume-Uni	100 %	56 %
LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton Inc	New York, USA ^(*)	100 %	100 %	Drift Saint Barth Limited	Londres, Royaume-Uni	100 %	56 %
Sofidiv Art Trading LLC	New York, USA ^(*)	100 %	100 %	Alderande SAS	Paris, France	56 %	56 %
Sofidiv Inc	New York, USA ^(*)	100 %	100 %	Le Parisien Libéré	Saint-Ouen, France	100 %	100 %
598 Madison Leasing Corp	New York, USA ^(*)	100 %	100 %	AM Diffusion	Saint-Ouen, France	100 %	100 %
1896 Corp	New York, USA ^(*)	100 %	100 %	Amaury Medias	Boulogne Billancourt, France	100 %	100 %
319-323 N. Rodeo LLC	New York, USA ^(*)	100 %	100 %	Société Nouvelle SICAVIC	Saint-Ouen, France	100 %	100 %
LVMH MJ Holding Inc.	New York, USA ^(*)	100 %	100 %	SICAP	Saint-Ouen, France	100 %	100 %
Arbelos Insurance Inc.	New York, USA	100 %	100 %	L.P.M.	Paris, France	100 %	100 %
Meadowland Florida LLC	New York, USA	100 %	100 %	Société de Distribution et de Ventes du Parisien [S.D.V.P.]	Saint-Ouen, France	100 %	100 %
LVMH Participations BV	Naarden, Pays-Bas	100 %	100 %	Proximy	Saint-Ouen, France	75 %	75 %
LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton BV	Naarden, Pays-Bas	100 %	100 %	Media Presse	Saint-Ouen, France	100 %	75 %
LVP Holding BV	Naarden, Pays-Bas	100 %	100 %	Wagner Capital SA	Luxembourg	51 %	51 %
LVMH Services BV	Baarn, Pays-Bas	100 %	100 %	L Catterton Management Ltd	Londres, Royaume-Uni ^(a)	36 %	18 %
LVMH Finance Belgique SA	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %	Rhapsody	Paris, France	100 %	100 %
LVMH International SA	Bruxelles, Belgique	100 %	100 %				
Marithé SA	Luxembourg	100 %	100 %				
LVMH EU	Luxembourg	100 %	100 %				
L Real Estate SA	Luxembourg ^(a)	49 %	49 %				
Ufilug SA	Luxembourg	100 %	100 %	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SE	Paris, France		Société mère

(*) L'adresse mentionnée correspond au siège administratif des sociétés, l'immatriculation du siège social étant dans l'état du Delaware.

(a) Société intégrée par mise en équivalence.

(b) Société constituée en joint-venture avec Diageo : intégration de la seule activité Moët Hennessy.

(c) Les pourcentages de détention du capital par le Groupe ne sont pas mentionnés dans la mesure où les résultats de ces sociétés sont consolidés à hauteur de la part contractuelle du Groupe dans leurs opérations.

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES CONSOLIDÉS

Aux Actionnaires,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre Assemblée générale, nous vous présentons notre rapport relatif à l'exercice clos le 31 décembre 2015, sur :

- le contrôle des comptes consolidés de la société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton, tels qu'ils sont joints au présent rapport ;
- la justification de nos appréciations ;
- la vérification spécifique prévue par la loi.

Les comptes consolidés ont été arrêtés par le Conseil d'administration. Il nous appartient, sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur ces comptes.

I. Opinion sur les comptes consolidés

Nous avons effectué notre audit selon les normes d'exercice professionnel applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes consolidés ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à vérifier, par sondages ou au moyen d'autres méthodes de sélection, les éléments justifiant des montants et informations figurant dans les comptes consolidés. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis, les estimations significatives retenues et la présentation d'ensemble des comptes. Nous estimons que les éléments que nous avons collectés sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion.

Nous certifions que les comptes consolidés de l'exercice sont, au regard du référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière, ainsi que du résultat de l'ensemble constitué par les personnes et entités comprises dans la consolidation.

II. Justification des appréciations

En application des dispositions de l'article L. 823-9 du Code de commerce relatives à la justification de nos appréciations, nous portons à votre connaissance les éléments suivants :

- Les marques, enseignes et écarts d'acquisition font l'objet de tests de perte de valeur réalisés selon la méthode décrite dans la Note 1.14 de l'annexe. Dans ce cadre, nous avons apprécié le bien-fondé de la méthodologie mise en œuvre basée sur un ensemble d'estimations et examiné les données et les hypothèses utilisées par le Groupe pour réaliser ces évaluations.
- Nous avons vérifié que la Note 1.12 de l'annexe donne une information appropriée sur le traitement comptable des engagements d'achats de titres de minoritaires qui ne fait pas l'objet de dispositions spécifiques dans le référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne.

Les appréciations ainsi portées s'inscrivent dans le cadre de notre démarche d'audit des comptes consolidés, pris dans leur ensemble, et ont donc contribué à la formation de notre opinion exprimée dans la première partie de ce rapport.

III. Vérification spécifique

Nous avons également procédé, conformément aux normes d'exercice professionnel applicables en France, à la vérification spécifique prévue par la loi des informations données dans le rapport sur la gestion du Groupe.

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

Neuilly-sur-Seine et Paris-La Défense, le 12 février 2016

Les Commissaires aux comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS

Thierry Benoit Guillaume Troussicot

ERNST & YOUNG et Autres

Jeanne Boillet Gilles Cohen

ÉTATS FINANCIERS

Comptes de la société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton

COMPTE DE RÉSULTAT	192
BILAN	193
TABLEAU DE VARIATION DE TRÉSORERIE	194
ANNEXE AUX COMPTES DE LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY - LOUIS VUITTON	195
INVENTAIRE DU PORTEFEUILLE	213
FILIALES ET PARTICIPATIONS	214
RÉSULTAT DES CINQ DERNIERS EXERCICES	215
RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES ANNUELS	216
RAPPORT SPÉCIAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES CONVENTIONS ET ENGAGEMENTS RÉGLEMENTÉS	218

COMPTE DE RÉSULTAT

Produits/(Charges) <i>(en millions d'euros)</i>	Notes	2015	2014
Produits financiers de filiales et participations		6 604,6	7 359,1
Titres en portefeuille : dépréciations et provisions		(17,2)	(55,9)
résultats de cession		-	727,8
Gestion des filiales et participations	4.1	6 587,4	8 031,0
Coût de la dette financière nette	4.2	(59,9)	(89,5)
Résultat de change	4.3	(377,7)	(236,7)
Autres produits et charges financiers	4.4	5,7	(5,5)
RÉSULTAT FINANCIER	4	6 155,5	7 699,3
Prestations de services et autres revenus	5	238,1	224,4
Frais de personnel	6	(97,0)	(92,9)
Autres charges nettes de gestion	7	(286,4)	(270,8)
RÉSULTAT D'EXPLOITATION		(145,3)	(139,3)
RÉSULTAT COURANT AVANT IMPÔT		6 010,2	7 560,0
RÉSULTAT EXCEPTIONNEL	8	-	-
Impôt sur les sociétés	9	9,6	(399,5)
RÉSULTAT NET		6 019,8	7 160,5

BILAN

ACTIF <i>(en millions d'euros)</i>	Notes			2015	2014
		Brut	Amortissements et dépréciations	Net	Net
Immobilisations incorporelles		8,2	(3,5)	4,7	5,6
Terres à vignes		45,1	-	45,1	45,1
Autres immobilisations corporelles		9,5	(1,4)	8,1	8,1
Immobilisations incorporelles et corporelles	10	62,8	(4,9)	57,9	58,8
Participations	11	19 734,0	(1 381,6)	18 352,4	18 369,6
Actions LVMH	12	139,9	-	139,9	259,0
Autres immobilisations financières		0,7	-	0,7	0,8
Immobilisations financières		19 874,6	(1 381,6)	18 493,0	18 629,4
ACTIF IMMOBILISÉ		19 937,4	(1 386,5)	18 550,9	18 688,2
Créances	14	3 530,1	-	3 530,1	492,4
Actions LVMH	12	100,6	(0,3)	100,3	114,3
Valeurs mobilières de placement	13	-	-	-	423,0
Disponibilités		30,6	-	30,6	32,9
ACTIF CIRCULANT		3 661,3	(0,3)	3 661,0	1 062,6
Comptes de régularisation	15	6,3	-	6,3	47,2
TOTAL ACTIF		23 605,0	(1 386,8)	22 218,2	19 798,0

PASSIF <i>(en millions d'euros)</i>	Notes	2015	2014
		Avant affectation	Avant affectation
Capital social (dont versé : 152,1)	16.1	152,1	152,3
Primes d'émission, de fusion et d'apport	16.2	2 579,2	2 655,3
Réserves et écarts de réévaluation	17	388,1	388,1
Report à nouveau		5 553,9	-
Acompte sur dividendes		(678,8)	(627,2)
Résultat de l'exercice		6 019,8	7 160,5
Provisions réglementées		0,1	0,1
CAPITAUX PROPRES	16.2	14 014,4	9 729,1
PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES	18	580,9	1 124,4
Emprunts obligataires	19	4 882,8	5 663,2
Autres dettes financières	19	2 338,2	2 597,8
Autres dettes	20	401,8	683,4
AUTRES PASSIFS		7 622,8	8 944,4
Comptes de régularisation	21	0,1	0,1
TOTAL PASSIF		22 218,2	19 798,0

TABLEAU DE VARIATION DE TRÉSORERIE

(en millions d'euros)	2015	2014
EXPLOITATION		
Résultat net	6 019,8	7 160,5
Dépréciation et amortissement des actifs immobilisés	14,1	57,2
Variation des autres provisions	(543,5)	338,4
Plus ou moins-values de cessions d'actifs	16,6	(701,2)
CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT	5 507,0	6 854,9
Variation des comptes courants intra-Groupe	(3 164,3)	(2,9)
Variation des autres créances et dettes	171,3	85,9
VARIATION DE LA TRÉSORERIE ISSUE DES OPÉRATIONS D'EXPLOITATION	2 514,0	6 937,9
INVESTISSEMENT		
Acquisition d'immobilisations incorporelles et corporelles	(0,6)	(1,1)
Acquisition de titres de participation	-	-
Cession de titres de participation et opérations assimilées	-	892,4
Souscription aux augmentations de capital de filiales	-	-
VARIATION DE LA TRÉSORERIE ISSUE DES OPÉRATIONS D'INVESTISSEMENT	(0,6)	891,3
FINANCEMENT		
Augmentation de capital	34,8	59,5
Acquisitions et cessions d'actions LVMH	1,5	0,5
Dividendes et acomptes versés dans l'exercice	(1 670,5)	(1 618,9)
Émission ou souscription de dettes financières	-	1 740,7
Remboursement de dettes financières	(943,7)	(1 152,0)
(Acquisition)/Cession de valeurs mobilières de placement cotées	62,2	(6 855,0)
VARIATION DE LA TRÉSORERIE ISSUE DES OPÉRATIONS DE FINANCEMENT	(2 515,7)	(7 825,2)
VARIATION NETTE DE LA TRÉSORERIE	(2,3)	4,0
TRÉSORERIE À L'OUVERTURE DE L'EXERCICE	32,9	28,9
TRÉSORERIE À LA CLÔTURE DE L'EXERCICE	30,6	32,9

ANNEXE AUX COMPTES DE LA SOCIÉTÉ LVMH MOËT HENNESSY-LOUIS VUITTON

1.	ACTIVITÉ DE LA SOCIÉTÉ ET FAITS SIGNIFICATIFS DE L'EXERCICE	196
2.	PRINCIPES, RÈGLES ET MÉTHODES COMPTABLES	196
3.	FAITS SIGNIFICATIFS ET ÉVÉNEMENTS POST-CLÔTURE	198
4.	RÉSULTAT FINANCIER	199
5.	PRESTATIONS DE SERVICES ET AUTRES REVENUS	200
6.	FRAIS DE PERSONNEL	200
7.	AUTRES CHARGES NETTES DE GESTION	201
8.	RÉSULTAT EXCEPTIONNEL	201
9.	IMPÔT SUR LES SOCIÉTÉS	201
10.	IMMOBILISATIONS INCORPORELLES ET CORPORELLES	202
11.	PARTICIPATIONS	202
12.	ACTIONS LVMH ET ASSIMILÉS	203
13.	VALEURS MOBILIÈRES DE PLACEMENT	205
14.	CRÉANCES	205
15.	COMPTES DE RÉGULARISATION ACTIF	205
16.	CAPITAL ET PRIMES	206
17.	RÉSERVES ET ÉCARTS DE RÉÉVALUATION	207
18.	VARIATION DES DÉPRÉCIATIONS ET DES PROVISIONS	207
19.	DETTE FINANCIÈRE BRUTE	208
20.	AUTRES DETTES	210
21.	COMPTES DE RÉGULARISATION PASSIF	210
22.	EXPOSITION AUX RISQUES DE MARCHÉ	210
23.	AUTRES INFORMATIONS	211

1. ACTIVITÉ DE LA SOCIÉTÉ ET FAITS SIGNIFICATIFS DE L'EXERCICE

1.1. Activité de la Société

Hormis les activités de portefeuille liées à son statut de société holding, la société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SE (« LVMH », « la Société ») assure la direction et la coordination des activités opérationnelles de l'ensemble de ses filiales, et apporte à celles-ci diverses prestations d'assistance qui leur sont

facturées, en particulier en matière juridique, financière, fiscale, ou dans le domaine des assurances.

1.2. Faits significatifs de l'exercice

Néant.

2. PRINCIPES, RÈGLES ET MÉTHODES COMPTABLES

2.1. Cadre général, changement de méthodes comptables

Le bilan et le compte de résultat de LVMH sont établis conformément aux dispositions légales françaises, en particulier le règlement 2014-03 de l'Autorité des Normes Comptables, sous réserve de la présentation du compte de résultat, modifiée en 2011.

Le résultat est présenté de manière à distinguer les deux activités de la société : l'activité patrimoniale, liée à la détention de participations, et l'activité de direction et coordination de l'ensemble des entités constituant le groupe LVMH, comme décrit en Note 1.1.

Cette présentation du compte de résultat inclut trois soldes intermédiaires : le résultat financier, le résultat d'exploitation et le résultat exceptionnel ; résultat financier et résultat d'exploitation cumulés forment le résultat courant avant impôt.

Le résultat financier comprend le résultat de gestion des filiales et participations, le coût de la dette financière qui est liée en substance à la détention de ces participations, ainsi que les autres éléments résultant de la gestion des filiales ou de la dette, en particulier les résultats de change ou sur instruments de couverture. Le résultat de gestion des filiales et participations comprend tous les éléments de gestion du portefeuille : dividendes, variation des dépréciations de titres, variation des provisions pour risques et charges liées au portefeuille, résultats de cession de titres.

Le résultat d'exploitation inclut les frais de gestion de la société et les frais de direction et coordination opérationnelle du Groupe, frais de personnel ou autres frais de gestion, sous déduction du montant refacturé aux filiales concernées, soit par facturation de prestations d'assistance de gestion, soit par refacturation des frais qui ont été pris en charge pour compte.

Les résultats financier et d'exploitation incluent les éléments dont la nature relève de la gestion financière de la société, ou de l'exploitation administrative, quel que soit leur montant ou leur occurrence. Le résultat exceptionnel englobe ainsi les seules opérations qui, du fait de leur nature, ne peuvent être comprises dans les résultats financier ou d'exploitation.

2.2. Immobilisations incorporelles et corporelles

Les immobilisations incorporelles et corporelles sont enregistrées à leur coût d'acquisition (prix d'achat et frais accessoires, hors frais d'acquisition) ou à leur valeur d'apport, à l'exception des immobilisations corporelles acquises avant le 31 décembre 1976 qui ont été réévaluées en 1978 (réévaluation légale de 1976).

Les immobilisations incorporelles sont constituées de droits au bail amortis sur la durée des baux et de coûts de développement informatique amortis sur 3 ans.

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

- véhicules	4 ans
- mobilier et agencements	5 à 15 ans

Les terres à vignes ne font pas l'objet d'amortissements.

2.3. Immobilisations financières

Les immobilisations financières hors créances, prêts et dépôts, sont enregistrées à leur coût d'acquisition (hors frais accessoires) ou à leur valeur d'apport.

Lorsque leur valeur d'inventaire à la date de clôture est inférieure à la valeur comptabilisée, une dépréciation est enregistrée, du montant de cette différence. S'agissant des participations, leur valeur d'inventaire est déterminée par référence à leur valeur d'utilité ou à leur valeur de cession. La valeur d'utilité est fondée sur les flux de trésorerie prévisionnels de ces entités ; la valeur de cession est calculée à partir de ratios ou cours boursiers d'entreprises similaires, à partir d'évaluations faites par des experts indépendants dans une perspective de cession, ou par référence à des transactions récentes.

Les variations du montant des dépréciations du portefeuille de titres de participation sont classées en Gestion des filiales et participations.

Les titres de participation en portefeuille au 31 décembre 1976 ont été réévalués en 1978 (réévaluation légale de 1976).

2.4. Créances

Les créances sont comptabilisées à leur valeur nominale. Lorsque leur valeur d'inventaire, basée sur la probabilité de leur recouvrement, est inférieure à cette dernière, une dépréciation est enregistrée du montant de la différence.

2.5. Valeurs mobilières de placement

Les valeurs mobilières de placement, y compris les produits monétaires de capitalisation, sont enregistrées à leur coût d'acquisition (hors frais de transaction); lorsque leur valeur de marché est inférieure au coût d'acquisition, une dépréciation est enregistrée en Résultat financier, du montant de cette différence.

La valeur de marché des valeurs mobilières de placement est déterminée, pour les titres cotés, par référence à la moyenne des cours de bourse du dernier mois de l'exercice, convertie le cas échéant aux taux de change de clôture; pour les titres non cotés, par référence à leur valeur de réalisation estimée.

Ce calcul s'effectue par ligne de titres, sans compensation entre les plus et moins-values constatées.

En cas de cession partielle d'une ligne de titres, la détermination du résultat de cession s'effectue selon la méthode « Premier entré-premier sorti » (FIFO).

2.6. Actions LVMH et instruments dénouables en actions LVMH ; plans d'options et d'attribution d'actions gratuites

2.6.1. Actions LVMH

Les actions LVMH acquises dans le cadre des programmes de rachat ou dans le cadre du contrat de liquidité figurent en valeurs mobilières de placement. Les actions détenues dans la perspective d'une détention de longue durée, en vue d'une annulation ou d'un échange, sont comptabilisées en Immobilisations financières.

Les actions détenues dans le cadre de plans d'options d'achat et d'attribution d'actions gratuites sont affectées à ces plans.

Les actions LVMH sont comptabilisées, à la date de livraison, à leur prix d'acquisition hors frais de transaction.

Lors de la cession, le prix de revient des actions cédées est établi par catégorie d'affectation selon la méthode « Premier entré-premier sorti » (FIFO), à l'exception des actions détenues dans le cadre des plans d'options d'achat, pour lesquels le calcul est effectué plan par plan, selon la méthode du prix moyen pondéré.

2.6.2. Dépréciation des actions LVMH

Lorsque la valeur de marché des actions LVMH classées en valeurs mobilières de placement, calculée comme défini au 2.5 ci-dessus, devient inférieure à leur prix d'acquisition, une dépréciation est enregistrée en Résultat financier en Autres produits et charges financiers, du montant de cette différence.

En ce qui concerne les actions LVMH affectées aux plans d'options d'achat :

- s'il s'agit d'un plan non exerçable (valeur de marché de l'action LVMH inférieure au prix d'exercice de l'option), le calcul de la dépréciation, enregistrée en Résultat d'exploitation en Frais de personnel, est effectué par rapport au prix moyen d'ensemble des plans non exerçables concernés ;
- s'il s'agit d'un plan exerçable (valeur de marché de l'action LVMH supérieure au prix d'exercice de l'option), une provision pour charges est enregistrée et calculée comme décrit en Note 2.6.3 ci-dessous.

Les actions LVMH affectées aux plans d'attribution d'actions gratuites et les actions classées en Immobilisations financières ne font pas l'objet de dépréciation.

2.6.3. Charge relative aux plans d'options et d'attribution d'actions gratuites portant sur des actions LVMH

La charge relative aux plans d'options et d'attribution d'actions gratuites portant sur des actions LVMH est répartie de manière linéaire sur la période d'acquisition des droits. Elle est comptabilisée au compte de résultat dans la rubrique Frais de personnel, en contrepartie d'une provision pour charges au bilan.

La charge relative aux plans d'options d'achat et d'attribution d'actions gratuites portant sur des actions LVMH correspond :

- pour les plans d'options d'achat, à la différence entre la valeur en portefeuille des actions affectées à ces plans et le prix d'exercice correspondant s'il est inférieur ;
- pour les plans d'attribution d'actions gratuites, à la valeur en portefeuille des actions affectées à ces plans.

Les plans d'options de souscription d'actions ne donnent pas lieu à comptabilisation d'une charge.

2.6.4. Instruments dénouables en actions LVMH

Dans le cadre des plans d'options d'achat, et comme alternative à la détention d'actions affectées à ces plans, LVMH peut acquérir des instruments dénouables en actions. Ces instruments consistent en options d'achat d'actions LVMH (« calls ») souscrites lors de la mise en place du plan, ou postérieurement à cette date jusqu'au terme de la période d'acquisition des droits par les bénéficiaires. Les primes payées au titre de ces options sont comptabilisées à l'actif du bilan en Autres créances. Ces primes donnent lieu à enregistrement d'une dépréciation en Résultat financier, dans la rubrique Autres produits et charges financiers; cette dépréciation est établie selon les mêmes règles que celles définies ci-dessus pour les actions LVMH affectées aux plans d'options, la valeur de l'action LVMH en portefeuille étant remplacée dans ce cadre par le montant de la prime payée majoré du prix d'exercice de l'option d'achat (« calls »).

2.7. Produits financiers de participations

Les distributions des filiales et participations, ainsi que les quotes-parts de résultats de filiales sociétés de personnes faisant l'objet d'une clause statutaire d'attribution aux associés, sont enregistrées lorsque celles-ci sont considérées acquises aux actionnaires ou associés.

2.8. Opérations en devises

Les opérations en devises sont enregistrées aux cours des devises à la date des transactions.

Les dettes et créances en devises sont réévaluées aux cours du 31 décembre. Les gains et pertes non réalisés résultant de cette réévaluation sont portés en écart de conversion lorsque les dettes et créances ne sont pas couvertes. Lorsqu'elles le sont, les gains et pertes non réalisés résultant de cette réévaluation sont portés en résultat.

Les pertes de change non réalisées au 31 décembre font l'objet de provisions, excepté pour les pertes compensées par des gains potentiels dans une même devise.

Les écarts de change constatés en fin d'exercice sur des disponibilités en devises sont enregistrés dans le compte de résultat.

2.9. Instruments dérivés

Les pertes et gains provenant d'instruments dérivés sont comptabilisés en Résultat financier, en Résultat de change s'il s'agit de dérivés de change, et en Autres produits et charges financiers s'il s'agit d'instruments de taux.

Les dérivés de change sont réévalués au cours du jour de clôture :

- lorsque ces dérivés sont qualifiés de couverture, les gains ou pertes non réalisés résultant de cette réévaluation sont :
 - enregistrés en résultat en compensation des pertes et gains non réalisés sur les actifs et passifs couverts par ces instruments,
 - différés si ces instruments ont été affectés à des opérations futures ;

- lorsque ces dérivés ne sont pas qualifiés de couverture :
 - les gains non réalisés résultant de leur réévaluation au cours de clôture sont différés, seuls les gains réalisés de façon définitive à l'échéance de l'instrument étant enregistrés en Résultat financier,
 - les pertes non réalisées donnent lieu à constitution d'une provision pour charge à due concurrence.

Les dérivés de taux qui sont qualifiés de couverture sont enregistrés *pro rata temporis* sur la durée des contrats, sans effet sur la valeur nominale de la dette financière dont le taux est couvert.

Les dérivés de taux qui ne sont pas qualifiés de couverture sont réévalués à leur valeur de marché à la date de clôture. Les gains non réalisés résultant de cette réévaluation sont différés ; les pertes non réalisées donnent lieu à constitution d'une provision pour charge à due concurrence.

2.10. Primes d'émission des emprunts

Les primes d'émission des emprunts obligataires sont amorties sur la durée de l'emprunt. Les frais d'émission sont enregistrés en charge lors de l'émission.

2.11. Provisions

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

2.12. Impôt sur les sociétés : convention d'intégration fiscale

LVMH est société mère d'un groupe fiscal constitué avec la plupart de ses filiales françaises (Art. 223 A et suivants du CGI). La convention d'intégration ne modifie pas, le plus souvent, la charge d'impôt ou le droit au bénéfice des reports déficitaires des filiales concernées ; leur situation fiscale vis-à-vis de LVMH reste en effet identique à celle qui résulterait d'une imposition séparée, tant que ces filiales sont membres du groupe fiscal. L'économie ou la charge complémentaire d'impôt, du montant de la différence entre la somme de l'impôt comptabilisé par chacune des sociétés intégrées et l'impôt résultant de la détermination du résultat imposable d'ensemble, est enregistrée par LVMH.

3. FAITS SIGNIFICATIFS ET ÉVÉNEMENTS POST-CLÔTURE

À la date d'arrêt des comptes, le 2 février 2016, aucun événement significatif postérieur à la clôture n'est intervenu.

4. RÉSULTAT FINANCIER

4.1. Gestion des filiales et participations

Le résultat provenant de la gestion des filiales et participations s'analyse de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2015	2014
Dividendes perçus de sociétés françaises	5 388,2	6 968,9
Dividendes perçus de sociétés étrangères et assimilés	899,2	80,1
Quote-part de résultats de sociétés françaises « transparentes »	317,2	310,1
Produits financiers de filiales et participations	6 604,6	7 359,1
Variation des dépréciations	(17,2)	(55,9)
Variation des provisions pour risques et charges	-	-
Dépréciations et provisions au titre des filiales et participations	(17,2)	(55,9)
Résultats de cession	-	727,8
Gestion des filiales et participations	6 587,4	8 031,0

La variation des produits financiers perçus des filiales et participations françaises provient essentiellement de la diminution des dividendes versés par LV Group SA pour 2 125 millions d'euros et de l'augmentation des dividendes versés par Sofidiv SAS pour 559 millions d'euros.

Concernant la variation des dépréciations et provisions, voir également Note 18.

4.2. Coût de la dette financière nette

Le coût de la dette financière nette, y compris effet des instruments de couverture de taux, s'analyse de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2015	2014
Intérêts et primes sur emprunts obligataires	(51,9)	(73,9)
Intérêts sur autres emprunts	-	(1,6)
Revenus et produits financiers	6,6	6,9
Coût de la dette financière nette hors Groupe	(45,3)	(68,6)
Charge d'intérêts intra-Groupe	(14,6)	(21,2)
Produit d'intérêts intra-Groupe	-	0,3
Coût de la dette financière nette intra-Groupe	(14,6)	(20,9)
Coût de la dette financière nette	(59,9)	(89,5)

4.3. Résultat de change

Le résultat de change est constitué des éléments suivants :

<i>(en millions d'euros)</i>	2015	2014
Différences positives de change	354,0	73,4
Différences négatives de change	(791,0)	(228,1)
Variation des provisions pour pertes de change latentes	59,3	(82,0)
Résultat de change	(377,7)	(236,7)

Sur la variation des provisions, voir également Note 18.

Le résultat de change est constitué des pertes et gains générés par les encours d'emprunts en devises ainsi que par les instruments dérivés de change souscrits dans le cadre des opérations décrites en Notes 19.4 et 22 (couvertures d'actifs nets des filiales en devises).

4.4. Autres produits et charges financiers

Le montant des autres produits et charges financiers s'analyse de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2015	2014
Résultat sur actions et calls sur actions LVMH	2,6	0,6
Autres produits financiers	13,2	3,4
Autres charges financières	(10,4)	(9,0)
Variation des provisions	0,3	(0,5)
Autres produits et charges financiers	5,7	(5,5)

Sur la variation des provisions, voir également Note 18.

5. PRESTATIONS DE SERVICES ET AUTRES REVENUS

Les prestations de services et autres revenus se décomposent de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2015	2014
Prestations de services	140,7	138,2
Refacturations	90,3	79,2
Revenus fonciers	7,1	7,0
Total	238,1	224,4

L'ensemble des prestations de services et autres revenus concerne des sociétés liées :

- les prestations de services consistent en des prestations d'assistance, voir également Note 1.1 ;

- les refacturations portent sur des rémunérations et frais engagés par LVMH pour compte ;

- les revenus fonciers proviennent de la location de terres à vignes champenoises dont LVMH a la propriété.

6. FRAIS DE PERSONNEL

Les frais de personnel incluent en 2015 les rémunérations brutes et charges patronales, les avantages post-emploi, les autres avantages à long terme et le coût des plans d'options et assimilés, voir également Note 12.3.2.

6.1. Rémunérations brutes

Compte tenu de la nature de l'activité de la société, telle que décrite en Note 1.1 Activité de la Société, une part importante de ces rémunérations est refacturée aux sociétés du Groupe dans le cadre de prestations d'assistance de gestion.

La rémunération brute globale des mandataires sociaux et membres du Comité exécutif de la Société, pour l'exercice 2015, s'élève à 30 millions d'euros, dont 1 million d'euros au titre de jetons de présence.

6.2. Engagements en matière d'avantages post-emploi : pensions complémentaires de retraite et indemnités de départ en retraite

Ces engagements concernent principalement les membres du Comité exécutif qui bénéficient, après une certaine ancienneté dans leurs fonctions, d'un régime de retraite complémentaire dont le montant est fonction de la moyenne des trois rémunérations annuelles les plus élevées.

Au 31 décembre 2015, l'engagement non comptabilisé, net des actifs financiers venant en couverture, déterminé selon les mêmes

principes que ceux utilisés pour les comptes consolidés du groupe LVMH, est de 69,9 millions d'euros.

Le taux d'actualisation retenu dans l'estimation de cet engagement est de 2,00 %.

Les versements effectués en couverture de cet engagement, soit 2,3 millions d'euros en 2015 (2,3 millions d'euros en 2014), sont comptabilisés dans la rubrique Frais de personnel.

6.3. Effectif moyen

L'effectif moyen de la Société pour 2015 est de 19 personnes (2014 : 18 ; 2013 : 19).

7. AUTRES CHARGES NETTES DE GESTION

Les charges de gestion sont constituées notamment d'honoraires, frais de communication, primes d'assurances et loyers.

Compte tenu de la nature de l'activité de la Société telle que décrite en Note 1.1 Activité de la Société, une part importante des autres charges de gestion est refacturée aux sociétés du Groupe, soit dans le cadre de prestations d'assistance de gestion, soit dans le cadre de refacturations de frais engagés pour compte.

En outre, lors de la prise de participation de Diageo dans le groupe Moët Hennessy en 1994, a été établie une convention

entre Diageo et LVMH ayant pour objet la répartition des frais communs de holding entre Moët Hennessy SNC et les autres holdings du groupe LVMH. En application de cette convention, la quote-part des frais communs revenant à la société LVMH a donné lieu à facturation par Moët Hennessy à LVMH d'un montant de 131 millions d'euros.

Le montant des impôts, taxes et versements assimilés comptabilisé dans les autres charges de gestion s'élève à 3,6 millions d'euros sur l'exercice 2015 (3,5 millions d'euros en 2014).

8. RÉSULTAT EXCEPTIONNEL

Néant.

9. IMPÔT SUR LES SOCIÉTÉS

9.1. Ventilation de l'impôt

L'impôt sur les sociétés se ventile de la façon suivante :

(en millions d'euros)	Résultat avant impôt	(Charge)/ Produit d'impôt	Résultat net
Résultat courant	6 010,2	(103,4)	5 906,8
Résultat exceptionnel	-	-	-
	6 010,2	(103,4)	5 906,8
Impôt sur exercices antérieurs ^[a]	-	27,6	27,6
Provisions pour risques généraux	-	(39,5)	(39,5)
Incidence de l'intégration fiscale	-	124,9	124,9
	6 010,2	9,6	6 019,8

[a] Net des reprises de provisions afférentes.

Le montant d'impôt de l'exercice inclut, pour l'ensemble du groupe fiscal, une charge de 69 millions d'euros au titre de la contribution exceptionnelle 2015 de 10,7 %, ainsi qu'un montant de 50 millions d'euros correspondant à la taxe de 3 % sur les dividendes versés en 2015.

Concernant les provisions pour risques généraux, voir également Note 18.

9.2. Convention d'intégration fiscale

Au 31 décembre 2015, dans le cadre de la convention d'intégration fiscale, le montant des déficits fiscaux restituables par LVMH aux filiales intégrées s'élève à 3 709 millions d'euros.

9.3. Imposition différée

Le solde d'impôts différés provenant de différences temporaires d'imposition s'élève au 31 décembre 2015 à un montant net débiteur de 14 millions d'euros, dont 2,9 millions d'euros au titre de différences temporaires devant se dénouer en 2016.

10. IMMOBILISATIONS INCORPORELLES ET CORPORELLES

<i>(en millions d'euros)</i>		2015
Valeur nette des immobilisations au 31 décembre 2014		58,8
Investissements		0,6
Cessions et mises hors service		-
Variation nette des amortissements		(1,5)
Valeur nette des immobilisations au 31 décembre 2015		57,9

11. PARTICIPATIONS

<i>(en millions d'euros)</i>	2015	2014
Valeur brute du portefeuille de participations	19 734,0	19 734,0
Dépréciations	(1 381,6)	(1 364,4)
Valeur nette du portefeuille de participations	18 352,4	18 369,6

Le portefeuille de participations est détaillé dans le tableau des filiales et participations et l'inventaire du portefeuille.

Les méthodes de dépréciation des titres de participation sont décrites en Note 2.3. Le plus souvent, la dépréciation est calculée par référence à la valeur d'utilité de la participation concernée,

qui est fondée sur les flux de trésorerie prévisionnels générés par cette entité.

L'évolution de la dépréciation du portefeuille est analysée en Note 18.

12. ACTIONS LVMH ET ASSIMILÉS

12.1. Actions LVMH

La valeur du portefeuille au 31 décembre 2015, répartie en fonction de l'affectation des titres détenus, s'analyse de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2015			2014
	Valeur brute	Dépréciations	Valeur nette	Valeur nette
Plans d'options de souscription	139,9	-	139,9	156,5
Plans futurs	-	-	-	7,6
En voie d'annulation	-	-	-	94,9
Titres immobilisés	139,9	-	139,9	259,0
Plans d'attribution d'actions gratuites	86,3	-	86,3	102,1
Plans futurs	-	-	-	-
Contrat de liquidité	14,3	[0,3]	14,0	12,2
Valeurs mobilières de placement	100,6	[0,3]	100,3	114,3

Au cours de l'exercice, les mouvements de portefeuille ont été les suivants :

Titres immobilisés (en millions d'euros)	Plans d'options de souscription		Plans futurs		En voie d'annulation		Total	
	Nombre	Valeur brute	Nombre	Valeur brute	Nombre	Valeur brute	Nombre	Valeur brute
Au 1 ^{er} janvier 2015	3 426 161	156,5	148 016	7,6	689 566	94,9	4 263 743	259,0
Achats	-	-	-	-	-	-	-	-
Transferts	(11 026)	[0,4]	(148 016)	[7,6]	-	-	(159 042)	[8,0]
Annulations	(435 174)	[16,2]	-	-	(689 566)	[94,9]	(1 124 740)	[111,1]
Au 31 décembre 2015	2 979 961	139,9	-	-	-	-	2 979 961	139,9

Valeurs mobilières de placement (en millions d'euros)	Autres plans		Contrat de liquidité		Total	
	Nombre	Valeur brute	Nombre	Valeur brute	Nombre	Valeur brute
Au 1 ^{er} janvier 2015	1 492 627	102,1	95 000	12,6	1 587 627	114,7
Achats	-	-	1 799 806	281,5	1 799 806	281,5
Cessions	-	-	(1 799 806)	[279,8]	(1 799 806)	[279,8]
Transferts	159 042	8,0	-	-	159 042	8,0
Levées d'options	-	-	-	-	-	-
Attribution d'actions gratuites	(386 709)	[23,8]	-	-	(386 709)	[23,8]
Au 31 décembre 2015	1 264 960	86,3	95 000	14,3	1 359 960	100,6

Dans le cadre du contrat de liquidité, les plus-values nettes de cession au cours de l'exercice ont été de 2,6 millions d'euros et les actions détenues au 31 décembre 2015 représentent, au cours de bourse à cette date, une valeur de 14 millions d'euros.

12.2. Instruments dérivés sur actions LVMH

Néant.

12.3. Plans d'options et assimilés

12.3.1. Caractéristiques des plans

Plans d'options d'achat et plans d'options de souscription

L'Assemblée générale du 16 avril 2015 a renouvelé l'autorisation accordée au Conseil d'administration, pour une période de vingt-six mois expirant en juin 2017, de consentir, en une ou plusieurs fois, au bénéfice des membres du personnel ou dirigeants des sociétés du Groupe, des options de souscription ou d'achat d'actions dans la limite de 1 % du capital de la Société.

Chaque plan a une durée de dix ans et les options sont exerçables après un délai de quatre ans.

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

Plans d'attribution d'actions gratuites

L'Assemblée générale du 16 avril 2015 a renouvelé l'autorisation accordée au Conseil d'administration, pour une période de vingt-six mois expirant en juin 2017, de procéder, en une ou plusieurs fois, au bénéfice des membres du personnel ou des dirigeants des sociétés du Groupe, à des attributions d'actions gratuites existantes ou à émettre dans la limite de 1 % du capital de la Société au jour de cette autorisation.

L'attribution des actions gratuites aux bénéficiaires ayant leur résidence fiscale en France devient définitive au terme d'une période d'acquisition de trois ans, au-delà de laquelle les bénéficiaires doivent conserver les actions attribuées pendant une durée complémentaire de deux ans.

12.3.2. Évolution des plans d'options et assimilés

Les droits attribués dans le cadre des différents plans portant sur des actions LVMH ont évolué comme suit au cours de l'exercice :

(nombre)	Plans d'options de souscription	Attribution d'actions gratuites
Droits non exercés au 1 ^{er} janvier 2015	3 384 313	1 492 627
Attributions provisoires de la période	-	388 794
Options/attributions devenues caduques en 2015	(11 026)	(38 644)
Options exercées/attributions devenues définitives en 2015	(552 137)	(386 709)
Droits non exercés au 31 décembre 2015	2 821 150	1 456 068

Les attributions devenues définitives proviennent d'actions antérieurement détenues.

Le montant comptabilisé en 2015, en Frais de personnel, au titre des plans d'options et assimilés, est une charge de 27,7 millions d'euros (2014 : charge de 29,7 millions d'euros, 2013 : charge de 12,6 millions d'euros).

Les actions gratuites attribuées aux bénéficiaires ayant leur résidence fiscale hors de France sont définitivement attribuées et librement cessibles à l'issue d'un délai de quatre ans.

Conditions de performance

Le plan d'options de souscription d'actions du 14 mai 2009 et certains plans d'attribution d'actions gratuites sont assortis de conditions de performance, dont la réalisation est nécessaire à l'obtention définitive du bénéfice de ces plans. Pour les plans mis en place entre 2009 et 2013, les actions/options de performance ne sont attribuées définitivement que si les comptes consolidés de LVMH pour l'exercice au cours duquel le plan est mis en place (exercice « N ») et l'exercice N+1 affichent une variation positive par rapport à l'exercice N-1 de l'un ou l'autre des indicateurs suivants : résultat opérationnel courant, trésorerie issue des opérations et investissements d'exploitation, taux de marge opérationnelle courante du Groupe. Pour les plans du 23 octobre 2014 et du 16 avril 2015, les actions de performance ne seront attribuées définitivement que si les comptes consolidés de LVMH pour l'exercice 2015 affichent une variation positive par rapport à l'exercice 2014 de l'un ou l'autre des indicateurs mentionnés ci-dessus. Cette condition a été satisfaite. Pour le plan mis en place le 22 octobre 2015, les actions de performance ne seront définitivement attribuées que si les comptes consolidés de LVMH pour les exercices 2016 et 2017 affichent une variation positive par rapport à l'exercice 2015 de l'un ou l'autre des indicateurs mentionnés ci-dessus.

Les valeurs ayant servi d'assiette au calcul de la contribution sociale de 30 % sont respectivement de 157,41 euros et de 144,11 euros par action attribuée pour les plans d'avril et d'octobre 2015.

13. VALEURS MOBILIÈRES DE PLACEMENT

Au 31 décembre 2014, LVMH détenait une participation de 1 510 097 titres dans Hermès, d'un montant brut et net de 423 millions d'euros.

Conformément au protocole transactionnel conclu entre Hermès et LVMH le 2 septembre 2014, ces titres ont été livrés aux intermédiaires financiers ou cédés pour les actions non distribuées du fait de l'existence de droits formant rompus.

14. CRÉANCES

Le solde des autres créances s'analyse ainsi :

(en millions d'euros)	2015			2014
	Valeur brute	Dépréciations	Valeur nette	Valeur nette
Créances sur des entreprises liées	3 322,4	-	3 322,4	429,3
dont : compte courant financier	2 906,8	-	2 906,8	2,1
quote-part de résultat de filiales transparentes à recevoir	317,2	-	317,2	310,2
comptes courants d'intégration fiscale	68,8	-	68,8	91,3
Créances sur l'État	37,3	-	37,3	30,4
Autres créances	170,4	-	170,4	32,7
dont : réévaluation de change sur dérivés de couverture	148,4	-	148,4	9,7
soulte sur swap à recevoir	14,4	-	14,4	19,2
Total	3 530,1	-	3 530,1	492,4

L'échéance de l'ensemble des autres créances est inférieure à un an, à l'exception d'une partie de la soulte sur swap.

15. COMPTES DE RÉGULARISATION ACTIF

Le solde des comptes de régularisation actif se décompose de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2015			2014
	Valeur brute	Dépréciations	Valeur nette	Valeur nette
Écarts de conversion actif	-	-	-	42,8
Primes de remboursement des obligations	5,0	-	5,0	3,9
Charges constatées d'avance	1,3	-	1,3	0,5
Total	6,3	-	6,3	47,2

Les écarts de conversion actif proviennent principalement de la réévaluation des emprunts obligataires en devises.

16. CAPITAL ET PRIMES

16.1. Capital

Le capital social, entièrement libéré, est constitué de 507 139 110 actions au nominal de 0,30 euro.

Toutes les actions composant le capital ont les mêmes droits, à l'exception des actions conservées sous forme nominative depuis plus de trois ans dont les détenteurs bénéficient d'un droit de vote double.

Les actions détenues par LVMH ne bénéficient ni du droit de vote, ni du droit au dividende.

Au cours de l'exercice, 552 137 actions ont été émises du fait d'exercice d'options de souscription ; en outre 1 124 740 actions ont été annulées.

Au 31 décembre 2015, le capital se décompose ainsi :

	Nombre	%
Actions à droit de vote double	229 780 453	45,31
Actions à droit de vote simple	273 018 736	53,83
	502 799 189	99,14
Actions détenues par LVMH	4 339 921	0,86
Nombre total d'actions	507 139 110	100,00

16.2. Variation des capitaux propres

La variation des capitaux propres au cours de l'exercice s'analyse de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	Nombre d'actions	Capital	Primes	Autres réserves et provisions réglementées	Report à nouveau	Acompte sur dividendes	Résultat de l'exercice	Total capitaux propres
Au 31 décembre 2014								
avant affectation du résultat	507 711 713	152,3	2 655,3	388,2	-	(627,2)	7 160,5	9 729,1
Affectation du résultat 2014	-	-	-	-	7 160,5	-	(7 160,5)	-
Dividendes 2014	-	-	-	-	(1 624,6)	627,2	-	(997,4)
Effet des actions auto-détenues	-	-	-	-	18,0	-	-	18,0
Au 31 décembre 2014								
après affectation du résultat	507 711 713	152,3	2 655,3	388,2	5 553,9	-	-	8 749,7
Exercice d'options de souscription	552 137	0,1	34,6	-	-	-	-	34,7
Annulation d'actions	(1 124 740)	(0,3)	(110,7)	-	-	-	-	(111,0)
Acompte sur dividendes 2015	-	-	-	-	-	(684,7)	-	(684,7)
Effet des actions auto-détenues	-	-	-	-	-	5,9	-	5,9
Résultat de l'exercice 2015	-	-	-	-	-	-	6 019,8	6 019,8
Au 31 décembre 2015								
avant affectation du résultat	507 139 110	152,1	2 579,2	388,2	5 553,9	(678,8)	6 019,8	14 014,4

L'affectation du résultat de l'exercice 2014 résulte des résolutions de l'Assemblée générale mixte du 16 avril 2015.

17. RÉSERVES ET ÉCARTS DE RÉÉVALUATION

Les réserves s'analysent de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2015	2014
Réserve légale	15,3	15,3
Réserves réglementées	331,3	331,3
Écarts de réévaluation	41,5	41,5
Total	388,1	388,1

17.1. Réserves réglementées

Les Réserves réglementées sont constituées de la Réserve spéciale des plus-values à long terme et des réserves indisponibles de 2,2 millions d'euros résultant de la réduction de capital effectuée

concomitamment à la conversion du capital en euros. La Réserve spéciale des plus-values à long terme n'est distribuable qu'après prélèvement fiscal.

17.2. Écarts de réévaluation

Les « Écarts de réévaluation » proviennent des opérations réalisées en 1978 dans le cadre de la réévaluation légale de 1976.

Ils concernent les immobilisations non amortissables suivantes :

<i>(en millions d'euros)</i>	2015	2014
Terres à vignes	17,9	17,9
Titres de participation (Parfums Christian Dior)	23,6	23,6
Total	41,5	41,5

18. VARIATION DES DÉPRÉCIATIONS ET DES PROVISIONS

La variation des dépréciations d'actifs et des provisions s'analyse de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	31 décembre 2014	Dotations	Utilisations	Reprises	31 décembre 2015
Titres de participation	1 364,4	20,8	-	(3,6)	1 381,6
Actions LVMH	0,4	-	-	(0,1)	0,3
Autres actifs	4,5	-	(4,5)	-	-
Dépréciations d'actifs	1 369,3	20,8	(4,5)	(3,7)	1 381,9
Plans d'options et assimilés	18,7	8,7	(9,0)	-	18,4
Risques généraux	947,1	50,5	(530,9)	(11,9)	454,8
Pertes de change latentes	122,5	13,2	(72,5)	-	63,2
Autres charges	36,1	13,0	(2,7)	(1,9)	44,5
Provisions pour risques et charges	1 124,4	85,4	(615,1)	(13,8)	580,9
Total	2 493,7	106,2	(619,6)	(17,5)	1 962,8
dont : résultat financier		34,0	(72,5)	(4,0)	
résultat d'exploitation		21,8	(16,5)	(2,6)	
dont frais de personnel		21,7	(11,7)	(1,6)	
autres		50,4	(530,6)	(10,9)	
		106,2	(619,6)	(17,5)	

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

En particulier, la société peut faire l'objet de contrôles fiscaux et, le cas échéant, de demandes de rectification de la part de

l'administration fiscale française. Ces demandes de rectifications, ainsi que les positions fiscales incertaines identifiées non encore redressées, font l'objet de provisions appropriées dont le montant est revu régulièrement conformément aux critères de l'avis 2000-06 du CRC sur les passifs. L'évolution des provisions reflète notamment la résolution de certaines discussions avec des administrations fiscales, douanières ou autres, tant en France qu'à l'étranger.

Voir également Notes 4, 9, 11 et 12.

19. DETTE FINANCIÈRE BRUTE

La dette financière brute s'analyse de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2015	2014
Emprunts obligataires	4 882,8	5 663,2
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	0,1	-
Dettes financières intra-Groupe	2 338,1	2 597,8
Autres dettes financières	2 338,2	2 597,8
Dettes financières brute	7 221,0	8 261,0

19.1. Emprunts obligataires

Les emprunts obligataires sont constitués de la façon suivante :

	Taux d'intérêt facial	Swap vers taux variable	Prix d'émission ^(a) <i>(en % du nominal)</i>	Échéance	Nominal au 31 décembre 2015 <i>(en millions d'euros)</i>	Intérêts cours après swap <i>(en millions d'euros)</i>	Total <i>(en millions d'euros)</i>
EUR 500 000 000 ; 2011	4,000 %	-	99,484 %	2018	500,0	14,1	514,1
EUR 500 000 000 ; 2013	1,250 %	50,00 %	99,198 %	2019	500,0	0,6	500,6
EUR 100 000 000 ; 2014	1,250 %	-	103,152 %	2019	100,0	0,2	100,2
EUR 600 000 000 ; 2013	1,750 %	66,67 %	99,119 %	2020	600,0	1,4	601,4
EUR 650 000 000 ; 2014	1,000 %	total	99,182 %	2021	650,0	0,4	650,4
EUR 300 000 000 ; 2014	variable	-	99,900 %	2019	300,0	0,1	300,1
USD 850 000 000 ; 2012	1,625 %	total	99,456 %	2017	780,8	-	780,8
GBP 350 000 000 ; 2014	1,625 %	total	99,396 %	2017	474,8	-	474,8
AUD 150 000 000 ; 2014	3,500 %	total	99,177 %	2019	100,7	-	100,7
EUR 150 000 000 ; 2009	4,775 %	total	99,800 %	2017	150,0	-	150,0
EUR 500 000 000 ; 2013	variable	-	99,930 %	2016	500,0	-	500,0
EUR 150 000 000 ; 2014	variable	-	100,132 %	2016	150,0	-	150,0
USD 65 000 000 ; 2013	variable	total	99,930 %	2016	59,7	-	59,7
Total					4 866,0	16,8	4 882,8

(a) Après commissions.

Les émissions obligataires sont principalement réalisées, depuis mai 2000, dans le cadre d'un programme « Euro Medium Term Notes » de 10 milliards d'euros. Leur en-cours au 31 décembre 2015 est de 4 milliards d'euros.

Sauf mention contraire, les emprunts obligataires sont remboursables *in fine* au pair.

Les *swaps* de taux mentionnés dans le tableau qui précède ont généralement été conclus à l'émission des emprunts obligataires ; des opérations ultérieures d'optimisation ont pu être réalisées.

LVMH a procédé en avril 2015 au remboursement de l'emprunt de 500 millions d'euros émis en 2011 et en juin 2015 aux remboursements des emprunts obligataires de 200 millions de francs suisses et de 250 millions d'euros émis respectivement en 2008 et 2009.

19.2. Analyse de la dette financière brute par échéance

La répartition de la dette financière brute par nature et selon son échéance, ainsi que les charges à payer rattachées, est présentée dans le tableau ci-après :

Dettes (en millions d'euros)	Total	Montant			Dont charges à payer	Dont entreprises liées
		À 1 an au plus	De 1 à 5 ans	À plus de 5 ans		
Emprunts obligataires	4 882,8	726,5	3 506,3	650,0	16,8	-
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	0,1	0,1	-	-	-	-
Dette financière intra-Groupe	2 338,1	2 337,6	0,5	-	2,6	2 338,1
Autres dettes financières	2 338,2	2 337,7	0,5	-	2,6	2 338,1
Dette financière brute	7 221,0	3 064,2	3 506,8	650,0	19,4	2 338,1

19.3. Dette financière intra-Groupe

La dette financière intra-Groupe correspond essentiellement à un encours avec la société assurant la centralisation de trésorerie du Groupe ; celui-ci est constitué au 31 décembre 2015 d'un emprunt de 2 337,6 millions d'euros à échéance de moins d'un an.

Au 31 décembre 2015, les intérêts courus compris dans ce solde s'élèvent à 2,6 millions d'euros.

19.4. Analyse de la dette financière brute par devise

Au 31 décembre 2015, la répartition par devise de la dette financière brute, en monnaie de l'émission et après prise en compte des instruments de couverture émis simultanément ou postérieurement à l'émission, s'analyse de la façon suivante :

Devises	Contre-valeur (en millions d'euros)		
	À l'émission	Après prise en compte des instruments de couverture	
		2015	2014
Euro	3 466,9	3 981,2	4 680,6
Franc suisse	-	901,7	982,6
US Dollars	840,5	-	-
Autres devises	575,5	-	-
Dette financière hors Groupe	4 882,9	4 882,9	5 663,2
Dette financière intra-Groupe		2 338,1	2 597,8
Total dette financière brute		7 221,0	8 261,0

Le montant de la dette en devises a pour objet de couvrir, le plus souvent, l'actif net en devise des sociétés acquises hors zone Euro.

19.5. Covenants

Dans le cadre de certaines lignes de crédit, LVMH peut s'engager à respecter un ratio de dette financière nette sur capitaux propres calculé sur les données consolidées. Au 31 décembre 2015, aucune ligne de crédit tirée ou non tirée n'est concernée par cette disposition.

19.6. Garanties et sûretés réelles

Au 31 décembre 2015, le montant de la dette financière ne fait pas l'objet de garanties ou sûretés réelles.

20. AUTRES DETTES

La répartition des autres dettes par nature et selon leur échéance, ainsi que les charges à payer rattachées, sont présentées dans le tableau ci-après :

(en millions d'euros)	Total	Montant			Dont charges à payer	Dont entreprises liées
		À 1 an au plus	De 1 à 5 ans	À plus de 5 ans		
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	126,1	126,1	-	-	117,1	105,5
Dettes fiscales et sociales	142,4	142,4	-	-	28,1	-
Autres dettes	133,3	133,3	-	-	-	130,2
dont comptes courants d'intégration fiscale	127,8	127,8	-	-	-	127,8
Autres dettes	401,8	401,8	-	-	145,2	235,7

21. COMPTES DE RÉGULARISATION PASSIF

Le solde des comptes de régularisation passif est principalement constitué de la réévaluation des créances clients et dettes fournisseurs.

22. EXPOSITION AUX RISQUES DE MARCHÉ

La société LVMH utilise de façon régulière des instruments financiers. Cette pratique répond aux besoins de couverture du risque de change ou de taux sur ses actifs ou passifs financiers, y compris les flux de dividendes à recevoir de participations étrangères ; chaque instrument utilisé est affecté aux soldes financiers ou opérations couverts.

En raison du rôle de LVMH au sein du Groupe, peuvent être utilisés des instruments ayant nature de couverture d'actifs nets

en devises en consolidation mais non adossés en comptes sociaux, ou adossés à des sous-jacents maintenus à taux de change historiques, tels les titres de participation.

Les contreparties des contrats de couverture sont sélectionnées en fonction de leur notation de crédit, et dans un souci de diversification.

22.1. Instruments de taux d'intérêt

Les instruments de taux d'intérêt sont, en règle générale, affectés à des dettes financières dont les échéances sont identiques ou supérieures à celles des instruments.

La nature des instruments en vie au 31 décembre 2015, leur montant notionnel réparti par échéance ainsi que leur valeur de marché s'analysent de la façon suivante :

(en millions d'euros)	Montant notionnel	Échéancier			Valeur de marché ^(a)
		À 1 an au plus	De 1 à 5 ans	À plus de 5 ans	
Swaps payeurs de taux fixe	91,9	-	91,9	-	0,6
Swaps payeurs de taux variable	4 922,7	798,8	3 473,9	650,0	45,3
Autres dérivés	-	-	-	-	-

(a) Gain/(perte).

22.2. Instruments de change

Toutes devises confondues, les montants nominaux des contrats existants au 31 décembre 2015, ainsi que l'effet de leur réévaluation aux cours de change du 31 décembre, s'analysent de la façon suivante :

Nature	Devise	Montants nominaux ^(a)	Valeur de marché ^(b)
(en millions d'euros)			
Swaps cambistes	USD	1 385,0	(8,4)
	HKD	209,5	(9,5)
	CHF	625,2	0,2
	JPY	43,5	(0,8)

(a) Vente/(achat).

(b) Gain/(perte).

L'ensemble des contrats présentés dans le tableau ci-dessus sont à échéance de moins d'un an.

23. AUTRES INFORMATIONS

23.1. Engagements d'achat de titres de participation

Les engagements d'achat de titres de participation s'élèvent à 7 421 millions d'euros ; ce montant représente les engagements contractuels pris par le Groupe pour l'achat de titres de mineurs dans des sociétés consolidées, prises de participation, participations complémentaires dans des sociétés non consolidées, ou pour le paiement de compléments de prix éventuels pour des opérations réalisées. Ce chiffre inclut principalement les effets du Protocole d'Accord intervenu le 20 janvier 1994 entre

LVMH et Diageo, par lequel LVMH s'est engagé à acheter à Diageo ses participations de 34 % dans les sociétés Moët Hennessy SNC et Moët Hennessy International SAS, sous préavis de 6 mois, pour un montant égal à 80 % de leur valeur à la date d'exercice de la promesse ainsi que, depuis le 31 décembre 2013, l'engagement octroyé aux actionnaires de Loro Piana SpA, d'acheter leur participation de 20 % dans la société, exerçable au plus tard trois ans suivant le 5 décembre 2013.

23.2. Autres engagements en faveur de tiers

<i>(en millions d'euros)</i>	Au 31 décembre 2015
Cautions et lettres de confort accordées au profit de filiales ou autres sociétés du Groupe	7 311,3

23.3. Autres engagements en faveur de LVMH

<i>(en millions d'euros)</i>	Au 31 décembre 2015
Lignes de crédit à plus d'un an confirmées non tirées	2 290,0
Lignes de crédit à moins d'un an confirmées non tirées	845,0

23.4. Relations avec les parties liées

Au cours de l'exercice, il n'a été conclu aucune convention nouvelle avec les parties liées au sens de l'article R.123-198 du Code de commerce, d'un montant significatif et à des conditions qui n'auraient pas été des conditions normales de marché.

La Fondation Louis Vuitton a ouvert en octobre 2014 un musée d'art moderne et contemporain à Paris. Le groupe LVMH finance la Fondation dans le cadre de ses actions de mécénat.

Dans ce contexte, la Fondation Louis Vuitton a également recours à des financements externes garantis par LVMH. Ces garanties sont incluses dans les engagements hors-bilan (voir Note 23.2).

Voir également Note 7 sur la convention entre Diageo et LVMH.

23.5. Identité de la société consolidante

Les comptes de LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SE sont inclus, suivant la méthode de l'intégration globale, dans les comptes consolidés de Christian Dior SE, 30 avenue Montaigne – 75008 Paris (France).

INVENTAIRE DU PORTEFEUILLE

Titres de participation <i>(en millions d'euros)</i>	Pourcentage de participation directe	Valeur nette comptable
508 493 000 actions de valeur nominale EUR 16,57 de Sofidiv SAS	100,00	10 116,4
245 000 actions de valeur nominale EUR 100 de Bulgari SpA (Italie)	100,00	4 268,7
100 120 000 actions de valeur nominale EUR 1 de Vicuna Holding SpA (Italie)	100,00	1 400,1
35 931 661 actions de valeur nominale EUR 7 de Moët Hennessy SNC	58,67	1 018,9
23 743 091 actions de valeur nominale EUR 1,50 de LV Group SA	99,95	822,2
1 961 048 actions de valeur nominale EUR 15 de Le Bon Marché SA	99,99	259,2
35 666 394 actions de valeur nominale EUR 15 de LVMH Finance SA	99,99	252,3
68 960 actions de valeur nominale EUR 38 de Parfums Christian Dior SA	99,99	76,5
31 482 978 actions de valeur nominale EUR 2,82 de Moët Hennessy International SAS	58,67	74,4
34 414 870 actions de valeur nominale GBP 1 de LVMH Services Ltd (Grande Bretagne)	100,00	40,5
7 000 parts de valeur nominale EUR 1 265 du GIE LVMH Services	20,00	8,9
23 000 actions de valeur nominale JPY 50 000 de LVMH KK (Japon)	100,00	7,6
9 660 actions de valeur nominale EUR 30 de Loewe SA (Espagne)	5,44	6,7
Total		18 352,4

Voir également Note 11 participations.

FILIALES ET PARTICIPATIONS

Sociétés <i>(en millions d'unités monétaires)</i>	Siège social	Devise	Capital ^(a)	Capitaux propres autres que le capital ^{(a)(b)}	Quote-part du capital détenu <i>(en %)</i>	Valeur comptable des titres détenus ^(c)		Prêts et avances consentis ^(c)	Cautions et avals accordés ^(c)	Chiffres d'affaires hors taxes ^(a)	Bénéfice net ou perte (-) du dernier exercice ^(a)	Dividendes encaissés en 2015 ^(c)
						Brute	Nette					
1. Filiales (>50 %)												
Sofidiv SAS	Paris	EUR	8 427,4	3 730,9	100,00	10 116,4	10 116,4	-	-	502,0 ^(d)	485,0	1 662,8
Bulgari SpA	Rome	EUR	24,5	226,1	100,00	4 268,7	4 268,7	-	-	159,9	(47,4)	100,0
LVMH Finance SA	Paris	EUR	535,0	(420,5)	99,99	1 630,6	252,3	-	-	6,2 ^(d)	(35,7)	-
Vicuna Holding SpA	Milan	EUR	100,1	1 367,4	100,00	1 400,1	1 400,1	-	-	40,3 ^(d)	49,3	40
Moët Hennessy SNC	Paris	EUR	428,7	2 386,1	58,67	1 018,9	1 018,9	-	-	856,7 ^(d)	540,6	-
LV Group SA	Paris	EUR	35,6	273,8	99,95	822,2	822,2	-	-	1 705,4 ^(d)	1 595,7	3 535,6
Le Bon Marché SA	Paris	EUR	29,4	124,6	99,99	259,2	259,2	-	-	355,0	13,8	10,0
Parfums Christian Dior SA	Paris	EUR	2,6	580,9	99,99	76,5	76,5	-	6,8	1 348,6	197,1	160,0
Moët Hennessy Inter. SAS	Paris	EUR	151,6	443,9	58,67	74,4	74,4	-	-	169,0 ^(d)	166,6	19,8
LVMH Services Ltd	Londres	GBP	34,4	(4,7)	100,00	43,8	40,5	-	6,8	1,5	2,2	-
LVMH KK	Tokyo	JPY	1 150,0	688,9	100,00	7,6	7,6	-	407,4	932,7	90,6	-
2. Participations (>10 % et <50 %)												
GIE LVMH Services	Paris	EUR	44,3	2,4	20,00	8,9	8,9	-	-	2,1	(0,1)	-
3. Participations (<10 %)												
Loewe SA	Madrid	EUR	5,3	60,3	5,44	6,7	6,7	-	-	129,9	4,9	-
4. Autres participations												
Total						19 734,0	18 352,4		421,0			5 528,2

(a) En devises pour les filiales étrangères.

(b) Avant affectation du résultat de l'exercice.

(c) En millions d'euros.

(d) Y compris les produits financiers de filiales et participations.

RÉSULTAT DES CINQ DERNIERS EXERCICES

<i>(en millions d'euros, sauf résultats par action, exprimés en euros)</i>	2011	2012	2013	2014	2015
1. Capital					
Montant du capital	152,3	152,4	152,3	152,3	152,1
Nombre d'actions ordinaires existantes	507 815 624	508 163 349	507 793 661	507 711 713	507 139 110
Nombre maximal d'actions futures à créer :					
- par conversion d'obligations	-	-	-	-	-
- par exercice de bons de souscription	-	-	-	-	-
- par exercice d'options de souscription	6 603 917	5 229 396	4 177 489	3 384 313	2 821 150
2. Opérations et résultats de l'exercice					
Produits financiers de participations et autres revenus	2 783,1	2 173,6	2 376,8	7 583,5	6 842,7
Résultat avant impôts et charges calculées					
(amortissements et provisions)	2 221,2	1 549,5	1 985,4	7 698,3	5 971,8
(Produit)/Charge d'impôts sur les bénéfices ^(a)	-	-	-	-	-
Résultat après impôts et charges calculées					
(amortissements et provisions) ^(b)	2 325,5	1 666,7	1 854,8	7 160,5	6 019,8
Résultat distribué ^(c)	1 320,3	1 473,7	1 574,2	1 624,7	1 800,3
3. Résultats par action					
Résultat après impôts, mais avant charges calculées					
(amortissements et provisions)	4,50	2,92	3,67	14,38	11,79
Résultat après impôts et charges calculées					
(amortissements et provisions) ^(b)	4,58	3,28	3,65	14,10	11,87
Dividende brut distribué à chaque action ^{(c)(d)}	2,60	2,90	3,10	3,20	3,55
4. Personnel					
Effectif moyen <i>(en nombre)</i>	23	22	19	18	19
Montant de la masse salariale	104,8	54,2	58,3	75,5	77,7
Montant des sommes versées au titre des avantages sociaux	17,7	22,8	24,2	17,4	19,3

(a) Hors effets de la convention d'intégration fiscale et des quotes-parts de résultats fiscaux des sociétés dites transparentes.

(b) Après effets de la convention d'intégration fiscale et des quotes-parts de résultats fiscaux des sociétés dites transparentes.

(c) Montant de la distribution résultant de la résolution de l'Assemblée générale, avant effets des actions LVMH auto-détenues à la date de la distribution. Pour l'exercice 2015, montant proposé à l'Assemblée générale du 14 avril 2016.

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

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES ANNUELS

Aux Actionnaires,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre Assemblée générale, nous vous présentons notre rapport relatif à l'exercice clos le 31 décembre 2015, sur :

- le contrôle des comptes annuels de la société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton, tels qu'ils sont joints au présent rapport ;
- la justification de nos appréciations ;
- les vérifications et informations spécifiques prévues par la loi.

Les comptes annuels ont été arrêtés par le Conseil d'administration. Il nous appartient, sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur ces comptes.

I. Opinion sur les comptes annuels

Nous avons effectué notre audit selon les normes d'exercice professionnel applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes annuels ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à vérifier, par sondages ou au moyen d'autres méthodes de sélection, les éléments justifiant des montants et informations figurant dans les comptes annuels.

Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis, les estimations significatives retenues et la présentation d'ensemble des comptes. Nous estimons que les éléments que nous avons collectés sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion.

Nous certifions que les comptes annuels sont, au regard des règles et principes comptables français, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé ainsi que de la situation financière et du patrimoine de la Société à la fin de cet exercice.

II. Justification des appréciations

En application des dispositions de l'article L.823-9 du Code de commerce relatives à la justification de nos appréciations, nous portons à votre connaissance les éléments suivants :

La Note 2.3. de l'annexe aux états financiers expose les règles et les méthodes comptables relatives aux immobilisations financières. Dans le cadre de notre appréciation des principes comptables suivis par votre Société, nous avons vérifié le caractère approprié des méthodes comptables et des informations fournies dans cette Note de l'annexe et nous nous sommes assurés de leur correcte application.

Les appréciations ainsi portées s'inscrivent dans le cadre de notre démarche d'audit des comptes annuels, pris dans leur ensemble, et ont donc contribué à la formation de notre opinion exprimée dans la première partie de ce rapport.

III. Vérifications et informations spécifiques

Nous avons également procédé, conformément aux normes d'exercice professionnel applicables en France, aux vérifications spécifiques prévues par la loi.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur la sincérité et la concordance avec les comptes annuels des informations données dans le Rapport de gestion du Conseil d'administration et dans les documents adressés aux Actionnaires sur la situation financière et les comptes annuels.

Concernant les informations fournies en application des dispositions de l'article L.225-102-1 du Code de commerce sur les rémunérations et avantages versés aux mandataires sociaux ainsi que sur les engagements consentis en leur faveur, nous avons vérifié leur concordance avec les comptes ou avec les données ayant servi à l'établissement de ces comptes et, le cas échéant, avec les éléments recueillis par votre Société auprès des sociétés contrôlant votre Société ou contrôlées par elle.

Sur la base de ces travaux, nous attestons l'exactitude et la sincérité de ces informations, étant précisé que, comme indiqué dans le Rapport de gestion, ces informations correspondent aux rémunérations et avantages en nature versés ou supportés par votre Société et les sociétés qu'elle contrôle, ainsi qu'aux rémunérations et avantages versés ou supportés par les sociétés Financière Jean Goujon et Christian Dior.

En application de la loi, nous nous sommes assurés que les diverses informations relatives à l'identité des détenteurs du capital et des droits de vote vous ont été communiquées dans le Rapport de gestion.

Neuilly-sur-Seine et Paris-La-Défense, le 12 février 2016

Les Commissaires aux comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS

Thierry Benoit Guillaume Troussicot

ERNST & YOUNG et Autres

Jeanne Boillet Gilles Cohen

RAPPORT SPÉCIAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES CONVENTIONS ET ENGAGEMENTS RÉGLEMENTÉS

Aux Actionnaires,

En notre qualité de Commissaires aux comptes de votre société, nous vous présentons notre rapport sur les conventions et engagements réglementés.

Il nous appartient de vous communiquer, sur la base des informations qui nous ont été données, les caractéristiques, les modalités essentielles ainsi que les motifs justifiant de l'intérêt pour la société des conventions et engagements dont nous avons été avisés ou que nous aurions découverts à l'occasion de notre mission, sans avoir à nous prononcer sur leur utilité et leur bien-fondé ni à rechercher l'existence d'autres conventions et engagements. Il vous appartient, selon les termes de l'article R.225-31 du Code de commerce, d'apprécier l'intérêt qui s'attachait à la conclusion de ces conventions et engagements en vue de leur approbation.

Par ailleurs, il nous appartient, le cas échéant, de vous communiquer les informations prévues à l'article R.225-31 du Code de commerce relatives à l'exécution, au cours de l'exercice écoulé, des conventions et engagements déjà approuvés par l'Assemblée générale.

Nous avons mis en œuvre les diligences que nous avons estimé nécessaires au regard de la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des Commissaires aux comptes relative à cette mission. Ces diligences ont consisté à vérifier la concordance des informations qui nous ont été données avec les documents de base dont elles sont issues.

CONVENTIONS ET ENGAGEMENTS SOUMIS À L'APPROBATION DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

En application de l'article L.225-40 du Code de commerce, nous avons été avisés des conventions et engagements suivants qui ont fait l'objet de l'autorisation préalable de votre Conseil d'administration.

1. Avec la société Diavolezza LTD

Personne concernée : M. Francesco Trapani.

Nature, objet et modalités : convention de prestations de services

Le 3 février 2015, le Conseil d'administration a autorisé la signature d'un contrat de consultant entre votre société et la société Diavolezza Ltd, dont M. Francesco Trapani est salarié et actionnaire, portant sur des missions de conseil dans le domaine de la joaillerie.

Ce contrat se substitue au contrat signé avec M. Trapani en 2014.

Les honoraires de ce contrat s'élèvent à un montant maximal annuel hors taxes de 1 000 000 euros.

Au titre de ces conventions, votre société a versé 940 000 euros hors taxes à la société Diavolezza Ltd en 2015.

Motifs justifiant de l'intérêt de la convention pour la société

Le conseil a motivé cette convention de la façon suivante : cette convention permet à votre société de continuer à bénéficier de l'expertise de M. Francesco Trapani qui a dirigé pendant de nombreuses années la Maison Bulgari.

2. Avec la société Groupe Arnault SEDCS

Personnes concernées : MM. Bernard Arnault, Nicolas Bazire et Albert Frère.

Nature, objet et modalités : avenant à la convention d'assistance du 31 juillet 1998 avec la société Groupe Arnault SEDCS

Le 3 février 2015, le Conseil d'administration a autorisé la signature d'un nouvel avenant à la convention d'assistance du 31 juillet 1998. La poursuite de cette convention permet à votre société de continuer à bénéficier de diverses prestations, principalement, dans les domaines de l'ingénierie juridico-financière, du droit des affaires et de l'immobilier entre votre société et la société Groupe Arnault SEDCS qui compte vingt-cinq salariés experts dans leur domaine.

La modification de cette convention porte sur la rémunération prévue dans ce contrat, fixée à 5 460 000 euros hors taxes par an à compter du 1^{er} janvier 2015. Cet avenant a été conclu le 30 avril 2015.

Au titre de cette convention, votre société a versé 5 460 000 euros hors taxes à la société Groupe Arnault SEDCS pour l'exercice 2015.

Motifs justifiant de l'intérêt de la convention pour la société

Le conseil a motivé cette convention de la façon suivante : cette convention d'assistance mise en place avec la société Groupe Arnault SEDCS couvre un large éventail de services à forte valeur ajoutée, principalement financiers, juridiques, fiscaux et administratifs assurés par des spécialistes bénéficiant d'une grande expérience.

Elle permet la mise en commun de compétences et la mutualisation de certaines dépenses, et en réduit par conséquent la charge dans l'intérêt des deux parties.

3. Avec la société AA Conseil SAS

Personne concernée : M. Antoine Arnault, associé et Président de la société AA Conseil SAS.

Nature, objet et modalités : contrats de prestations de services avec la société AA Conseil SAS.

Le 3 février 2015, le Conseil d'administration a autorisé le renouvellement, avec modification de la durée portée à quatre ans à compter du 1^{er} mars 2015, de la convention de prestations de services entre la société AA Conseil SAS, et les sociétés Louis Vuitton Malletier, d'une part, et votre société (agissant pour son compte et celui des autres filiales du groupe), d'autre part.

Les honoraires de la société AA Conseil SAS dus au titre de ces contrats s'élèvent en base annuelle à 410 000 euros hors taxes pour le contrat avec votre société et à 150 000 euros hors taxes pour le contrat avec Louis Vuitton Malletier, hors frais engagés pour la réalisation des missions lesquels sont remboursés sur présentation de justificatifs.

Au titre de cette convention, votre société et Louis Vuitton Malletier ont versé respectivement 307 500 euros hors taxes et 112 500 euros hors taxes à la société AA Conseil SAS pour l'exercice 2015.

Il a été mis fin à ces conventions le 30 septembre 2015.

Motifs justifiant de l'intérêt de la convention pour la société

Le conseil a motivé cette convention de la façon suivante : le renouvellement de cette convention a permis à votre société de bénéficier de l'expertise de la société AA Conseil SAS dans l'organisation des Journées Particulières à laquelle la société AA Conseil SAS contribue depuis la création de cet événement exceptionnel en 2013 et dont la troisième édition se tiendra en 2016.

CONVENTIONS ET ENGAGEMENTS DÉJÀ APPROUVÉS PAR L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

En application de l'article R.225-30 du Code de commerce, nous avons été informés que l'exécution des conventions et engagements suivants, déjà approuvés par l'Assemblée générale au cours d'exercices antérieurs, s'est poursuivie au cours de l'exercice écoulé.

1. Avec la société Moët Hennessy SNC, filiale de votre société

Nature, objet et modalités : répartition des frais de holding du groupe LVMH

Le Groupe Diageo détient une participation de 34 % dans Moët Hennessy SNC. Lors de la prise de participation, en 1994, a été établie une convention entre Diageo et votre société ayant pour objet la répartition des frais communs de holding entre Moët Hennessy SNC et les autres holdings du groupe LVMH.

En application de cette convention, Moët Hennessy SNC a supporté 17 % des frais communs en 2015 et a refacturé à ce titre à votre société les frais excédentaires encourus. Après refacturation, le montant des frais communs supportés par la société Moët Hennessy SNC au titre de cette convention s'est élevé à 16,2 millions d'euros au cours de l'exercice 2015.

2. Avec MM. Bernard Arnault, Antonio Belloni et Nicolas Bazire, Administrateurs

Nature, objet et modalités : financement du régime de retraite complémentaire

Le financement du régime de retraite complémentaire, via une compagnie d'assurances, mis en place en 1999 et aménagé en 2004 et 2012 au bénéfice des membres du Comité exécutif, salariés ou dirigeants de sociétés françaises, dont certains membres sont également Administrateurs, s'est poursuivi au cours de l'exercice 2015.

La charge en résultant pour votre société au cours de l'exercice 2015 est comprise dans le montant figurant à la Note 32.4 de l'annexe aux états financiers consolidés.

3. Avec la société Christian Dior SE

Personnes concernées : MM. Bernard Arnault, Pierre Godé et M^{me} Delphine Arnault.

Nature, objet et modalités : avenant à la convention de prestations de services du 7 juin 2002 avec la société Christian Dior SE.

La convention de prestations de services du 7 juin 2002 modifiée par un avenant en mai 2014, relative à des prestations en matière juridique, et notamment en droit des sociétés et gestion de services titres entre votre société et la société Christian Dior SE, s'est poursuivie en 2015.

Au titre de cette convention, votre société a perçu 60 000 euros hors taxes de redevance annuelle de la part de la société Christian Dior SE au cours de l'exercice 2015.

Neuilly-sur-Seine et Paris-La Défense, le 12 février 2016

Les Commissaires aux comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS

Thierry Benoit Guillaume Troussicot

ERNST & YOUNG et Autres

Jeanne Boillet Gilles Cohen

AUTRES INFORMATIONS

Gouvernance

1.	PRINCIPAUX TITRES, FONCTIONS ET MANDATS DES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION	222
1.1.	Mandats en cours	222
1.2.	Renouvellements et nominations proposés à l'Assemblée générale	234
1.3.	Mandats de Censeur	235
2.	COMMISSAIRES AUX COMPTES	237
2.1.	Commissaires aux comptes titulaires	237
2.2.	Commissaires aux comptes suppléants	237
2.3.	Honoraires perçus en 2014 et 2015	237
3.	CHARTRE DU CONSEIL D'ADMINISTRATION	238
1.	Composition du Conseil d'administration	238
2.	Missions du Conseil d'administration	238
3.	Fonctionnement du Conseil d'administration	238
4.	Responsabilité	239
5.	Rémunération	239
6.	Champ d'application	240
4.	RÈGLEMENT INTÉRIEUR DU COMITÉ D'AUDIT DE LA PERFORMANCE	240
1.	Composition du Comité	240
2.	Rôle du Comité	240
3.	Fonctionnement du Comité	240
4.	Prérogatives du Comité	241
5.	Rémunération des membres du Comité	241
5.	RÈGLEMENT INTÉRIEUR DU COMITÉ DE SÉLECTION DES ADMINISTRATEURS ET DES RÉMUNÉRATIONS	241
1.	Composition du Comité	241
2.	Rôle du Comité	241
3.	Fonctionnement du Comité	242
4.	Prérogatives du Comité	242
5.	Rémunération des membres du Comité	242
6.	STATUTS EN VIGUEUR	243

1. PRINCIPAUX TITRES, FONCTIONS ET MANDATS DES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

1.1. Mandats en cours

M. Bernard ARNAULT, Président-directeur général

Né le 5 mars 1949 de nationalité française.

Adresse professionnelle : LVMH – 22, avenue Montaigne – 75008 Paris (France).

Date de première nomination : 26 septembre 1988.

Date de fin de mandat : Assemblée générale annuelle tenue en 2016.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 115 334 actions.

M. Bernard Arnault choisit la carrière d'ingénieur, qu'il exerce au sein de l'entreprise Ferret-Savinel. En 1974, il en devient Directeur de la construction, puis Directeur général en 1977 et enfin Président-directeur général en 1978.

Il le restera jusqu'en 1984, date à laquelle il devient Président-directeur général de Financière Agache et de Christian Dior. Il entreprend alors de réorganiser le groupe Financière Agache dans le cadre d'une stratégie de développement fondée sur les marques de prestige. Il fait de Christian Dior la pierre angulaire de cette structure.

En 1989, il devient le principal actionnaire de LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton, et crée ainsi le premier groupe mondial du luxe. Il en prend la Présidence en janvier 1989.

Fonctions et mandats actuels

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SE ^[a]	Président-directeur général
	Christian Dior SE ^[a]	Président du Conseil d'administration
	Christian Dior Couture SA	Administrateur
	Financière Jean Goujon SAS	Membre du Comité de surveillance
	Groupe Arnault SEDCS	Président du Directoire
	Château Cheval Blanc SC	Administrateur
International	Louis Vuitton, Fondation d'Entreprise	Président du Conseil d'administration
	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton Inc. (États-Unis)	Administrateur
	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton Japan KK (Japon)	Administrateur
	LVMH Services Limited (Royaume-Uni)	Administrateur

Autres

France	Carrefour SA ^[a]	Administrateur
--------	-----------------------------	----------------

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2011

France	Lagardère SCA ^[a]	Membre du Conseil de surveillance
	Christian Dior SE ^[a]	Directeur général
	Groupe Arnault SAS	Président
International	LVMH International SA (Belgique)	Administrateur

M. Antoine ARNAULT

Né le 4 juin 1977 de nationalité française.

Adresse professionnelle : Berluti – 120, rue du Faubourg Saint-Honoré – 75008 Paris (France).

Date de première nomination : 11 mai 2006.

Date de fin de mandat : Assemblée générale annuelle tenue en 2018.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 110 991 actions.

[a] Société cotée.

M. Antoine Arnault, diplômé d'HEC Montréal et titulaire du MBA de l'INSEAD, a créé en 2000 une société dans le secteur de l'Internet, plus particulièrement dans l'enregistrement de noms de domaine.

En 2002, il cède sa participation et rejoint le groupe familial au sein de la société Louis Vuitton où il occupe successivement les fonctions de Responsable Marketing, puis de Directeur du réseau province.

En 2007, il devient Directeur de la Communication de Louis Vuitton. Publicité, éditions, développement digital et achats médias sont sous sa responsabilité.

Depuis 2011, il est Directeur général de la Maison Berluti. Il est cette même année à l'initiative de l'opération « Les Journées Particulières ». Il est également Président du Conseil d'administration de la société Loro Piana depuis fin 2013.

Fonctions et mandats actuels

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SE ^[a]	Administrateur
	Berluti SA	Président du Directoire
	Groupe Arnault SEDCS	Membre du Directoire
	Les Echos SAS	Membre du Conseil de surveillance
	LV Group SA	Président-directeur général
International	Association du Musée Louis Vuitton	Représentant permanent de la société LV Group, Administrateur
	Berluti LLC (États-Unis)	Gérant
	Berluti Hong Kong Company Limited (Hong Kong)	Administrateur
	Berluti (Shanghai) Company Limited (Chine)	Administrateur
	Fendi Srl (Italie)	Administrateur
	Fendi Adele Srl (Italie)	Administrateur
	Loro Piana SpA (Italie)	Président du Conseil d'administration
	Manifattura Berluti SRL (Italie)	Administrateur

Autres

France	AA Conseil SAS	Président
	Comité Colbert	Administrateur
	Madrigall SA	Administrateur

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2011

France	F.G SAS	Président
	Lagardère SCA ^[a]	Membre du Conseil de surveillance
	S.D.R.E Société de Distribution Robert Estienne SNC	Représentant légal de Berluti, Gérant-associé
	Société Nouvelle de Chemiserie Arnys	Président du Conseil d'administration
International	Berluti Orient FZ-LLC (Émirats Arabes Unis)	Administrateur
	Spot Runner, Inc. (États-Unis)	Membre du Conseil de surveillance

Mme Delphine ARNAULT

Née le 4 avril 1975 de nationalité française.

Adresse professionnelle : Louis Vuitton Malletier – 2, rue du Pont-Neuf – 75001 Paris (France).

Date de première nomination : 10 septembre 2003.

Date de fin de mandat : Assemblée générale annuelle tenue en 2017.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 271 913 actions.

Mme Delphine Arnault a commencé sa carrière dans le cabinet international de conseil en stratégie McKinsey où elle fut consultante pendant deux ans.

En 2000, elle participe au développement de la société John Galliano où elle acquiert une expérience concrète du métier de la mode. En 2001, elle rejoint le Comité de direction de Christian Dior Couture dont elle a été Directrice générale adjointe jusqu'en août 2013. Depuis septembre 2013, elle est Directrice Générale adjointe de Louis Vuitton, chargée de superviser l'ensemble des activités produits de la Maison Louis Vuitton.

[a] Société cotée.

Fonctions et mandats actuels

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SE ^[a]	Administrateur
	Céline SA	Administrateur
	Christian Dior SE ^[a]	Administrateur
	Les Echos SAS	Membre du Conseil de surveillance
	Château Cheval Blanc SC	Administrateur
International	Emilio Pucci Srl (Italie)	Administrateur
	Emilio Pucci International BV (Pays-Bas)	Administrateur
	Loewe SA (Espagne)	Administrateur

Autres

France	Havas ^[a]	Administrateur et Membre du Comité des Rémunérations et de Sélection ou de Nomination
	Métropole Télévision « M6 » SA ^[a]	Membre du Conseil de surveillance
International	21st Century Fox (États-Unis) ^[a]	Administrateur
	Actar International SA Luxembourg (Luxembourg)	Représentant permanent de Uipar, Administrateur

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2011

France	Établissement Public de Sèvres – Cité de la Céramique	Administrateur
--------	---	----------------

M. Nicolas BAZIRE, Directeur Développement et acquisitions

Né le 13 juillet 1957 de nationalité française.

Adresse professionnelle : LVMH – 22, avenue Montaigne – 75008 Paris (France).

Date de première nomination : 12 mai 1999.

Date de fin de mandat : Assemblée générale annuelle tenue en 2017.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel :

58 283 actions.

M. Nicolas Bazire devient Directeur du Cabinet du Premier ministre Édouard Balladur en 1993. Associé-gérant de Rothschild & Cie Banque entre 1995 et 1999, il est Directeur général de Groupe Arnault SAS depuis 1999.

Fonctions et mandats actuels

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SE ^[a]	Administrateur
	Agache Développement SA	Administrateur
	Europatweb SA	Administrateur
	Financière Agache SA	Directeur général délégué et Représentant permanent de Groupe Arnault, Administrateur
	GA Placements SA	Représentant permanent de Montaigne Finance, Administrateur
	Groupe Arnault SEDCS	Directeur général
	Groupe Les Echos SA	Administrateur
	Les Echos SAS	Vice-Président du Conseil de surveillance
	Louis Vuitton Malletier SA	Représentant permanent de Uipar, Administrateur
	LV Group SA	Administrateur
	Montaigne Finance SAS	Membre du Comité de surveillance
	Semyrhamis SA	Directeur général délégué non Administrateur
		et Représentant légal de Groupe Arnault, Administrateur
	Louis Vuitton, Fondation d'Entreprise	Administrateur

Autres

France	Atos SE ^[a]	Administrateur et Président du Comité des Nominations et Rémunérations
	Carrefour SA ^[a]	Administrateur, Membre du Comité des Comptes et du Comité des Nominations
	Suez Environnement Company SA ^[a]	Administrateur, Membre du Comité d'Audit et des Comptes, du Comité des Nominations et du Comité Stratégique

[a] Société cotée.

International	Société des Bains de Mer de Monaco SA ^[a] (Principauté de Monaco)	Représentant permanent de Ufipar, Administrateur et Président du Comité des Comptes
---------------	---	--

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2011

France	Financière Agache Private Equity SA	Administrateur
International	Go Invest SA (Belgique)	Administrateur

M. Antonio BELLONI, Directeur général délégué

Né le 22 juin 1954 de nationalité italienne.
 Adresse professionnelle : LVMH – 22, avenue Montaigne – 75008 Paris (France).
 Date de première nomination : 15 mai 2002.
 Date de fin de mandat : Assemblée générale annuelle tenue en 2017.
 Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 62 401 actions.

M. Antonio Belloni a rejoint le groupe LVMH en juin 2001, après une carrière de 22 ans au sein du groupe Procter & Gamble. Nommé Président de la division européenne de Procter & Gamble en 1999, il était auparavant Président-directeur général pour les opérations italiennes de la firme. Il a commencé sa carrière chez Procter & Gamble en 1978 en Italie et a occupé diverses fonctions en Suisse, en Grèce, en Belgique et aux États-Unis. Depuis septembre 2001, il est Directeur-général délégué de LVMH.

Fonctions et mandats actuels

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SE ^[a]	Directeur général délégué et Administrateur
	Berluti SA	Vice-Président et Membre du Conseil de surveillance
	Cha Ling SCA	Président du Conseil de surveillance
	Chaumet International SA	Président du Conseil d'administration
	Fendi International SAS	Président
	Givenchy SA	Représentant permanent de LVMH Finance, Administrateur
	Le Bon Marché, Maison Aristide Boucicaut SA	Représentant permanent de LVMH, Administrateur
	LVMH Fragrance Brands SA	Représentant permanent de LV Group, Administrateur
	Moët Hennessy Management SARL	Gérant
	Sephora SA	Représentant permanent de Ufipar, Administrateur
	Louis Vuitton, Fondation d'Entreprise	Administrateur
International	Benefit Cosmetics LLC (États-Unis)	Gérant
	Bulgari SpA (Italie)	Membre du Conseil d'administration
	Cova Montenapoleone Srl (Italie)	Administrateur
	Cruise Line Holdings Co (États-Unis)	Administrateur
	De Beers Diamond Jewellers Limited (Royaume-Uni)	Administrateur
	De Beers Diamond Jewellers Trademark Ltd (Royaume-Uni)	Administrateur
	DFS Group Limited (Bermudes)	Administrateur
	DFS Group Limited (Hong Kong)	Administrateur
	DFS Holdings Limited (Bermudes)	Administrateur
	Edun Americas Inc. (États-Unis)	Administrateur
	Edun Apparel Limited (Royaume-Uni)	Administrateur
	Emilio Pucci Srl (Italie)	Administrateur
	Emilio Pucci International BV (Pays-Bas)	Administrateur
	Fendi SA (Luxembourg)	Administrateur
	Fendi Srl (Italie)	Administrateur
	Fendi Adele Srl (Italie)	Administrateur
	Fendi Italia Srl (Italie)	Administrateur
	Fresh Inc. (États-Unis)	Administrateur
	Loro Piana SpA (Italie)	Administrateur
	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton Inc. (États-Unis)	Vice-Président et Administrateur
	LVMH (Shanghai) Management & Consultancy Co. Ltd (Chine)	Président du Conseil d'administration
	Nude Brands Limited (Royaume-Uni)	Administrateur
	Pasticceria Confetteria Cova Srl (Italie)	Administrateur
	RVL Holding BV (Pays-Bas)	Membre du Conseil de surveillance

[a] Société cotée.

AUTRES INFORMATIONS

Gouvernance

	Thomas Pink Holdings Limited (Royaume-Uni)	Administrateur
	Ufip (Irlande)	Administrateur
	Vicuna Holding SpA (Italie)	Administrateur

Autres

International	Barilla G. e R. Fratelli SpA (Italie)	Administrateur
---------------	---------------------------------------	----------------

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2011

France	Givenchy SA	Administrateur
	Le Bon Marché, Maison Aristide Boucicaut SA	Administrateur
	LVMH Fragrance Brands GIE	Membre du Collège des Administrateurs
	Parfums Luxe International – PLI SA	Président-directeur général
	Sephora SA	Directeur général délégué et Administrateur
International	Donna Karan International Inc. (États-Unis)	Administrateur
	Fendi Asia Pacific Limited (Hong Kong)	Administrateur
	Fendi North America Inc. (États-Unis)	Administrateur
	Moët Hennessy Distribution Rus LLC (Russie)	Président du Conseil d'administration
	Sephora Greece (Grèce)	Administrateur

Mme Bernadette CHIRAC

Née le 18 mai 1933 de nationalité française.
Adresse de correspondance : BP 70 316 – 75007 Paris Cedex 07 (France).

Date de première nomination : 15 avril 2010.

Date de fin de mandat : Assemblée générale annuelle tenue en 2016.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 500 actions.

Épouse de M. Jacques Chirac, Président de la République française de 1995 à 2007, M^{me} Bernadette Chirac est élue au

Conseil municipal de Sarrazin en 1971 puis devient Adjointe au maire en 1977. Elle est élue Conseiller général de la Corrèze en 1979 et réélue sans discontinuité jusqu'en 2011. En 1990, elle fonde l'association Le Pont Neuf, dont elle est la Présidente. En 1994, elle devient Présidente de la Fondation Hôpitaux de Paris – Hôpitaux de France et s'investit dans les opérations « Pièces Jaunes » et « Plus de Vie » qui, grâce à son soutien et son implication, sont devenues des manifestations caritatives établies en France. Depuis 2007, elle est également Présidente de la Fondation Claude Pompidou.

Fonctions et mandats actuels

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SE ^[a]	Administrateur
--------	--	----------------

Autres

France	Conseil général de Corrèze	Conseiller général
	Fondation Hôpitaux de Paris – Hôpitaux de France	Présidente
	Fondation Claude Pompidou	Présidente

M. Nicholas CLIVE WORMS

Né le 14 novembre 1942 de nationalité française.
Adresse professionnelle : Worms 1848 SAS – 35, avenue de l'Opéra – 75002 Paris (France).

Date de première nomination : 22 septembre 1988.

Date de fin de mandat : Assemblée générale annuelle tenue en 2016.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 3 300 actions.

M. Nicholas Clive Worms a été Associé commandité puis Associé-gérant de Maison Worms & Cie entre 1970 et 1996, Associé-gérant puis Président du Conseil de surveillance de Worms & Cie entre 1991 et 2004. Il a également été Président-directeur général puis Associé-gérant de Pechelbronn entre 1976 et 1991. Il est actuellement Président de Worms 1848 SAS.

[a] Société cotée.

Fonctions et mandats actuels

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SE ^[a]	Administrateur et Membre du Comité d'audit de la Performance
--------	--	--

Autres

France	Financière de Services Maritimes SA	Administrateur
	Worms 1848 SAS	Président
International	Worms (Luxembourg)	Président

M. Charles de CROISSET

Né le 28 septembre 1943 de nationalité française.
 Adresse professionnelle : Goldman Sachs International – Peterborough Court, 133 Fleet Street – EC4A 2BB Londres (Royaume-Uni).
 Date de première nomination : 15 mai 2008.
 Date de fin de mandat : Assemblée générale annuelle tenue en 2016.
 Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 1 000 actions.

M. Charles de Croisset entre à l'Inspection des Finances en 1968. Après une carrière dans l'administration, il rejoint en 1980 le Crédit Commercial de France (CCF) dont il fut successivement Secrétaire général, Directeur général adjoint puis Directeur général. En 1993, il est nommé Président-directeur général du CCF, et en 2000 Executive Director de HSBC Holdings Plc. En mars 2004, il devient Vice-Chairman pour l'Europe de Goldman Sachs puis International Advisor chez Goldman Sachs International en 2006.

Fonctions et mandats actuels

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SE ^[a]	Administrateur, Membre du Comité d'audit de la Performance et Membre du Comité de Sélection des Administrateurs et des Rémunérations
--------	--	--

Autres

France	Fondation du Patrimoine	Président
International	Goldman Sachs International (Royaume-Uni)	International Advisor

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2011

France	Bouygues SA ^[a]	Administrateur
	Euler Hermès SA ^[a]	Membre du Conseil de surveillance
	Galleries Lafayette SA ^[a]	Membre du Collège des censeurs
	Renault SA ^[a]	Administrateur
	Renault SAS	Administrateur

M. Diego DELLA VALLE

Né le 30 décembre 1953 de nationalité italienne.
 Adresse professionnelle : Tod's SpA – Corso Venezia, 30 – 20121 Milan (Italie).
 Date de première nomination : 15 mai 2002.
 Date de fin de mandat : Assemblée générale annuelle tenue en 2017.
 Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 500 actions.

M. Diego Della Valle rejoint l'entreprise familiale en 1975. Il a joué un rôle essentiel dans la définition de la stratégie de l'entreprise et la création des marques qui en ont façonné l'image. Il a développé un plan marketing innovant, devenu un modèle mondialement reconnu dont beaucoup d'entreprises de l'industrie des produits de haute qualité se sont inspirées. Depuis octobre 2000, il est Président et Administrateur délégué du groupe Tod's SpA qui est aujourd'hui l'un des leaders du marché des accessoires de luxe.

[a] Société cotée.

Fonctions et mandats actuels

Groupe Tod's SpA

International	DDV partecipazioni Srl (Italie)	Administrateur unique
	DI.VI. Finanziaria Srl (Italie)	Administrateur unique
	Diego Della Valle & C. Srl (Italie)	Administrateur unique
	Tod's SpA (Italie) ^[a]	Président du Conseil d'administration et Administrateur délégué
	Fondazione Della Valle Onlus (Italie)	Président du Conseil d'administration

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SE ^[a]	Administrateur
--------	--	----------------

Autres

International	ACF Fiorentina SpA (Italie)	Président d'Honneur
	Compagnia Immobiliare Azionaria (Italie) ^[a]	Administrateur
	Nuovo Trasporto Viaggiatori (Italie)	Administrateur

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2011

France	Le Monde Europe SA	Administrateur
International	International Assicurazioni Generali SpA (Italie)	Administrateur
	Ferrari SpA (Italie)	Administrateur
	Marcolin SpA (Italie)	Administrateur
	RCS Mediagroup SpA (Italie)	Administrateur

M. Albert FRÈRE

Né le 4 février 1926 de nationalité belge.

Adresse professionnelle : Frère-Bourgeois – 12, rue de la Blanche Borne – 6280 Loverval (Belgique).

Date de première nomination : 29 mai 1997.

Date de fin de mandat : Assemblée générale annuelle tenue en 2018.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 500 actions.

Après un début de carrière au sein de l'entreprise familiale qui commercialise des produits métallurgiques, M. Albert Frère s'oriente vers l'industrie et acquiert, avec ses associés, la maîtrise de l'ensemble des entreprises sidérurgiques du bassin de Charleroi. En 1981, il participe à la fondation de Pargesa Holding. L'année suivante, cette société entre dans le capital de Groupe Bruxelles Lambert, société dont il prend la Présidence en 1987 jusqu'au 31 décembre 2011. Il est Président du Conseil d'administration de Frère-Bourgeois SA depuis 1970.

Fonctions et mandats actuels

Groupe Frère-Bourgeois

International	Erbé SA (Belgique)	Président du Conseil d'administration
	Financière de la Sambre SA (Belgique)	Président du Conseil d'administration
	Frère-Bourgeois SA (Belgique)	Président du Conseil d'administration
	Stichting Administratie Kantoor Frère-Bourgeois (Pays-Bas)	Président du Conseil d'administration

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SE ^[a]	Administrateur et Président du Comité de Sélection des Administrateurs et des Rémunérations
	Château Cheval Blanc SC	Président du Conseil d'administration

Autres

International	Banque Nationale de Belgique (Belgique) ^[a]	Régent honoraire
---------------	--	------------------

[a] Société cotée.

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2011

France	Engie SA ^[a] Groupe Arnault SAS	Vice-Président du Conseil d'administration et Administrateur Représentant permanent de Belholding Belgium SA, Membre du Comité de direction
International	Métropole Télévision « M6 » SA ^[a] Assicurazioni Generali SpA (Italie) ^[a] GBL Energy (Luxembourg) GBL Verwaltung SARL (Luxembourg) Groupe Bruxelles Lambert SA (Belgique) ^[a] Pargesa Holding SA (Suisse) ^[a]	Président du Conseil de surveillance Membre du Comité International Représentant permanent de Frère-Bourgeois SA, Administrateur Représentant permanent de Frère-Bourgeois SA, Administrateur Président-directeur général (CEO) et Administrateur délégué Vice-Président, Administrateur délégué et Membre du Comité de direction

M. Pierre GODÉ, Vice-Président

Né le 4 décembre 1944 de nationalité française.

Adresses professionnelles : LVMH – 22, avenue Montaigne – 75008 Paris (France) – LVMH Italia SpA – Largo Augusto, 8 – 20141 Milan (Italie).

Date de première nomination : 13 janvier 1989.

Date de fin de mandat : Assemblée générale annuelle tenue en 2017.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 21 049 actions.

M. Pierre Godé a été avocat au barreau de Lille et Professeur à la faculté de droit de Lille puis à celle de Nice.

Il a été Conseiller du Président de LVMH et Directeur général du Groupe Arnault. Il est Vice-Président du Conseil d'administration de LVMH et Vice-Président de LVMH Italia.

Fonctions et mandats actuels

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SE ^[a] Christian Dior SE ^[a] Château Cheval Blanc SC	Vice-Président et Administrateur Administrateur Administrateur
International	Fendi Srl (Italie) Fendi Adele Srl (Italie) LVMH Italia SpA (Italie) Vicuna Holding SpA (Italie)	Administrateur Administrateur Vice-Président Président du Conseil d'administration

Autres

France	Redeg SARL	Gérant
--------	------------	--------

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2011

France	Christian Dior SA ^[a] Christian Dior Couture SA Financière Agache SA Financière Jean Goujon SAS Groupe Arnault SAS Havas SA ^[a] Les Echos SAS Louis Vuitton Malletier SA Raspail Investissements SAS SA du Château d'Yquem Semyrhamis SAS Sofidiv SAS Sevrlux SNC	Directeur général délégué Administrateur Président-directeur général Président Directeur général Administrateur Membre du Conseil de surveillance Administrateur Président Administrateur Membre du Comité de surveillance Membre du Comité de direction Représentant légal de Financière Agache, Gérant
International	Fondation Maeght LVMH International SA (Belgique) LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton Inc. (États-Unis) LVMH Publica SA (Belgique) Sofidiv UK Limited (Royaume-Uni)	Administrateur Administrateur Administrateur Administrateur

[a] Société cotée.

Mme Marie-Josée KRAVIS

Née le 11 septembre 1949 de nationalité américaine.
 Adresse professionnelle : The Museum of Modern Art – 11 West 53rd Street – NY 10019 New York (États-Unis).
 Date de première nomination : 31 mars 2011.
 Date de fin de mandat : Assemblée générale annuelle tenue en 2017.
 Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 500 actions.

Mme Marie-Josée Kravis est économiste et spécialiste des questions relatives aux politiques publiques et à la planification stratégique. Elle a débuté sa carrière comme analyste financier chez Power Corporation of Canada et a travaillé ensuite auprès du Solliciteur général du Canada et du ministre des Approvisionnements et Services canadien. Vice-Présidente du Conseil d'administration et chercheur senior du Hudson Institute, elle est depuis 2005 Présidente du Museum of Modern Art (MoMA) de New York.

Fonctions et mandats actuels**Groupe LVMH/Groupe Arnault**

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SE ^[a]	Administrateur
--------	--	----------------

Autres

France	Publicis Groupe SA ^[a]	Membre du Conseil de surveillance et Présidente du Comité des Risques et Stratégies
International	Federal Reserve Bank of New York (États-Unis)	Membre du Conseil consultatif international
	Hudson Institute (États-Unis)	Vice-Présidente du Conseil d'administration et chercheur senior
	Memorial Sloan Kettering Cancer Center (États-Unis)	Vice-Présidente du Conseil et membre du Comité exécutif
	The Museum of Modern Art de New York (États-Unis)	Présidente

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2011

International	Ford Motor Co. (États-Unis) ^[a]	Administrateur
	Interactive Data Corporation (États-Unis)	Administrateur
	Qatar Museum Authority (Qatar)	Administrateur

Lord POWELL of BAYSWATER

Né le 6 juillet 1941 de nationalité britannique.
 Adresse professionnelle : LVMH House – 15 St George Street – Londres W1S 1FH (Royaume-Uni).
 Date de première nomination : 29 mai 1997.
 Date de fin de mandat : Assemblée générale annuelle tenue en 2018.
 Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 550 actions.

Lord Powell a été Secrétaire privé et Conseiller pour les Affaires Étrangères et la Défense des Premiers ministres Margaret Thatcher et John Major de 1983 à 1991. Il est membre indépendant du House of Lords au Parlement du Royaume-Uni.

Fonctions et mandats actuels**Groupe LVMH/Groupe Arnault**

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SE ^[a]	Administrateur
	Financière Agache SA	Administrateur
International	LVMH Services Limited (Royaume-Uni)	Président du Conseil d'administration

Autres

International	Hong-Kong Land Holdings (Bermudes) ^[a]	Administrateur
	Mandarin Oriental International Holdings (Bermudes)	Administrateur
	Matheson & Co. Ltd (Royaume-Uni)	Administrateur
	Northern Trust Corporation (États-Unis)	Administrateur
	Textron Corporation (États-Unis) ^[a]	Administrateur

[a] Société cotée.

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2011

International	Magna Holdings (Bermudes)	Président du Conseil d'administration
	Capital Generation Partners (Royaume-Uni)	Président du Conseil d'administration
	Caterpillar Inc. (États-Unis) ^[a]	Administrateur
	Northern Trust Global Services (Royaume-Uni)	Administrateur
	Schindler holding (Suisse) ^[a]	Administrateur
	Singapore Millennium Foundation Limited (Singapour)	Administrateur

Mme Marie-Laure SAUTY de CHALON

Née le 17 septembre 1962 de nationalité française.

Adresse professionnelle : Auféminin – 8 rue Saint Fiacre – 75002 Paris.

Date de première nomination : 10 avril 2014.

Date de fin de mandat : Assemblée générale annuelle tenue en 2017.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 500 actions.

Après une carrière dans diverses régies publicitaires au sein de la presse et de la télévision, M^{me} Marie-Laure Sauty de Chalon a pris la Direction générale de Carat Interactive en 1997. En 2001, elle devient Président-directeur général de Consodata North America. Elle a ensuite pris en 2004 la tête du groupe Aegis Media en France et en Europe du Sud. Elle est depuis 2010 Présidente-directrice générale d'Auféminin.com et professeur à l'Institut d'Études Politiques de Paris.

Fonctions et mandats actuels

Groupe Auféminin.com

France	Auféminin SA ^[a]	Présidente-directrice générale
	Auféminin.com Productions SARL	Gérante
	Etoilecasting.com SAS	Présidente
	Les rencontres auféminin.com SAS	Présidente
	Marmiton SAS	Présidente
International	My Little Paris SAS	Membre du Conseil de surveillance
	GoFeminin.de GmbH (Allemagne)	Co-gérante
	SoFeminine.co.uk Ltd (Royaume-Uni)	Administrateur

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SE ^[a]	Administrateur
--------	--	----------------

Autres

France	Fondation École 42	Administrateur
	Fondation Nestlé France, Fondation d'Entreprise	Administrateur
	Autorité de la Concurrence	Membre du collège

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2011

France	Aegis Media France	Présidente
	Carat France	Présidente
	Fondation PlaNet Finance	Administrateur
	Mediamétrie	Administrateur
	SmartAdServer SAS	Présidente
International	Aegis Media Southern Europe	Présidente

[a] Société cotée.

M. Yves-Thibault de SILGUY

Né le 22 juillet 1948 de nationalité française.

Adresse professionnelle : YTSeuropaconsultants – 13 bis avenue de la Motte-Picquet – 75007 Paris (France).

Date de première nomination : 14 mai 2009.

Date de fin de mandat : Assemblée générale annuelle tenue en 2018.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 500 actions.

M. Yves-Thibault de Silguy a exercé différentes fonctions au sein de l'administration française du gouvernement français et

auprès de la Communauté européenne en tant que Commissaire européen chargé des affaires économiques, financières et monétaires (1995-1999). En 1988, il rejoint le groupe Usinor-Sacilor dont il est Directeur des Affaires Internationales jusqu'en 1993. De 2000 à 2006, il exerce successivement les fonctions de membre du Directoire, Directeur général puis Délégué général de Suez. En juin 2006, il est nommé Président du Conseil d'administration de Vinci, puis, en mai 2010, Vice-Président-Administrateur référent. Il est Président de YTSeuropaconsultants depuis mai 2010.

Fonctions et mandats actuels**Groupe Vinci**

France	Société des Autoroutes du Sud de la France SA Vinci SA ^[a]	Administrateur Vice-Président et Administrateur référent du Conseil d'administration
--------	--	---

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SE ^[a]	Administrateur, Président du Comité d'audit de la Performance et Membre du Comité de Sélection des Administrateurs et des Rémunérations
--------	--	---

Autres

France	Sofisport SA VTB Bank (France) SA Ysilop Consulting SARL YTSeuropaconsultants SARL	Président du Conseil de surveillance Membre du Conseil de surveillance Gérant Gérant
International	Solvay (Belgique) ^[a] VTB Bank (Russie) ^[a]	Administrateur Membre du Conseil de surveillance

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2011

International	International Financial Reporting Standards Foundation (IFRS/IASB)	Trustee
---------------	--	---------

M. Francesco TRAPANI

Né le 10 mars 1957 de nationalité italienne.

Adresse professionnelle : Clessidra Sgr S.p.A. – Via del Lauro 7 – 20121 Milan (Italie).

Date de première nomination au sein du Conseil d'administration : 31 mars 2011.

Date de fin de mandat : Assemblée générale annuelle tenue en 2016.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 500 actions.

Au cours des 28 années pendant lesquelles il a exercé les fonctions de Directeur général de Bulgari, M. Francesco Trapani a fortement développé cette Maison, lui permettant d'acquérir une dimension internationale, riche d'un portefeuille diversifié, incluant désormais outre la joaillerie, les montres, les parfums, les accessoires et, plus récemment, l'hôtellerie. Lors du rapprochement de Bulgari avec le groupe LVMH en juin 2011, il a été nommé Président de la branche Montres et Joaillerie. Depuis mars 2014, il exerce les fonctions de Conseiller du Président.

[a] Société cotée.

Fonctions et mandats actuels

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SE ^[a] Fred Paris SA	Administrateur Représentant permanent de Ufipar, Administrateur
International	Bulgari SpA (Italie) De Beers Diamond Jewellers Limited (Royaume-Uni) Les Ateliers Horlogers Dior SA (Suisse) TAG Heuer International SA (Luxembourg)	Administrateur délégué Président du Conseil d'administration Administrateur Administrateur

Autres

International	Argenta Holdings Sarl (Luxembourg) Clessidra SGR (Italie) Roberto Cavalli S.p.A. (Italie) Varenne S.p.A. (Italie)	Associé unique non exécutif Vice-Président Exécutif Président du Conseil d'administration Président du Conseil d'administration
---------------	--	--

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2011

International	Bentim International SA (Luxembourg) BootB SpA in liquidazione (Italie) Bulgari Hotels and Resorts BV (Pays-Bas) Bulgari Hotels and Resorts Milano Srl (Italie) Elystone Capital (Suisse) Esprit Holding (Hong Kong) ^[a] UIR – Confindustria Committee (Italie) Hublot SA (Suisse) LVMH Swiss Manufactures SA (Suisse)	Administrateur Administrateur Administrateur Administrateur délégué Président du Conseil d'administration Administrateur indépendant Membre Administrateur Administrateur
---------------	---	---

M. Hubert VÉDRINE

Né le 31 juillet 1947 de nationalité française.
Adresse professionnelle : Hubert Védrine (HV) Conseil – 21, rue Jean Goujon – 75008 Paris (France).
Date de première nomination : 13 mai 2004.
Date de fin de mandat : Assemblée générale annuelle tenue en 2016.
Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 500 actions.

M. Hubert Védrine a exercé diverses fonctions au sein de l'Administration et du Gouvernement français. Il a notamment été Conseiller diplomatique à la Présidence de la République de 1981 à 1986, Porte-parole de la Présidence de la République de 1988 à 1991, Secrétaire général de la Présidence de la République de 1991 à 1995 et Ministre des Affaires étrangères de 1997 à 2002. Début 2003, il a créé une société de Conseil en stratégie géopolitique, « Hubert Védrine (HV) Conseil ».

Fonctions et mandats actuels

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SE ^[a]	Administrateur
--------	--	----------------

Autres

France	Hubert Védrine (HV) Conseil SARL	Associé-gérant
--------	----------------------------------	----------------

Fonctions et mandats ayant cessé postérieurement au 1^{er} janvier 2011

France	Audiovisuel Extérieur de la France SA Ipsos SA ^[a]	Administrateur Administrateur
--------	--	----------------------------------

[a] Société cotée.

1.2. Renouvellements et nominations proposés à l'Assemblée générale

1.2.1. Renouvellements de mandats d'Administrateur

Il sera proposé à l'Assemblée générale du 14 avril 2016 de renouveler les mandats d'Administrateur de :

- Monsieur Bernard Arnault
- Madame Bernadette Chirac
- Monsieur Charles de Croisset
- Monsieur Hubert Védrine.

1.2.2. Nominations en qualité d'Administrateur

Il sera proposé à l'Assemblée générale du 14 avril 2016 de nommer en qualité d'Administrateur :

Mme Clara GAYMARD

Née le 27 janvier 1960 de nationalité française.

Adresse professionnelle : Raise – 138 bis, rue de Grenelle – 75007 Paris.

Mme Clara Gaymard a exercé diverses fonctions au sein de l'administration française notamment à la Direction des Relations

Économiques Extérieures (DREE) au ministère de l'Économie et des Finances (1986-2003) avant de diriger l'Agence Française pour les Investissements Internationaux (2003-2006) puis de rejoindre le groupe General Electric (GE) où elle a exercé la fonction de Présidente France jusqu'en 2016. Mme Clara Gaymard est co-fondatrice de Raise.

Fonctions et mandats actuels

France	Veolia Environnement SA ^[a]	Administrateur
--------	--	----------------

Mme Natacha VALLA

Née le 1^{er} janvier 1976 de nationalité française.

Adresse professionnelle : CEP II – 113 rue de Grenelle – 75007 Paris.

Mme Natacha Valla est économiste. Elle a débuté sa carrière à la Banque Centrale Européenne (2001-2005) puis à la Banque de France (2005-2008) avant de rejoindre Goldman

Sachs en qualité de Directrice Exécutive (2008-2013). Elle est actuellement Directrice adjointe du CEP II, Think-Tank en économie internationale, où elle dirige le programme Macroéconomie et Finance Internationale. Elle est également membre de la Commission Économique de la Nation et du conseil scientifique de l'ACPR.

Fonctions et mandats actuels

Groupe Vinci

France	Société des Autoroutes du Sud de la France SA	Administrateur
	Cofiroute SA	Administrateur

[a] Société cotée.

1.3. Mandats de Censeur

M. Paolo BULGARI

Né le 8 octobre 1937 de nationalité italienne.
 Adresse professionnelle : Bulgari – Lungotevere Marzio, 11 – 00187 Rome (Italie).
 Date de première nomination : 31 mars 2011.
 Date de fin de mandat : Assemblée générale annuelle tenue en 2017.
 Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 500 actions.

Neveu de Sotirio Bulgari, fondateur de la Maison Bulgari, M. Paolo Bulgari débute sa carrière de spécialiste des pierres précieuses au sein de l'entreprise familiale en 1960. Il est Président du groupe Bulgari depuis 1984. Reconnu comme l'un des plus grands experts en pierres précieuses, il est l'âme de la Maison et l'inspirateur de l'équipe créative.

Fonctions et mandats actuels

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SE ^[a]	Censeur
International	Bulgari SpA (Italie)	Président du Conseil d'administration

Autres

International	El Greco Srl (Italie) Podernuovo Srl (Italie)	Président du Conseil d'administration et Administrateur délégué Président du Conseil d'administration
---------------	--	--

M. Patrick HOUËL

Né le 25 juillet 1942 de nationalité française.
 Adresse professionnelle : PGH Consultant – 10, avenue Frédéric Le Play – 75007 Paris (France).
 Date de première nomination au sein du Conseil d'administration : 13 mai 2004.
 Date de fin de mandat : Assemblée générale annuelle tenue en 2017.
 Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 6 000 actions.

M. Patrick Houël a passé sept ans au Crédit Lyonnais, avant de devenir Directeur financier de Jas Hennessy & Co. en 1978. En 1983, il est nommé Directeur financier Adjoint du groupe Moët Hennessy puis Directeur financier de Moët Hennessy en 1985. En 1987 lorsque Moët Hennessy fusionne avec Louis Vuitton, il devient Directeur financier du groupe LVMH, poste qu'il occupe jusqu'en 2004. Il exerce ensuite les fonctions de Conseiller du Président.

Fonctions et mandats actuels

Groupe LVMH/Groupe Arnault

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SE ^[a] Guerlain SA L Capital 2 FCPR L Capital 3 FCPR Le Bon Marché, Maison Aristide Boucicaut SA LV Group SA Parfums Christian Dior SA SA du Château d'Yquem	Censeur Représentant permanent de LVMH, Administrateur Membre du Comité consultatif Membre du Comité consultatif Représentant permanent de LVMH Finance, Administrateur Représentant permanent de Ufipar, Administrateur Représentant permanent de LVMH, Administrateur Représentant permanent de Ufipar, Administrateur
International	L Real Estate SA (Luxembourg)	Administrateur

Autres

France	Mongoual SA PGH Consultant SARL Tikehau Investment Management SAS	Représentant Permanent de la Société Montaigne Jean Goujon, Administrateur Gérant Membre du Conseil de surveillance
--------	---	---

[a] Société cotée.

M. Felix G. ROHATYN

Né le 29 mai 1928 de nationalité américaine.

Adresse professionnelle : Lazard Frères & Co. LLC – 30 Rockefeller Plaza – 62nd Floor – NY 10020 New York (États-Unis).

Date de première nomination au sein du Conseil d'administration : 14 mai 2001.

Date de fin de mandat : Assemblée générale annuelle tenue en 2017.

Nombre d'actions LVMH détenues à titre personnel : 1 000 actions.

M. Felix G. Rohatyn a été Ambassadeur des États-Unis en France de 1997 à 2000. Il était auparavant Associé-gérant de Lazard Frères & Co. LLC. Il a également été membre du Conseil des Gouverneurs du New York Stock Exchange (Bourse de New York) de 1968 à 1972. Il est Conseiller spécial du Président de Lazard Ltd depuis janvier 2010.

Fonctions et mandats actuels**Groupe LVMH/Groupe Arnault**

France	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SE ^[a]	Censeur
--------	--	---------

Autres

International	Carnegie Hall (États-Unis)	Vice-Président honorifique du Conseil d'administration
	Center for Strategic and International Studies (CSIS) (États-Unis)	Membre Honorifique
	Council on Foreign Relations (États-Unis)	Conseiller
	Lazard Ltd (États-Unis) ^[a]	Conseiller spécial du Président

[a] Société cotée.

2. COMMISSAIRES AUX COMPTES

2.1. Commissaires aux comptes titulaires

	Date de début du premier mandat	Mandats en cours	
		Date de nomination	Date de fin de mandat
ERNST & YOUNG et Autres 1, place des Saisons – 92400 Courbevoie – Paris La Défense 1 Représenté par Jeanne Boillet et Gilles Cohen	6 juin 1998	15 avril 2010	Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2015
DELOITTE & ASSOCIÉS 185, avenue Charles de Gaulle – 92524 Neuilly-sur-Seine Cedex Représenté par Thierry Benoit et Guillaume Troussicot	13 mai 2004	15 avril 2010	Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2015

2.2. Commissaires aux comptes suppléants

	Date de début du premier mandat	Mandats en cours	
		Date de nomination	Date de fin de mandat
AUDITEX 1, place des Saisons – 92400 Courbevoie – Paris La Défense 1	15 avril 2010	15 avril 2010	Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2015
M. Denis GRISON 61, rue Regnault – 92075 Paris La Défense	6 juin 1986	15 avril 2010	Assemblée annuelle approuvant les comptes de l'exercice 2015

2.3. Honoraires perçus en 2014 et 2015

(en milliers d'euros, hors taxes)

	ERNST & YOUNG et Autres				DELOITTE & ASSOCIÉS			
	2015		2014		2015		2014	
	Montant	%	Montant	%	Montant	%	Montant	%
Audit								
Commissariat aux comptes, certification, examen des comptes individuels et consolidés :								
- LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton	1 169	7	1 201	8	722	11	722	12
- Filiales consolidées	9 534	56	8 218	54	4 568	67	4 235	68
Autres diligences et prestations directement liées à la mission des Commissaires aux comptes								
- LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton	442	3	537	3	274	4	286	4
- Filiales consolidées	1 730	10	1 351	9	923	13	791	13
	12 875	76	11 307	74	6 487	95	6 034	97
Autres prestations rendues par les réseaux aux filiales consolidées								
Juridique, fiscal, social ^[a]	3 883	22	3 623	24	318	4	148	2
Autres	278	2	378	2	59	1	47	1
	4 161	24	4 001	26	377	5	195	3
Total	17 037	100	15 308	100	6 864	100	6 229	100

[a] Principalement, prestations d'assistance fiscale hors de France, permettant aux filiales et aux expatriés du Groupe de répondre à leurs obligations déclaratives locales.

3. CHARTE DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le Conseil d'administration est l'instance stratégique de la société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton. Compétence, intégrité et responsabilité de ses membres, clarté, collégialité et loyauté des décisions, efficacité et sécurité des contrôles, sont les principes déontologiques qui le gouvernent.

Le Conseil d'administration de LVMH a pour objectifs prioritaires l'accroissement de la valeur de l'entreprise et la défense de l'intérêt social.

Le Conseil d'administration de LVMH garantit le respect de ses droits à chacun des actionnaires participant à la composition de son capital et s'assure que ceux-ci remplissent la totalité de leurs devoirs.

La Société se réfère au Code de gouvernement d'entreprise des sociétés cotées publié par l'AFEP et le MEDEF.

Chacun de ces éléments contribue à la performance et à la transparence de l'entreprise nécessaires à la pérennité de la confiance des actionnaires et des partenaires dans le Groupe.

1. Composition du Conseil d'administration

Le Conseil d'administration est composé d'un nombre maximum de dix-huit membres dont un tiers, au moins, sont désignés parmi des personnalités indépendantes et libres d'intérêts par rapport à la Société.

L'indépendance d'un Administrateur est appréciée par le Conseil d'administration en fonction notamment des critères figurant dans le Code de gouvernement d'entreprise AFEP/MEDEF.

Le nombre d'Administrateurs, ou de représentants permanents de personnes morales, venant de sociétés cotées extérieures dans lesquelles le Président du Conseil d'administration ou un Administrateur exerçant les fonctions de Directeur général ou de Directeur général délégué détient un mandat, est limité à quatre.

Le Président du Conseil d'administration ou un Administrateur exerçant les fonctions de Directeur général ou de Directeur général délégué doit recueillir l'avis du conseil avant d'accepter un nouveau mandat social dans une société cotée.

2. Missions du Conseil d'administration

Outre le choix du mode d'organisation de la Direction générale de la Société et la nomination du Président du Conseil d'administration, du Directeur général et du(des) Directeur(s) général(aux) délégué(s) de la Société, le Conseil d'administration a pour missions principales de :

- veiller au respect de l'intérêt social de la Société et d'en protéger le patrimoine ;
- définir les grandes orientations stratégiques de la Société et du Groupe et d'assurer le suivi de leur mise en œuvre ;

- approuver toute opération significative se situant hors des orientations stratégiques définies par le Conseil d'administration ;
- prendre connaissance de la situation financière, de la situation de trésorerie ainsi que des engagements de la Société ;
- arrêter les comptes annuels et semestriels ;
- prendre connaissance des caractéristiques essentielles des dispositifs de contrôle interne et de gestion des risques retenus et mis en œuvre par la Société ;
- veiller à ce que les risques majeurs encourus par la Société soient adossés à ses stratégies et à ses objectifs, et qu'ils soient pris en compte dans la gestion de la Société ;
- vérifier la qualité, la fiabilité et la sincérité de l'information fournie aux actionnaires sur la Société et le Groupe, et, notamment, s'assurer que le dispositif de pilotage et des systèmes de contrôle interne et de gestion des risques est de nature à garantir la qualité et la fiabilité de l'information financière publiée par la Société et à donner une image fidèle et sincère des résultats et de la situation financière de la Société et du Groupe ;
- fixer les principes et les modalités d'organisation du Comité d'audit de la performance ;
- diffuser les valeurs collectives qui animent l'entreprise et ses salariés, qui régissent les relations avec les consommateurs, ainsi que les rapports avec les partenaires et les fournisseurs de la Société et du Groupe ;
- promouvoir la cohérence du développement économique du Groupe avec une politique sociale et une démarche citoyenne fondées notamment sur le respect de la personne humaine et la préservation de l'environnement dans lequel il agit.

3. Fonctionnement du Conseil d'administration

Le Conseil d'administration tient au minimum quatre réunions dans l'année.

Toute personne physique qui accepte les fonctions d'Administrateur ou de représentant permanent d'une personne morale Administrateur de la Société, prend l'engagement d'assister régulièrement aux réunions du Conseil d'administration et aux Assemblées générales.

Le Conseil peut recourir à des moyens de visioconférence ou de télécommunication pour l'organisation de réunions avec des Administrateurs participant à distance. Toutefois, aucun de ces procédés ne peut être utilisé lorsque le Conseil se réunit pour l'établissement et l'arrêté des comptes annuels et du Rapport de gestion, ainsi que pour l'établissement des comptes consolidés et du rapport sur la gestion du groupe.

Afin de garantir l'identification et la participation effective à la réunion du Conseil des Administrateurs concernés, ces moyens doivent transmettre au moins la voix des participants et satisfaire

à des caractéristiques techniques permettant la retransmission continue et simultanée des délibérations. Toute personne participant à la réunion à distance doit décliner son identité, la présence de toute personne extérieure au Conseil devant être signalée et approuvée par l'ensemble des Administrateurs participant à la réunion.

Les Administrateurs participant à distance par ces moyens de visioconférence ou conférence téléphonique sont réputés présents pour le calcul du quorum et de la majorité.

Le procès-verbal devra mentionner l'identité des Administrateurs qui ont participé à distance à la réunion, la nature du moyen de communication utilisé ainsi que tout incident de transmission survenu au cours de la réunion et qui en a perturbé le déroulement. Sur proposition du Comité de sélection des Administrateurs et des rémunérations, l'absentéisme répété et non justifié d'un Administrateur pourra entraîner la remise en cause de son mandat par le Conseil d'administration.

Afin de lui permettre d'exercer pleinement le mandat qui lui a été conféré, chaque Administrateur reçoit de la Direction générale les informations nécessaires à l'exercice de son mandat.

Les décisions prises par le Conseil d'administration sont adoptées à la majorité simple et ont un caractère collégial.

S'ils le jugent opportun, les Administrateurs indépendants peuvent se réunir en dehors de la présence des autres membres du Conseil d'administration.

Sur des sujets spécifiques ou d'importance, le Conseil d'administration peut désigner en son sein un ou plusieurs comités *ad hoc*.

Chaque membre du Conseil d'administration agit dans l'intérêt et pour le compte de l'ensemble des actionnaires.

Une fois par an, le Conseil d'administration fait le point sur son fonctionnement et informe les actionnaires de ses conclusions dans un rapport à l'Assemblée. Il est procédé, au minimum une fois tous les trois ans, à une évaluation formalisée des travaux du Conseil, de son organisation et de son fonctionnement.

4. Responsabilité

Les membres du Conseil d'administration ont le devoir de connaître les obligations générales ou particulières qui leur incombent du fait de leur charge, de même que les textes légaux ou réglementaires qui l'encadrent.

Les membres du Conseil d'administration sont tenus de garder secrète jusqu'à ce qu'elle soit rendue publique par la Société toute information concernant la Société ou le Groupe dont ils pourraient avoir connaissance dans l'exercice de leurs fonctions.

Les membres du Conseil d'administration s'engagent à n'effectuer, directement ou indirectement, pour leur propre compte ou pour celui de tiers, aucune opération sur les titres de la Société au vu d'informations privilégiées qui leur auraient été communiquées dans le cadre de l'exercice de leurs fonctions et qui ne seraient pas connues du public.

En outre, les Administrateurs s'interdisent de procéder à toutes opérations sur les titres de la Société ou sur des instruments financiers qui leur sont liés ainsi qu'à tout exercice d'options pendant les périodes :

- débutant, selon le cas, le 30^e jour calendaire précédant la date de publication des comptes consolidés annuels et semestriels de la Société ou le 15^e jour calendaire précédant la date de publication du chiffre d'affaires consolidé trimestriel de la Société ; et
- s'achevant (i) si la publication concernée intervient l'après-midi, le lendemain de ladite publication à 14 heures ou, (ii) si elle intervient le matin, le lendemain à 9 heures.

Toutefois, cette interdiction ne s'applique pas à l'exercice d'options de souscription ou d'achat d'actions sous réserve qu'il n'y ait pas revente des actions avant l'expiration de la période de « fenêtre négative » concernée.

Les mandataires sociaux dirigeants s'interdisent de recourir à des opérations de couverture de leur risque tant sur leurs options de souscription ou d'achat que sur les actions issues des levées d'options ou sur leurs actions de performance et ce jusqu'à la fin de leurs périodes respectives de conservation fixées par le Conseil d'administration.

Les Administrateurs s'engagent à :

- prévenir le Président du Conseil d'administration de toute situation de conflit d'intérêts, même potentiel, entre leurs devoirs à l'égard de la Société et leurs intérêts privés et/ou autres devoirs ;
- s'abstenir de participer au vote sur toute délibération les concernant directement ou indirectement ;
- informer le Président du Conseil d'administration de toute opération ou convention conclue avec une société du groupe LVMH à laquelle ils seraient partie prenante ;
- informer le Président du Conseil d'administration de toute mise en examen, condamnation pour fraude, incrimination et/ou sanction publique, interdiction de gérer ou d'administrer qui aurait été prononcée à leur encontre ainsi que de toute faillite, mise sous séquestre ou liquidation à laquelle ils auraient été associés.

Le Président du Conseil d'administration fait part de ces éléments au Comité d'audit de la performance.

5. Rémunération

L'Assemblée générale détermine le montant global des jetons de présence alloués aux membres du Conseil d'administration.

Ce montant est réparti entre l'ensemble des membres du Conseil d'administration et, le cas échéant, des Censeurs sur proposition du Comité de sélection des Administrateurs et des rémunérations, en tenant compte de leurs responsabilités particulières au sein du Conseil (e.g. présidence, vice-présidence, participation à tout comité créé au sein du Conseil).

Le paiement d'une partie de ces jetons est subordonné à la participation des Administrateurs aux réunions du Conseil d'administration et, le cas échéant, du ou des Comités dont ils sont membres selon une règle définie par le Conseil d'administration sur proposition du Comité de sélection des Administrateurs et des rémunérations.

Une rémunération exceptionnelle peut être attribuée à certains Administrateurs pour toute mission spécifique qui leur est confiée. Son montant est déterminé par le Conseil d'administration et communiqué aux Commissaires aux comptes de la Société.

4. RÈGLEMENT INTÉRIEUR DU COMITÉ D'AUDIT DE LA PERFORMANCE

Est constitué au sein du Conseil d'administration un comité spécialisé en charge de l'audit de la performance, agissant sous la responsabilité du Conseil d'administration.

1. Composition du Comité

Le Comité d'audit de la performance est composé de trois Administrateurs au moins, désignés par le Conseil d'administration. Les deux tiers au moins de ses membres sont des Administrateurs indépendants. La majorité des membres du Comité doit avoir exercé des fonctions de Direction générale ou équivalentes ou détenir des compétences particulières en matière financière ou comptable.

Le Conseil d'administration désigne un Président du Comité choisi parmi les membres de celui-ci. La durée maximum des fonctions de Président du Comité est de cinq ans.

Le Président du Conseil d'administration ou un Administrateur exerçant les fonctions de Directeur général ou de Directeur général délégué de LVMH ne peut être membre du Comité.

Un Administrateur ne peut être nommé membre du Comité s'il vient d'une société dans le comité analogue de laquelle siège un Administrateur de LVMH.

2. Rôle du Comité

Le Comité a pour missions principales :

- d'assurer le suivi du processus d'élaboration de l'information financière, notamment des comptes sociaux et consolidés, et de veiller à la qualité de celle-ci ;
- d'assurer le suivi du contrôle légal des comptes sociaux et consolidés par les Commissaires aux comptes, dont il étudie les conclusions et recommandations ;
- de veiller à l'existence, l'adéquation, l'application et l'efficacité des systèmes de contrôle interne et de gestion des risques, d'assurer le suivi de l'efficacité de ces derniers et d'adresser des recommandations à la Direction générale sur les priorités et les orientations générales de l'Audit interne ;

6. Champ d'application

La présente Charte s'applique à l'ensemble des membres du Conseil d'administration, ainsi qu'aux Censeurs. Elle devra être communiquée à tout candidat aux fonctions d'Administrateur de même qu'à tout représentant permanent d'une personne morale avant son entrée en fonction.

- d'examiner les risques pesant sur l'indépendance des Commissaires aux comptes et, le cas échéant, les mesures de sauvegarde prises pour atténuer les risques éventuels d'atteinte à leur indépendance, d'émettre un avis sur les honoraires versés aux Commissaires aux comptes et ceux versés au réseau auquel ils appartiennent par la Société et les sociétés qu'elle contrôle ou qui la contrôlent, que ce soit au titre de leur mission de Commissariat aux comptes ou au titre de missions accessoires, de piloter la procédure de sélection des Commissaires aux comptes de la Société et d'émettre une recommandation sur les nominations à proposer à l'Assemblée générale au vu des résultats de cette consultation ;
- d'analyser l'exposition de la Société et du Groupe aux risques et en particulier à ceux identifiés par les systèmes de contrôle interne et de gestion des risques, ainsi que les engagements hors bilan significatifs de la Société et du Groupe ;
- de prendre connaissance des conventions majeures conclues par une société du Groupe ainsi que des conventions entre une société du Groupe et une société tierce ayant pour dirigeant ou principal actionnaire un Administrateur de la société LVMH. Les opérations significatives entrant dans le champ d'application des dispositions de l'article L.225-38 du Code de commerce font l'objet d'une attestation par un expert indépendant désigné sur proposition du Comité d'audit de la performance ;
- d'évaluer les situations de conflits d'intérêts pouvant affecter un Administrateur et de proposer les mesures propres à les prévenir ou à y remédier.

3. Fonctionnement du Comité

L'acceptation par un Administrateur de la charge de membre du Comité implique qu'il y consacre le temps et l'attention nécessaires.

Le Comité se réunit au minimum deux fois par an, hors la présence du Président du Conseil d'administration, du Directeur général et du(des) Directeur(s) général(aux) délégué(s), préalablement à la tenue des réunions du Conseil d'administration dont l'ordre du jour porte sur l'examen des comptes sociaux et des comptes consolidés annuels ou semestriels.

Le cas échéant, le Comité peut être appelé à tenir des réunions exceptionnelles, lorsque survient un événement pouvant affecter de manière significative les comptes sociaux ou consolidés.

Avant chaque réunion, un dossier contenant les documents et analyses pertinents relatifs aux différents points à l'ordre du jour de la réunion est adressé à chaque membre du Comité.

Tout document communiqué aux membres du Comité dans le cadre de leurs attributions doit être considéré comme confidentiel tant qu'il n'a pas été rendu public par la Société.

Les délibérations du Comité ont un caractère confidentiel et ne doivent faire l'objet d'aucune communication à l'extérieur du Conseil d'administration.

Les décisions du Comité sont adoptées à la majorité simple de ses membres et ont un caractère collégial.

Chaque réunion du Comité fait l'objet d'un compte-rendu.

4. Prérogatives du Comité

Le Comité rend compte de ses travaux au Conseil d'administration. Il lui fait part de ses conclusions, recommandations et propositions.

Le Comité peut demander communication de tout document comptable, juridique ou financier qu'il juge utile à l'accomplissement de sa mission.

À sa demande, et hors la présence du Président du Conseil d'administration, du Directeur général et du(des) Directeur(s) général(aux) délégué(s) de LVMH, le Comité peut, à tout moment, entendre les collaborateurs de la Société responsables de l'établissement des comptes, du contrôle interne, de l'Audit interne, de la gestion des risques, de la trésorerie, de la fiscalité et des affaires juridiques ainsi que les Commissaires aux comptes. Ces entretiens peuvent avoir lieu hors la présence des responsables des fonctions comptables et financières.

Après en avoir informé le Président du Conseil d'administration, le Comité peut recourir à des experts extérieurs si la situation l'exige.

5. Rémunération des membres du Comité

Les membres et le Président du Comité peuvent percevoir un jeton de présence spécifique dont le montant est déterminé par le Conseil d'administration et s'impute sur l'enveloppe globale allouée par l'Assemblée générale.

5. RÈGLEMENT INTÉRIEUR DU COMITÉ DE SÉLECTION DES ADMINISTRATEURS ET DES RÉMUNÉRATIONS

Est constitué au sein du Conseil d'administration un comité spécialisé en charge de la sélection des Administrateurs et des rémunérations agissant sous la responsabilité du Conseil d'administration.

1. Composition du Comité

Le Comité de Sélection des Administrateurs et des rémunérations est composé d'au moins trois Administrateurs et/ou Censeurs. La majorité de ses membres sont indépendants. Ses membres sont désignés par le Conseil d'administration.

Le Conseil d'administration désigne un Président du Comité choisi parmi les membres de celui-ci.

Le Président du Conseil d'administration, les Administrateurs exerçant une fonction de Directeur général ou de Directeur général délégué de LVMH ou rémunérés par une filiale de LVMH ne peuvent être membres du Comité.

Un Administrateur ne peut être nommé membre du Comité s'il vient d'une société dans le comité analogue de laquelle siège un Administrateur de LVMH.

2. Rôle du Comité

Le Comité a pour mission d'émettre, après étude, des avis sur les candidatures et renouvellements aux postes d'Administrateur et de Censeur de la Société en veillant à ce que figurent au sein de son Conseil d'administration des personnalités extérieures et indépendantes de celle-ci. Il débat notamment de la qualité d'Administrateur indépendant des membres du Conseil au regard des critères applicables.

Le Comité est sollicité par le Président du Conseil d'administration ou par les Administrateurs exerçant les fonctions de Directeur général ou de Directeur général délégué pour leur donner un avis sur les candidatures aux fonctions de membre du Comité exécutif du Groupe et de Direction générale de ses principales filiales. Il est l'instance de réflexion en charge de définir les mesures à prendre en cas de vacance imprévisible de l'un de ces postes.

Le Comité émet, après étude, des propositions sur la répartition des jetons de présence versés par la Société et dresse un tableau récapitulatif des jetons de présence effectivement payés à chaque Administrateur.

Il fait des propositions au Conseil sur la rémunération, fixe et variable et sur les avantages en nature (i) du Président du Conseil d'administration, du Directeur général et du (des) Directeur(s) général (aux) délégué(s) de la Société ainsi que (ii) des Administrateurs et Censeurs liés à la Société ou à l'une de ses filiales par un contrat de travail ; le cas échéant, il donne également un avis sur les contrats de consultant conclus, directement ou indirectement, avec ceux-ci. Le Comité fait des recommandations quant aux critères qualitatifs et quantitatifs sur la base desquels sera déterminée la partie variable de la rémunération des dirigeants mandataires sociaux ainsi que sur les conditions de performance applicables à l'exercice des options et à l'attribution définitive des actions gratuites.

Le Comité se prononce sur la politique générale d'attribution d'options et d'actions gratuites au sein du Groupe et fait des propositions sur leur octroi aux dirigeants mandataires sociaux et aux Administrateurs et Censeurs liés à la Société ou à l'une de ses filiales par un contrat de travail.

Il prend position sur les éventuels régimes de retraite complémentaire mis en place par la Société au bénéfice de ses dirigeants et formule des recommandations sur les éventuelles indemnités de départ qui pourraient être versées à un dirigeant mandataire social à l'occasion de la cessation de ses fonctions.

Le Comité fournit un avis sur les rémunérations, fixes et variables, immédiates et différées, ainsi que sur les avantages en nature et les attributions d'options et d'actions gratuites des membres du Comité exécutif du Groupe et des autres dirigeants des principales filiales du Groupe. À cet égard, le Comité peut demander communication des accords conclus et de toutes données comptables relatives aux paiements effectués.

Le Comité s'informe également des procédures concernant les versements d'honoraires et remboursements de frais aux prestataires extérieurs et fait toutes recommandations à ce sujet.

Le Comité prépare chaque année un projet de rapport qu'il soumet au Conseil d'administration, destiné à l'Assemblée générale des actionnaires et relatif aux rémunérations des mandataires sociaux, aux actions gratuites qui leur ont été attribuées au cours de l'exercice ainsi qu'aux options octroyées ou levées par ceux-ci au cours de cette même période. Ce rapport mentionne également la liste des dix salariés de l'entreprise ayant bénéficié des principales dotations et de ceux ayant effectué les principales levées d'options.

3. Fonctionnement du Comité

L'acceptation par un Administrateur de la charge de membre du Comité implique qu'il y consacre le temps et l'attention nécessaires.

Le Comité se réunit à l'initiative, soit de son Président, soit du Président du Conseil d'administration ou de l'Administrateur exerçant les fonctions de Directeur général, soit encore à l'initiative de deux des membres de ce Comité, chaque fois que nécessaire.

Le Président du Conseil d'administration, le Directeur général et le Directeur général délégué ne peuvent participer aux travaux du Comité consacrés à leur rémunération.

Les délibérations du Comité ont un caractère confidentiel et ne doivent faire l'objet d'aucune communication à l'extérieur du Conseil d'administration.

Les décisions du Comité sont adoptées à la majorité simple de ses membres et ont un caractère collégial.

4. Prérogatives du Comité

Le Comité rend compte de ses travaux au Conseil d'administration. Il lui fait part de ses conclusions, recommandations et propositions.

S'ils le jugent nécessaire pour l'accomplissement de leur mission, les membres du Comité peuvent demander que leur soit communiqué tout renseignement disponible.

Tout avis défavorable émis par le Comité sur une proposition devra être motivé.

5. Rémunération des membres du Comité

Les membres et le Président du Comité peuvent percevoir un jeton de présence spécifique dont le montant est déterminé par le Conseil d'administration et s'impute sur l'enveloppe globale allouée par l'Assemblée générale.

6. STATUTS

Les statuts présentés ci-après tiennent compte des modifications proposées à l'Assemblée générale du 14 avril 2016.

Article 1 – Forme

La société, formée le 19 avril 1962 par transformation d'une Société à Responsabilité Limitée en Société Anonyme, a été transformée en société européenne (Société Européenne ou « SE ») par décision de l'Assemblée générale extraordinaire du 10 avril 2014. Elle est régie par les dispositions communautaires et nationales en vigueur ainsi que par les présents statuts.

Article 2 – Objet

1. Toute prise d'intérêt par voie de participation directe ou indirecte, apport(s), fusion, scission ou alliance dans toute société ou groupement existant ou à constituer ayant pour activité toutes opérations commerciales, industrielles, agricoles, mobilières, immobilières ou financières et, notamment :

- le commerce des vins de champagne et autres, des cognacs et autres alcools et, plus généralement, des produits dépendant du secteur alimentaire ;
- le commerce de tous produits pharmaceutiques, de parfumerie et de cosmétique et, plus généralement, de produits se rattachant à l'hygiène, à l'esthétique et aux soins ;
- la fabrication, la vente et la promotion d'articles de voyage, bagages, sacs, maroquinerie, articles d'habillement, accessoires ainsi que de tous objets ou produits de haute qualité et de marque ;
- l'exploitation de domaines viticoles, horticoles et arboricoles ainsi que le développement de tout procédé biotechnologique s'y rapportant ;
- l'exploitation de tous domaines fonciers ;
- l'exploitation de toute marque, griffe, modèle, dessin et, plus généralement, de tout droit de propriété industrielle, littéraire ou artistique.

2. Plus généralement, entreprendre directement toutes opérations commerciales, industrielles, agricoles, viticoles, foncières, mobilières, immobilières, financières, de gestion ou de service dans l'un quelconque des domaines d'activité visés au paragraphe 1 ci-dessus.

Article 3 – Dénomination

La Société a pour dénomination :
LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton

Les actes et documents émanant de la Société et destinés aux tiers, notamment les lettres, factures, annonces et publications diverses, doivent indiquer la dénomination sociale, précédée ou suivie immédiatement et lisiblement des mots « Société Européenne » ou des initiales « SE » et de l'énonciation du montant du capital social, ainsi que le lieu et le numéro d'inscription de la Société au Registre du Commerce et des Sociétés.

Article 4 – Siège social

Le siège social est à Paris – 75008, 22 avenue Montaigne.

Il pourra être transféré en tout autre lieu du même département ou de l'un des départements limitrophes, par décision du Conseil d'administration sous réserve de l'approbation de cette décision par la prochaine Assemblée générale ordinaire, et partout ailleurs en vertu d'une délibération de l'Assemblée générale extraordinaire.

Article 5 – Durée

La durée de la société, qui existe depuis le 1^{er} janvier 1923, est prorogée jusqu'au 31 décembre 2115, sauf les cas de dissolution anticipée ou de prorogation prévus aux présents statuts.

Article 6 – Capital

1. Le capital social est fixé à la somme de 152 094 089,70 euros (cent cinquante-deux millions quatre-vingt-quatorze mille quatre-vingt-neuf euros et soixante-dix centimes) divisé en 506 980 299 actions (cinq cent six millions neuf cent quatre-vingt mille deux cent quatre-vingt-dix-neuf) de 0,30 euros nominal chacune, entièrement libérées.

287 232 actions de F. 50 ont été créées en contrepartie de l'apport net, évalué à F. 34 676 410, fait par la société Champagne Mercier à titre de fusion.

772 877 actions de F. 50 ont été créées en contrepartie de l'apport effectué par les actionnaires de la société Jas Hennessy & Co. de 772 877 actions de ladite société, évaluées à F. 407 306 179.

2 989 110 actions de F. 50 ont été créées en contrepartie de l'apport net, évalué à F. 1 670 164 511, fait par la société Louis Vuitton à titre de fusion.

1 343 150 actions ont été créées en contrepartie de l'apport effectué par la société BM Holding, de 1 961 048 actions de la société Le Bon Marché, Maison Aristide Boucicaut, évaluées à F. 1 700 000 000.

18 037 011 actions de 0,30 euro ont été créées en contrepartie de l'apport effectué par Messieurs Paolo Bulgari, Nicola Bulgari et Francesco Trapani de 166 382 348 actions de la société Bulgari, évaluées à 2 038 183 763 euros.

2. Le capital social peut être augmenté par une décision de l'Assemblée générale extraordinaire des actionnaires. Toutefois, lorsque l'augmentation de capital a lieu par incorporation de réserves, bénéfices ou primes d'émission, l'Assemblée générale qui la décide statue aux conditions de quorum et de majorité des Assemblées générales Ordinaires. L'Assemblée générale extraordinaire peut déléguer au Conseil d'administration, selon toutes modalités autorisées par la loi et les règlements, la compétence et/ou les pouvoirs nécessaires à l'effet de décider ou réaliser une augmentation du capital ou toute autre émission de valeurs mobilières.

3. Le capital social peut, en vertu d'une décision de l'Assemblée générale extraordinaire, être amorti par voie de remboursement égal sur chaque action, au moyen des bénéfices ou réserves, sauf la réserve légale, sans que cet amortissement entraîne sa réduction.

4. Le capital social peut aussi être réduit par une décision de l'Assemblée générale extraordinaire, soit par réduction de la valeur nominale des actions, soit par réduction du nombre de titres.

Article 7 – Libération des actions

Les sommes à verser pour la libération en numéraire des actions souscrites au titre d'une augmentation de capital sont payables dans les conditions prévues par l'Assemblée générale extraordinaire.

Lors de la souscription, le versement initial ne peut être inférieur à un quart de la valeur nominale des actions. La prime d'émission, lorsqu'il en est prévu une, doit être versée en totalité lors de la souscription.

Le versement du reste est appelé par le Conseil d'administration en une ou plusieurs fois dans un délai de cinq ans à compter de la date de réalisation de l'augmentation de capital.

Les appels de fonds sont portés à la connaissance des actionnaires huit jours au moins avant l'époque fixée pour chaque versement par un avis inséré dans un journal d'annonces légales du lieu du siège social, ou par lettre recommandée avec avis de réception adressée aux actionnaires.

Les sommes exigibles sur le montant non libéré des actions sont, sans qu'il soit besoin d'une demande en justice, productives, jour par jour, d'un intérêt calculé au taux de 5 % l'an, à compter de la date de leur exigibilité.

Lorsque les actions en numéraire ne sont pas libérées intégralement au moment de l'émission, elles doivent revêtir la forme nominative et demeurer sous cette forme jusqu'à leur entière libération.

Article 8 – Droits et obligations attachés aux actions

Les droits et obligations attachés à l'action suivent celle-ci, dans quelque main qu'elle passe et la cession comprend tous les dividendes échus et non payés et à échoir et, le cas échéant, la quote-part des réserves et des provisions.

La propriété de l'action entraîne, *ipso facto*, l'approbation par le titulaire des présents statuts, ainsi que celle des décisions des Assemblées générales d'actionnaires.

En plus du droit de vote que la loi attache aux actions, chacune d'elles donne droit, dans la propriété de l'actif social, dans le partage des bénéfices et dans le *boni* de liquidation, à une quotité proportionnelle au nombre et à la valeur nominale des actions existantes.

Le cas échéant, et sous réserve des prescriptions légales impératives, il sera fait masse entre toutes les actions indistinctement de toutes exonérations ou imputations fiscales, comme de toutes

taxations susceptibles d'être prises en charge par la Société, avant de procéder à tout remboursement au cours de l'existence de la Société ou de sa liquidation, de telle sorte que, compte tenu de leur valeur nominale respective, toutes les actions de même catégorie alors existantes reçoivent la même somme nette, quelle que soit leur origine ou leur date de création.

Les actionnaires ne sont responsables du passif social que jusqu'à concurrence du montant nominal des actions qu'ils possèdent.

Chaque fois qu'il est nécessaire de posséder plusieurs actions pour exercer un droit quelconque, les actionnaires font leur affaire personnelle du groupement du nombre d'actions nécessaire.

Article 9 – Forme et transmission des actions

Les actions entièrement libérées revêtent la forme nominative ou au porteur, au choix de l'actionnaire, sous réserve, toutefois, de l'application des dispositions légales relatives à la forme des actions détenues par certaines personnes.

Les actions donnent lieu à une inscription en compte dans les conditions et selon les modalités prévues par les dispositions légales et réglementaires en vigueur.

Toutefois, il pourra être créé des certificats ou tout autre document représentatifs d'actions dans les cas et selon les modalités prévus par la loi et les règlements en vigueur.

La propriété des actions délivrées sous la forme nominative résulte de leur inscription en compte nominatif.

Lorsque le propriétaire des titres n'a pas son domicile sur le territoire français, au sens de l'article 102 du Code civil, tout intermédiaire peut être inscrit pour le compte de ce propriétaire. Cette inscription peut être faite sous la forme d'un compte collectif ou en plusieurs comptes individuels correspondant chacun à un propriétaire.

L'intermédiaire inscrit est tenu, au moment de l'ouverture de son compte auprès soit de la société émettrice, soit de l'intermédiaire financier habilité teneur de compte, de déclarer sa qualité d'intermédiaire détenant des titres pour le compte d'autrui.

Les actions inscrites en compte se transmettent librement par virement de compte à compte.

L'acceptation du cessionnaire n'est exigée que pour les transferts d'actions non entièrement libérées.

Les frais de transfert sont à la charge des cessionnaires.

Les actions non libérées des versements exigibles ne sont pas admises au transfert.

Article 10 – Valeurs mobilières

La Société pourra procéder à l'émission de toute valeur mobilière prévue par la loi.

Il pourra également être créé des certificats ou tout autre document représentatifs de valeurs mobilières dans les cas et selon les modalités prévus par la loi et les règlements en vigueur.

Article 11 – Conseil d'administration

1. Sous réserve des dérogations prévues par la Loi, la Société est administrée par un Conseil composé de trois membres au moins, et, de dix-huit membres au plus, nommés par l'Assemblée générale ordinaire des actionnaires et pouvant être des personnes physiques ou morales.

Toute personne morale doit, lors de sa nomination, désigner une personne physique en qualité de représentant permanent au Conseil d'administration. La durée du mandat du représentant permanent est la même que celle de l'Administrateur personne morale qu'il représente. Lorsque la personne morale révoque son représentant permanent, elle doit aussitôt pourvoir à son remplacement. Les mêmes dispositions s'appliquent en cas de décès ou de démission du représentant permanent.

2. Pendant toute la durée de son mandat, chaque Administrateur doit être propriétaire d'au moins cinq cents (500) actions de la Société.

Si au jour de sa nomination, un Administrateur n'est pas propriétaire du nombre d'actions requis ou si, au cours de son mandat, il cesse d'en être propriétaire, il est d'office réputé démissionnaire s'il n'a pas régularisé sa situation dans le délai de six mois.

3. Nul ne peut être nommé Administrateur si, ayant dépassé l'âge de soixante-dix ans, sa nomination a pour effet de porter à plus du tiers des membres du Conseil le nombre d'Administrateurs ayant dépassé cet âge. Le nombre des Administrateurs ayant dépassé l'âge de soixante-dix ans ne peut excéder le tiers, arrondi, le cas échéant, au chiffre immédiatement supérieur, des membres du Conseil d'administration. Lorsque cette limite est dépassée, l'Administrateur le plus âgé est réputé démissionnaire à l'issue de l'Assemblée générale ordinaire statuant sur les comptes de l'exercice au cours duquel elle a été dépassée.

4. La durée des fonctions des Administrateurs est de trois années. Le mandat d'un Administrateur prend fin à l'issue de la réunion de l'Assemblée générale ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année au cours de laquelle expire le mandat dudit Administrateur.

Toutefois, en vue d'assurer un renouvellement des mandats aussi égal que possible et, en tout cas, complet pour chaque période de trois ans, le Conseil aura la faculté de déterminer, en séance, un ordre de sortie par tirage au sort chaque année, d'un tiers des membres. Une fois le roulement établi, les renouvellements s'effectuent par ancienneté de nomination.

Les Administrateurs sont toujours rééligibles ; ils peuvent être révoqués à tout moment par décision de l'Assemblée générale des actionnaires.

En cas de vacance par décès ou par démission d'un ou plusieurs sièges d'Administrateurs, le Conseil d'administration peut, entre deux Assemblées générales, procéder à des nominations à titre provisoire.

Les nominations effectuées par le Conseil en vertu de l'alinéa ci-dessus sont soumises à la ratification de la plus prochaine

Assemblée générale ordinaire. À défaut de ratification, les délibérations prises et les actes accomplis antérieurement par le Conseil n'en demeurent pas moins valables.

Lorsque le nombre des Administrateurs est devenu inférieur au minimum légal, les Administrateurs restants doivent convoquer immédiatement l'Assemblée générale ordinaire, en vue de compléter l'effectif du Conseil.

L'Administrateur nommé en remplacement d'un autre Administrateur dont le mandat n'est pas expiré ne demeure en fonction que pendant la durée du mandat restant à courir de son prédécesseur.

5. Un salarié de la société ne peut être nommé Administrateur que si son contrat de travail est antérieur à sa nomination et correspond à un emploi effectif. Il ne perd pas, dans ce cas, le bénéfice de son contrat de travail. Le nombre des Administrateurs qui sont liés à la société par un contrat de travail ne peut excéder le tiers des Administrateurs en fonction.

Article 12 – Organisation et fonctionnement du Conseil d'administration

Le Conseil d'administration élit parmi ses membres un Président qui doit être une personne physique. Il détermine la durée de ses fonctions, qui ne peut excéder celle de son mandat d'Administrateur et peut le révoquer à tout moment.

Le Conseil d'administration détermine la rémunération du Président.

Le Président du Conseil d'administration ne peut être âgé de plus de soixante-quinze ans. Si le Président atteint cette limite d'âge au cours de son mandat de Président, il est réputé démissionnaire d'office à l'issue de l'Assemblée générale ordinaire statuant sur les comptes de l'exercice au cours duquel elle a été atteinte. Sous réserve de cette disposition, le Président du Conseil est toujours rééligible.

Le Conseil peut élire parmi ses membres un ou plusieurs vice-présidents, en fixant la durée de leurs fonctions qui ne peut excéder celle de leur mandat d'Administrateur.

Le Conseil constitue un bureau composé du Président du Conseil d'administration, le cas échéant du ou des vice-présidents, et d'un Secrétaire.

Le Secrétaire peut être choisi en dehors des Administrateurs et des actionnaires. Le Conseil fixe la durée de ses fonctions. Le Secrétaire est toujours rééligible.

Article 13 – Réunion du Conseil d'administration

1. Le Conseil d'administration se réunit, sur la convocation de son Président, aussi souvent que l'intérêt de la Société l'exige et au minimum tous les trois mois.

Les convocations sont faites au moyen d'une lettre adressée à chacun des Administrateurs, huit jours avant la réunion, et mentionnant l'ordre du jour de celle-ci, lequel ordre du jour est arrêté par l'auteur de la convocation.

Toutefois, le Conseil peut se réunir sans délai sur convocation verbale et sans ordre du jour préalable :

- si tous les Administrateurs en exercice sont présents ou représentés à cette réunion ; ou
- s'il est réuni par le Président au cours d'une Assemblée d'actionnaires.

Les Administrateurs constituant au moins un tiers des membres du Conseil d'administration peuvent, en indiquant l'ordre du jour de la séance, convoquer le Conseil si celui-ci ne s'est pas réuni depuis plus de deux mois.

Le Conseil se réunit au siège social de la Société ou en tout autre endroit en France ou hors de France.

2. Tout Administrateur peut donner, même par lettre, télégramme, télex ou télécopie, pouvoir à l'un de ses collègues de le représenter à une séance du Conseil, mais chaque Administrateur ne peut représenter qu'un seul de ses collègues.

Le Conseil d'administration se réunit valablement dès lors que la moitié au moins de ses membres sont présents ou représentés.

Sont réputés présents pour le calcul du quorum et de la majorité, les Administrateurs qui participent à la réunion du Conseil par des moyens de visioconférence ou de télécommunication dans les conditions définies par le règlement intérieur du Conseil d'administration. Toutefois, la présence effective ou par représentation sera nécessaire pour toutes délibérations du Conseil relatives à l'arrêté des comptes annuels et des comptes consolidés ainsi qu'à l'établissement du Rapport de gestion et du rapport sur la gestion du Groupe.

Les décisions sont prises à la majorité des membres présents ou représentés, chaque Administrateur disposant d'une voix pour lui-même et d'une voix pour l'Administrateur qu'il représente. En cas de partage des voix, celle du Président de séance est prépondérante.

3. Il est tenu un registre de présence qui est signé par les Administrateurs participant à la séance du Conseil d'administration.

4. Les copies ou extraits des délibérations du Conseil d'administration sont valablement certifiés par le Président du Conseil d'administration, le Directeur général, le Secrétaire du Conseil, l'Administrateur Délégué temporairement dans les fonctions de Président ou un Fondé de Pouvoir habilité à cet effet.

Article 14 – Pouvoirs du Conseil d'administration

Le Conseil d'administration détermine les orientations de l'activité de la Société et veille à leur mise en œuvre. Sous réserve des pouvoirs expressément attribués aux Assemblées d'actionnaires et dans la limite de l'objet social, il se saisit de toute question intéressant la bonne marche de la Société et règle par ses délibérations les affaires qui la concernent.

Dans les rapports avec les tiers, la Société est engagée même par les actes du Conseil d'administration qui ne relèvent pas de l'objet social, à moins qu'elle ne prouve que le tiers savait que

l'acte dépassait cet objet ou qu'il ne pouvait l'ignorer compte tenu des circonstances, étant exclu que la seule publication des statuts suffise à constituer cette preuve.

Le Conseil d'administration procède aux contrôles et vérifications qu'il juge opportuns.

Chaque Administrateur reçoit toutes les informations nécessaires à l'accomplissement de sa mission et peut se faire communiquer tous les documents qu'il estime utiles.

Le Conseil d'administration exerce les pouvoirs définis par la loi et les règlements applicables en France, ou sur délégation ou autorisation de l'Assemblée générale des actionnaires conformément auxdits loi et règlements, notamment le Conseil d'administration :

- Fixe annuellement soit un montant global à l'intérieur duquel le Directeur général peut prendre des engagements au nom de la Société sous forme de caution, aval, garantie ou lettre d'intention contenant une obligation de moyens, soit un montant maximum pour chacun des engagements ci-dessus ; tout dépassement du montant global ou du montant maximum fixé pour un engagement doit faire l'objet d'une décision du Conseil d'administration. Le Directeur général a la faculté de déléguer tout ou partie des pouvoirs reçus conformément à la loi et aux règlements.
- Peut fixer un plafond annuel pour l'émission d'obligations donnant droit, ou non, à d'autres obligations ou à des titres de capital existants et déléguer à un ou plusieurs de ses membres, à son Directeur général ou, en accord avec ce dernier, à un ou plusieurs Directeurs généraux délégués, les pouvoirs nécessaires pour réaliser l'émission d'obligations et en arrêter les modalités dans la limite de ce plafond. Toute utilisation de cette délégation doit faire l'objet d'une information du Conseil d'administration lors de la réunion qui suivra le lancement d'un emprunt.

Les membres du Conseil d'administration sont tenus de ne pas divulguer, même après la cessation de leurs fonctions, les informations dont ils disposent sur la Société et dont la divulgation serait susceptible de porter préjudice aux intérêts de la Société, à l'exclusion des cas dans lesquels une telle divulgation est admise par les dispositions légales ou réglementaires en vigueur ou dans l'intérêt public.

Le Conseil d'administration peut adopter un règlement intérieur qui fixe notamment sa composition, ses missions, son fonctionnement ainsi que la responsabilité de ses membres.

Le Conseil d'administration peut également créer en son sein des comités spécialisés, permanents ou non. Le Conseil d'administration peut notamment, et sans que cette liste soit exhaustive, décider la création d'un Comité spécialisé qui assure le suivi des questions relatives à l'élaboration et au contrôle des informations comptables et financières, d'un Comité en charge des rémunérations et d'un Comité en charge des nominations ; un seul Comité peut être en charge à la fois des rémunérations et des nominations. Des règlements intérieurs, adoptés par le Conseil d'administration fixent leur composition et leurs attributions.

Article 15 – Pouvoirs du Président du Conseil d'administration

1. Le Président du Conseil d'administration préside les réunions du Conseil, organise et dirige les travaux de celui-ci, dont il rend compte à l'Assemblée générale. Il veille au bon fonctionnement des organes de la société et s'assure, en particulier, que les Administrateurs sont en mesure de remplir leur mission.

2. En cas d'empêchement temporaire ou de décès du Président, le Conseil d'administration peut déléguer un Administrateur dans les fonctions de Président.

En cas d'empêchement temporaire cette délégation est donnée pour une durée limitée ; elle est renouvelable. En cas de décès, elle vaut jusqu'à l'élection du nouveau Président.

Article 16 – Direction générale

1. Choix entre les deux modalités d'exercice de la Direction générale

La Direction générale de la Société est assurée, sous sa responsabilité, soit par le Président du Conseil d'administration, soit par une autre personne physique nommée par le Conseil d'administration et portant le titre de Directeur général, selon la décision du Conseil d'administration qui choisit entre les deux modalités d'exercice de la Direction générale. Il en informe les actionnaires dans les conditions réglementaires.

Lorsque la Direction générale de la Société est assumée par le Président du Conseil d'administration, les dispositions ci-après relatives au Directeur général lui sont applicables.

2. Directeur général

Le Directeur général peut être choisi parmi les Administrateurs ou non. Le Conseil détermine la durée de son mandat ainsi que sa rémunération. La limite d'âge pour les fonctions de Directeur général est fixée à soixante-quinze ans. Si le Directeur général atteint cette limite d'âge au cours de son mandat de Directeur général, il est réputé démissionnaire d'office à l'issue de l'Assemblée générale ordinaire appelée à statuer sur les comptes de l'exercice au cours duquel elle a été atteinte.

Le Directeur général est révocable à tout moment par le Conseil d'administration. Si la révocation est décidée sans juste motif, elle peut donner lieu à dommages-intérêts, sauf lorsque le Directeur général assume les fonctions de Président du Conseil d'administration.

Le Directeur général est investi des pouvoirs les plus étendus pour agir en toutes circonstances au nom de la Société. Il exerce ces pouvoirs dans la limite de l'objet social et sous réserve de ceux que la loi attribue expressément aux Assemblées d'actionnaires et au Conseil d'administration.

Il représente la Société dans les rapports avec les tiers. La Société est engagée même par les actes du Directeur général qui ne relèvent pas de l'objet social, à moins qu'elle ne prouve que le tiers savait que l'acte dépassait cet objet ou qu'il ne pouvait l'ignorer compte tenu des circonstances, étant exclu que la seule publication des statuts suffise à constituer cette preuve.

Les dispositions des statuts ou les décisions du Conseil d'administration limitant les pouvoirs du Directeur général sont inopposables aux tiers.

3. Directeurs généraux délégués

Sur proposition du Directeur général, le Conseil d'administration peut nommer une ou plusieurs personnes physiques chargées d'assister le Directeur général avec le titre de Directeur général délégué dont il détermine la rémunération.

Le nombre de Directeurs généraux délégués ne peut être supérieur à cinq.

Les Directeurs généraux délégués sont révocables à tout moment par le Conseil d'administration, sur proposition du Directeur général. Si la révocation est décidée sans juste motif, elle peut donner lieu à dommages-intérêts.

Lorsque le Directeur général cesse ou est empêché d'exercer ses fonctions, les Directeurs généraux délégués conservent, sauf décision contraire du Conseil, leurs fonctions et leurs attributions jusqu'à la nomination du nouveau Directeur général.

En accord avec le Directeur général, le Conseil d'administration détermine l'étendue et la durée des pouvoirs conférés aux Directeurs généraux délégués. Ceux-ci disposent, à l'égard des tiers, des mêmes pouvoirs que le Directeur général.

La limite d'âge pour l'exercice des fonctions de Directeur général délégué est fixée à soixante-cinq ans. Si le Directeur général délégué atteint cette limite d'âge au cours de son mandat de Directeur général délégué, il est réputé démissionnaire d'office à l'issue de l'Assemblée générale ordinaire appelée à statuer sur les comptes de l'exercice au cours duquel elle a été atteinte.

Article 17 – Délégations de pouvoirs

Le Conseil d'administration peut conférer à un ou plusieurs Administrateurs, ou à des tiers actionnaires ou non, avec faculté de substituer, tous pouvoirs, toutes missions et tous mandats spéciaux pour un ou plusieurs objets déterminés.

Il peut décider la création de comités chargés d'étudier les questions que lui-même ou le Directeur général soumet, pour avis, à leur examen. Ces comités exercent leur activité sous la responsabilité du Conseil qui fixe leur composition et leurs attributions, ainsi que, le cas échéant, la rémunération de leurs membres.

Le Directeur général et les Directeurs généraux délégués peuvent, sous leur responsabilité, consentir des délégations de pouvoirs partiels à des tiers.

Article 18 – Conventions soumises à autorisation

Toute convention intervenant entre la Société et l'un de ses Administrateurs ou son Directeur général ou l'un de ses Directeurs généraux délégués, soit directement, soit indirectement, ou par personne interposée, doit être soumise à l'autorisation préalable du Conseil d'administration dans les conditions prévues par la loi.

Il en est de même pour les conventions entre la Société et une autre entreprise si l'un des Administrateurs ou le Directeur général ou l'un des Directeurs généraux délégués de la Société est propriétaire, associé indéfiniment responsable, gérant, Administrateur, Directeur général ou membre du Directoire ou du Conseil de surveillance, ou de façon générale, dirigeant de ladite entreprise.

Il en est de même pour toute convention conclue avec un actionnaire disposant d'une fraction des droits de vote supérieure à 10 % ou avec toute société contrôlant une société actionnaire détenant plus de 10 % du capital de la Société.

Les dispositions qui précèdent ne sont pas applicables aux conventions portant sur les opérations courantes et conclues à des conditions normales. Il en est de même des conventions conclues entre deux sociétés dont l'une détient, directement ou indirectement, la totalité du capital de l'autre, le cas échéant déduction faite du nombre minimum d'actions requis pour satisfaire aux exigences de l'article L.225-1 du Code de commerce.

Article 19 – Conventions interdites

Il est interdit aux Administrateurs autres que les personnes morales, de contracter, sous quelque forme que ce soit, des emprunts auprès de la Société, de se faire consentir par elle un découvert en compte courant ou autrement, et de faire cautionner ou avaliser par elle leurs engagements envers les tiers.

La même interdiction s'applique au Directeur général, aux Directeurs généraux délégués et aux représentants permanents des personnes morales Administrateurs. Elle s'applique également aux conjoints, ascendants, et descendants des personnes visées au présent article, ainsi qu'à toute personne interposée.

Article 20 – Rémunération des Administrateurs

1. L'Assemblée générale ordinaire peut allouer aux Administrateurs, en rémunération de leur activité, une somme fixe annuelle, à titre de jetons de présence, dont le montant est porté dans les charges d'exploitation de la Société.

Le Conseil d'administration répartit ces rémunérations entre ses membres comme il l'entend.

2. Le Conseil d'administration peut autoriser le remboursement des frais de voyage et de déplacement et des dépenses engagés par les Administrateurs dans l'intérêt de la Société.

3. Le Conseil d'administration peut allouer une rémunération à l'Administrateur auquel ont été conférés des pouvoirs, une mission ou un mandat spécial, dans les conditions prévues à l'article 17 des présents statuts. Cette rémunération, portée aux charges d'exploitation, est soumise aux formalités exposées à l'article 18 des présents statuts.

4. Indépendamment des sommes prévues sous les trois paragraphes précédents, ainsi que des salaires des Administrateurs régulièrement liés à la Société par un contrat de travail, et des allocations fixes ou proportionnelles rémunérant les fonctions du Président du Conseil d'administration ou de l'Administrateur provisoirement délégué dans ces fonctions, du Directeur général et le cas échéant des Directeurs généraux délégués, aucune

autre rémunération permanente ou non ne peut être allouée aux Administrateurs.

Article 21 – Collège de Censeurs

L'Assemblée générale peut nommer, sur proposition du Conseil d'administration, des Censeurs dont le nombre ne peut excéder neuf.

En cas de vacance par décès ou par démission d'un ou plusieurs sièges de Censeurs et sous réserve de ratification par la plus prochaine Assemblée générale ordinaire, le Conseil d'administration peut procéder à des nominations à titre provisoire.

Les Censeurs, qui sont choisis parmi les actionnaires à raison de leur compétence, forment un Collège.

Ils sont nommés pour une durée de trois ans prenant fin à l'issue de l'Assemblée générale ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année au cours de laquelle expirent leurs fonctions.

Les Censeurs sont convoqués aux séances du Conseil d'administration et prennent part aux délibérations avec voix consultative, sans que toutefois leur absence puisse nuire à la validité de ces délibérations.

Le Conseil d'administration peut rémunérer les Censeurs par prélèvement sur le montant des jetons de présence alloué par l'Assemblée générale à ses membres.

Article 22 – Commissaires aux comptes

Le contrôle de la Société est exercé, dans les conditions fixées par la loi, par un ou plusieurs Commissaires aux comptes remplissant les conditions légales d'éligibilité. Lorsque les conditions légales sont réunies, la Société doit désigner au moins deux Commissaires aux comptes.

Chaque Commissaire aux Comptes est nommé par l'Assemblée générale ordinaire.

L'Assemblée générale ordinaire nomme un ou plusieurs Commissaires aux comptes suppléants, appelés à remplacer les titulaires en cas de refus, d'empêchement, de démission ou de décès.

Article 23 – Assemblées générales

1. Les Assemblées générales sont convoquées et réunies dans les conditions fixées par la loi. L'ordre du jour des Assemblées figure sur les avis et lettres de convocation ; il est arrêté par l'auteur de la convocation.

Un ou plusieurs actionnaires disposant ensemble d'actions représentant 10 % au moins du capital souscrit peuvent également demander au Conseil d'administration de convoquer l'Assemblée générale en précisant les points à faire figurer à l'ordre du jour.

Lorsque l'Assemblée n'a pu délibérer faute de réunir le quorum requis, la deuxième Assemblée ou, le cas échéant, la deuxième Assemblée prorogée, est convoquée, dans les mêmes formes, dix jours au moins avant la date de l'Assemblée. L'avis et les lettres de convocation de cette deuxième Assemblée reproduisent la date et l'ordre du jour de la première.

Les réunions ont lieu au siège social ou en tout autre lieu précisé dans l'avis de convocation.

Le droit de participer aux Assemblées est subordonné à l'inscription de l'actionnaire dans les registres de la Société.

Il est justifié du droit de participer aux Assemblées par l'inscription en compte des titres au nom de l'actionnaire ou de l'intermédiaire inscrit pour son compte au deuxième jour ouvré précédant l'Assemblée à zéro heure, heure de Paris, soit dans les comptes de titres nominatifs tenus par la Société, soit dans les comptes de titres au porteur tenus par l'intermédiaire habilité. L'inscription en compte des titres au porteur est constatée par une attestation de participation délivrée par l'intermédiaire teneur de compte.

Un actionnaire peut toujours se faire représenter aux Assemblées générales par un autre actionnaire, son conjoint, le partenaire avec lequel il a conclu un pacte civil de solidarité ou par toute autre personne physique ou morale de son choix. Le mandat ainsi que, le cas échéant sa révocation, sont écrits et communiqués à la Société.

Les actionnaires peuvent, dans toutes les Assemblées, voter par correspondance dans les conditions prévues par les dispositions légales et réglementaires. Pour être pris en compte, tout formulaire de vote doit avoir été reçu par la Société trois jours avant l'Assemblée.

Les actionnaires peuvent, dans les conditions fixées par les lois et règlements, adresser leur formule de procuration et/ou de vote par correspondance concernant toute Assemblée soit sous forme de papier, soit, sur décision du Conseil d'administration, par télétransmission. Conformément aux dispositions de l'article 1316-4 alinéa 2 du Code civil, en cas d'utilisation d'un formulaire électronique, la signature de l'actionnaire prend la forme d'un procédé fiable d'identification garantissant son lien avec l'acte auquel elle se rattache.

Un actionnaire qui a exprimé son vote par correspondance ou à distance, envoyé un pouvoir ou demandé sa carte d'admission ou une attestation de participation ne peut plus choisir un autre mode de participation à l'Assemblée.

Dans les conditions prévues par les dispositions législatives et réglementaires en vigueur, les Assemblées générales pourront également, sur décision du Conseil d'administration, être organisées par visioconférence ou par l'utilisation de moyens de télécommunication permettant l'identification des actionnaires.

L'intermédiaire qui a satisfait aux obligations prévues aux septième et huitième alinéas de l'article L.228-1 du Code de commerce peut, en vertu d'un mandat général de gestion des titres, transmettre pour une Assemblée le vote ou le pouvoir d'un propriétaire d'actions tel qu'il a été défini au septième alinéa du même article.

Avant de transmettre des pouvoirs ou des votes en Assemblée générale, l'intermédiaire est tenu, à la demande de la société émettrice ou de son mandataire, de fournir la liste des propriétaires non résidents des actions auxquelles ces droits de vote sont attachés. Cette liste est fournie dans les conditions prévues par la réglementation en vigueur.

Le vote ou le pouvoir émis par un intermédiaire qui, soit ne s'est pas déclaré comme tel, soit n'a pas révélé l'identité des propriétaires des titres, ne peut être pris en compte.

Lorsqu'il en existe un au sein de la Société, deux membres du Comité d'Entreprise, désignés par le Comité, peuvent assister aux Assemblées générales. Ils doivent, à leur demande, être entendus lors de toute délibération requérant l'unanimité des actionnaires.

Les Assemblées sont présidées par le Président du Conseil d'administration ou, en son absence, par le Vice-Président le plus âgé ou, en l'absence de Vice-Président, par un Administrateur spécialement délégué à cet effet par le Conseil. À défaut, l'Assemblée élit elle-même son Président.

Les fonctions de scrutateurs sont remplies par les deux membres de l'Assemblée présents et acceptant ces fonctions qui disposent du plus grand nombre de voix. Le bureau désigne le Secrétaire, lequel peut être choisi en dehors des actionnaires.

Il est tenu une feuille de présence dans les conditions prévues par la loi.

2. Le droit de vote attaché aux actions est proportionnel au capital qu'elles représentent. À égalité de valeur nominale, chaque action de capital ou de jouissance donne droit à une voix.

Toutefois, un droit de vote double de celui conféré aux autres actions, eu égard à la quotité du capital qu'elles représentent, est attribué :

- à toutes les actions entièrement libérées pour lesquelles il sera justifié d'une inscription nominative, depuis trois ans au moins, au nom du même actionnaire ;
- aux actions nominatives attribuées à un actionnaire, en cas d'augmentation du capital par incorporation de réserves, bénéfices ou primes d'émission, à raison d'actions anciennes pour lesquelles il bénéficie de ce droit.

Ce droit de vote double cessera de plein droit pour toute action convertie au porteur ou transférée en propriété. Néanmoins, ne fait pas perdre le droit acquis et n'interrompt pas le délai de trois ans ci-dessus mentionné, tout transfert par suite de succession, de liquidation de communauté de biens entre époux ou de donation entre vifs, au profit d'un conjoint ou d'un parent au degré successible. Il en est de même en cas de transfert par suite d'une fusion ou d'une scission d'une société actionnaire.

Le vote a lieu, et les suffrages sont exprimés, à main levée, ou par assis et levés, ou par appel nominal, selon ce qu'en décide le bureau de l'Assemblée.

Toutefois, le scrutin secret peut être décidé :

- soit par le Conseil d'administration ;
- soit par des actionnaires représentant au moins le quart du capital social et à la condition que le Conseil d'administration ou l'auteur de la convocation en ait reçu la demande écrite deux jours francs au moins avant la réunion.

3. L'Assemblée générale ordinaire est celle qui est appelée à prendre toutes décisions qui ne modifient pas les statuts.

Elle est réunie au moins une fois par an, dans les six mois de la clôture de chaque exercice social, pour statuer sur les comptes de cet exercice.

L'Assemblée générale ordinaire réunie sur première convocation ne délibère valablement que si les actionnaires présents ou représentés possèdent au moins le cinquième des actions ayant le droit de vote. L'Assemblée générale ordinaire réunie sur deuxième convocation délibère valablement quel que soit le nombre d'actionnaires présents ou représentés.

Les délibérations de l'Assemblée générale ordinaire sont prises à la majorité des voix valablement exprimées. Les voix exprimées ne comprennent pas celles attachées aux actions pour lesquelles l'actionnaire n'a pas pris part au vote, ou s'est abstenu ou a voté blanc ou nul.

4. L'Assemblée générale extraordinaire est seule habilitée à modifier les statuts dans toutes leurs dispositions. Elle ne peut toutefois augmenter les engagements des actionnaires sous réserve des opérations résultant d'un regroupement d'actions régulièrement effectué.

En ce qui concerne l'Assemblée générale extraordinaire, le quorum est du quart des actions ayant droit de vote sur première convocation et du cinquième sur deuxième convocation ou en cas de prorogation de la deuxième Assemblée.

Les délibérations de l'Assemblée générale extraordinaire sont prises à la majorité des deux tiers des voix valablement exprimées. Les voix exprimées ne comprennent pas celles attachées aux actions pour lesquelles l'actionnaire n'a pas pris part au vote, ou s'est abstenu ou a voté blanc ou nul.

5. Les copies ou extraits des procès-verbaux de l'Assemblée sont valablement certifiés par le Président du Conseil d'administration, par le Directeur général ou par le Secrétaire de l'Assemblée.

Les Assemblées générales Ordinaires et Extraordinaires exercent leurs pouvoirs respectifs dans les conditions prévues par la loi.

6. Dans les Assemblées générales Extraordinaires à forme constitutive, c'est-à-dire celles appelées à délibérer sur l'approbation d'un apport en nature ou l'octroi d'un avantage particulier, l'apporteur ou le bénéficiaire n'a voix délibérative ni pour lui-même ni comme mandataire.

7. S'il existe plusieurs catégories d'actions, aucune modification ne peut être faite aux droits des actions d'une de ces catégories sans vote conforme d'une Assemblée générale extraordinaire ouverte à tous les actionnaires et, en outre, sans vote également conforme d'une Assemblée Spéciale ouverte aux seuls propriétaires des actions de la catégorie intéressée.

En ce qui concerne l'Assemblée Spéciale, le quorum est du tiers des actions ayant droit de vote sur première convocation et du cinquième sur deuxième convocation ou en cas de prorogation de la deuxième Assemblée.

Les délibérations de l'Assemblée Spéciale sont prises à la majorité des deux tiers des voix valablement exprimées. Les voix exprimées ne comprennent pas celles attachées aux actions

pour lesquelles l'actionnaire n'a pas pris part au vote, ou s'est abstenu ou a voté blanc ou nul.

Article 24 – Information sur la détention du capital social

Toute personne physique ou morale venant à détenir une fraction du capital égale ou supérieure à un pour cent doit porter à la connaissance de la Société le nombre total d'actions qu'elle détient. L'information doit être effectuée dans un délai de quinze jours à compter du jour où la fraction est atteinte.

Cette obligation s'applique chaque fois que la part du capital détenue augmente d'au moins un pour cent. Toutefois, elle cesse lorsque la part de capital détenue est égale ou supérieure à 60 % du capital.

En cas de non-respect de cette disposition et sur demande, consignée dans le procès-verbal de l'Assemblée générale, d'un ou plusieurs actionnaires détenant 5 % au moins du capital de la Société, les actions excédant la fraction qui aurait dû être déclarée sont privées du droit de vote pour toute Assemblée d'actionnaires qui se tiendrait jusqu'à l'expiration d'un délai de trois mois suivant la date de régularisation de la notification.

Article 25 – Identification des détenteurs de titres

La Société est en droit, dans les conditions légales et réglementaires en vigueur, de demander à tout moment, contre rémunération à sa charge dont le montant maximum est fixé par arrêté du Ministre chargé de l'Économie, au dépositaire central d'instruments financiers, le nom ou, s'il s'agit d'une personne morale, la dénomination sociale, la nationalité et l'adresse des détenteurs de titres conférant immédiatement ou à terme le droit de vote dans ses propres Assemblées d'actionnaires, ainsi que la quantité de titres détenue par chacun d'eux et, le cas échéant, les restrictions dont les titres peuvent être frappés.

La Société au vu de la liste transmise par l'organisme susmentionné, a la faculté de demander, soit par l'entremise de cet organisme, soit directement, aux personnes figurant sur cette liste et dont la Société estime qu'elles pourraient être inscrites pour compte de tiers les informations concernant les propriétaires des titres prévues ci-dessus.

Ces personnes sont tenues, lorsqu'elles ont la qualité d'intermédiaire, de révéler l'identité des propriétaires de ces titres. L'information est fournie directement à l'intermédiaire financier habilité teneur de compte, à charge pour ce dernier de la communiquer, selon le cas, à la société émettrice ou à l'organisme susmentionné.

Article 26 – Exercice social

Chaque exercice social a une durée d'une année qui commence le premier janvier et s'achève le trente et un décembre de chaque année.

Article 27 – Comptes annuels

Le Conseil d'administration tient une comptabilité régulière des opérations sociales et dresse des comptes annuels conformément aux lois et usages du commerce.

Article 28 – Affectation des résultats et répartition des bénéfices

Sur le bénéfice de l'exercice social, diminué le cas échéant des pertes antérieures, il est obligatoirement fait un prélèvement d'au moins cinq pour cent (5 %) affecté à la formation d'un fonds de réserve dit « réserve légale ». Ce prélèvement cesse d'être obligatoire lorsque le montant de la réserve légale atteint le dixième du capital social.

Le bénéfice distribuable est constitué par le bénéfice de l'exercice, diminué des pertes antérieures et du prélèvement prévu à l'alinéa précédent et augmenté du report bénéficiaire.

Sur ce bénéfice, et en fonction des décisions de l'Assemblée, il est d'abord prélevé la somme nécessaire pour distribuer aux actionnaires un premier dividende égal à cinq pour cent (5 %) du montant libéré et non amorti des actions qu'ils possèdent.

Ce dividende n'est pas cumulatif d'un exercice aux suivants.

Sur le surplus, l'Assemblée générale a la faculté de prélever les sommes qu'elle juge à propos de fixer pour les affecter à la dotation de tous les fonds de réserves facultatives, ordinaires ou extraordinaires, ou les reporter à nouveau, le tout dans la proportion qu'elle détermine.

Le solde, s'il en existe un, est réparti entre les actionnaires à titre de super dividende.

En outre, l'Assemblée générale peut décider la mise en distribution de sommes prélevées sur les réserves dont elle a la disposition, soit pour fournir ou compléter un dividende, soit à titre de distribution exceptionnelle ; en ce cas, la décision indique expressément les postes de réserve sur lesquels les prélèvements sont effectués. Toutefois, les dividendes sont prélevés par priorité sur le bénéfice distribuable de l'exercice.

L'Assemblée générale peut également décider la mise en distribution de biens figurant à l'actif de la Société et notamment de valeurs mobilières négociables par imputation sur les bénéfices, le report à nouveau, les réserves ou les primes. L'Assemblée générale peut décider que les droits formant rompus ne seront ni négociables ni cessibles, nonobstant les dispositions du dernier paragraphe de l'article 8 des statuts. L'Assemblée générale pourra notamment décider que, lorsque la quote-part de la distribution à laquelle l'actionnaire a droit ne correspond pas à un nombre entier de l'unité de mesure retenue pour la distribution, l'actionnaire recevra le nombre entier de l'unité de mesure immédiatement inférieur complété d'une soulte en numéraire.

Lorsqu'un bilan établi au cours ou à la fin de l'exercice et certifié par un Commissaire aux Comptes fait apparaître que la Société, depuis la clôture de l'exercice précédent, après constitution des amortissements et provisions nécessaires et déduction faite s'il y a lieu des pertes antérieures, ainsi que des sommes à porter en réserve en application de la loi ou des présents statuts, et prise en compte s'il y a lieu du report bénéficiaire antérieur, dispose d'un bénéfice, le Conseil d'administration peut décider de distribuer, avant l'approbation des comptes de l'exercice, des acomptes sur dividende dont il fixe les modalités et en

particulier le montant et la date de répartition. Ces acomptes peuvent être distribués en numéraire ou en nature, notamment par attribution de biens figurant à l'actif de la Société (en ce compris des valeurs mobilières négociables). En cas de distribution d'un acompte en nature, le Conseil d'administration peut décider que les droits formant rompus ne seront ni négociables ni cessibles, nonobstant les dispositions du dernier paragraphe de l'article 8 des statuts. Le Conseil d'administration pourra notamment décider que, lorsque la quote-part de la distribution à laquelle l'actionnaire a droit ne correspond pas à un nombre entier de l'unité de mesure retenue pour la distribution, l'actionnaire recevra le nombre entier de l'unité de mesure immédiatement inférieur complété d'une soulte en numéraire. Le montant de ces acomptes ne peut excéder le montant du bénéfice défini au présent alinéa.

Tout dividende distribué en violation des règles ci-dessus énoncées est un dividende fictif.

Si le résultat de l'exercice fait apparaître une perte, celle-ci, après approbation des comptes annuels par l'Assemblée générale ordinaire, est soit diminuée du report bénéficiaire, soit augmentée du report déficitaire ; si le solde est négatif, il est reporté à nouveau pour être imputé sur les bénéfices des exercices ultérieurs jusqu'à extinction.

Article 29 – Mise en paiement des dividendes

Les modalités de mise en paiement des dividendes sont fixées par l'Assemblée générale ou, à défaut, par le Conseil d'administration.

Toutefois, la mise en paiement des dividendes doit avoir lieu dans le délai maximal de neuf mois après la clôture de l'exercice, sauf prorogation de ce délai par décision de justice.

L'Assemblée générale, statuant sur les comptes de l'exercice, a la faculté d'accorder à chaque actionnaire pour tout ou partie du dividende mis en distribution ou des acomptes sur dividende une option entre le paiement du dividende ou des acomptes sur dividende en numéraire ou en actions.

La demande de paiement du dividende en actions doit intervenir dans un délai fixé par l'Assemblée générale sans qu'il puisse être supérieur à trois mois à compter de ladite Assemblée générale.

Aucune répétition de dividende ne peut être exigée des actionnaires, sauf lorsque les deux conditions suivantes sont réunies :

- la distribution a été effectuée en violation des dispositions légales ;
- la Société a établi que les bénéficiaires avaient connaissance du caractère irrégulier de cette distribution au moment de celle-ci ou ne pouvaient l'ignorer compte tenu des circonstances.

Le cas échéant, l'action en répétition se prescrit dans le délai prévu par la loi.

Les dividendes non réclamés dans les cinq ans de leur mise en paiement sont prescrits.

Article 30 – Dissolution anticipée

L'Assemblée générale extraordinaire peut, à toute époque, prononcer la dissolution anticipée de la Société.

Article 31 – Perte de la moitié du capital social

Si, du fait des pertes constatées dans les documents comptables, les capitaux propres de la Société deviennent inférieurs à la moitié du capital social, le Conseil d'administration doit, dans les quatre mois de l'approbation des comptes ayant fait apparaître cette perte, convoquer l'Assemblée générale extraordinaire à l'effet de décider s'il y a lieu à dissolution anticipée de la Société.

Si la dissolution n'est pas prononcée, le capital doit, au plus tard à la clôture du deuxième exercice suivant celui au cours duquel la constatation des pertes est intervenue, et sous réserve des dispositions légales relatives au capital minimum des sociétés anonymes, être réduit d'un montant au moins égal à celui des pertes qui n'ont pu être imputées sur les réserves, si dans ce délai les capitaux propres n'ont pas été reconstitués à concurrence d'une valeur au moins égale à la moitié du capital social.

À défaut de réunion de l'Assemblée générale, comme dans le cas où cette Assemblée n'a pu délibérer valablement, tout intéressé peut demander en justice la dissolution de la Société.

Article 32 – Effets de la dissolution

La société est en liquidation dès l'instant de sa dissolution pour quelque cause que ce soit. Sa personnalité morale subsiste pour les besoins de cette liquidation jusqu'à la clôture de celle-ci.

Pendant toute la durée de la liquidation, l'Assemblée générale conserve les mêmes pouvoirs qu'au cours de l'existence de la Société.

Les actions demeurent négociables jusqu'à la clôture de la liquidation.

La dissolution de la société ne produit ses effets à l'égard des tiers qu'à compter de la date à laquelle elle est publiée au Registre du Commerce et des Sociétés.

Article 33 – Nomination des liquidateurs – pouvoirs

À l'expiration de la durée de la société ou en cas de dissolution anticipée, l'Assemblée générale règle le mode de liquidation et nomme un ou plusieurs liquidateurs dont elle détermine les pouvoirs et qui exercent leurs fonctions conformément à la loi. La nomination des liquidateurs met fin aux fonctions des Administrateurs et, s'il en existe, des Censeurs.

Article 34 – Liquidation – clôture

Après extinction du passif, le solde de l'actif est d'abord employé au paiement aux actionnaires du montant du capital versé sur leurs actions et non amorti.

Le surplus, s'il y a lieu, est réparti entre toutes les actions.

Les actionnaires sont convoqués en fin de liquidation pour statuer sur le compte définitif, sur le quitus de la gestion des liquidateurs et la décharge de leur mandat, et pour constater la clôture de la liquidation.

La clôture de la liquidation est publiée conformément à la loi.

Article 35 – Contestations

Tous litiges entre la société et l'un quelconque des actionnaires auxquels pourraient donner lieu les présents statuts ou qui en seraient la suite ou la conséquence seront de la compétence exclusive du Tribunal de Commerce de Paris.

AUTRES INFORMATIONS

Renseignements de caractère général concernant la Société et son capital ; Bourse

1.	RENSEIGNEMENTS CONCERNANT LA SOCIÉTÉ	254
1.1.	Rôle de la Société dans le Groupe	254
1.2.	Informations générales	254
1.3.	Informations complémentaires	254
2.	RENSEIGNEMENTS CONCERNANT LE CAPITAL	255
2.1.	Capital social	255
2.2.	Capital autorisé	255
2.3.	État des délégations et autorisations données au Conseil d'administration	255
2.4.	Identification des porteurs de titres	255
2.5.	Titres non représentatifs du capital	255
2.6.	Titres donnant accès au capital	255
2.7.	Évolution du capital de la Société au cours des trois derniers exercices	256
3.	RÉPARTITION DU CAPITAL ET DES DROITS DE VOTE	256
3.1.	Actionnariat de la Société	256
3.2.	Modifications intervenues dans la répartition du capital au cours des trois derniers exercices	257
3.3.	Nantissements d'actions détenues au nominatif pur par les principaux actionnaires	258
3.4.	Personnes morales ou physiques pouvant exercer un contrôle sur la Société	258
4.	MARCHÉ DES INSTRUMENTS FINANCIERS ÉMIS PAR LVMH	258
4.1.	Marché de l'action LVMH	258
4.2.	Programme de rachat d'actions	259
4.3.	Marché des obligations LVMH	259
4.4.	Dividende	260
4.5.	Évolution du capital social	260
4.6.	Performance par action	260

1. RENSEIGNEMENTS CONCERNANT LA SOCIÉTÉ

1.1. Rôle de la Société dans le Groupe

La société LVMH assure la direction et la coordination des activités opérationnelles de l'ensemble de ses filiales et apporte à celles-ci diverses prestations d'assistance au management, en particulier en matière juridique, financière, fiscale ou dans le domaine des assurances.

L'ensemble de ces prestations est rémunéré par des facturations aux filiales concernées, sur la base du prix de revient réel ou aux conditions normales de marché, selon la nature de la prestation.

Pour l'exercice 2015, LVMH a facturé à ses filiales un montant de 140,7 millions d'euros au titre de l'assistance de gestion.

LVMH assure également la gestion de la dette financière à long terme du Groupe et du risque de taux associé, ainsi que des opérations de change pour son propre compte.

Les marques du Groupe appartenant aux différentes filiales d'exploitation, LVMH ne perçoit aucune redevance à ce titre.

1.2. Informations générales

Le texte complet des statuts en vigueur figure dans la partie « *Autres informations – Gouvernance* ».

Dénomination sociale (article 3 des statuts) : LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton.

Siège social (article 4 des statuts) : 22, avenue Montaigne, 75008 Paris. Téléphone : 33 (1) 44 13 22 22.

Forme juridique (article 1 des statuts) : société européenne. La Société a été transformée de société anonyme en société européenne le 27 octobre 2014.

Législation de la Société (article 1 des statuts) : Société régie par le droit français.

Registre du Commerce et des Sociétés : la Société est identifiée au Registre du Commerce et des Sociétés sous le numéro 775 670 417 Paris. Code APE : 6420Z.

Date de constitution – Durée (article 5 des statuts) : LVMH a été constituée le 1^{er} janvier 1923 pour une durée de 99 ans expirant le 31 décembre 2021, sauf dissolution anticipée ou prorogation décidée par l'Assemblée générale extraordinaire des actionnaires. Il sera proposé à l'Assemblée générale du 14 avril 2016 de proroger par anticipation la durée de la Société de 99 ans à compter du 1^{er} janvier 2017, soit jusqu'au 31 décembre 2115.

Lieu de consultation des documents relatifs à la Société : les statuts, comptes et rapports, procès-verbaux d'Assemblées générales peuvent être consultés au siège social à l'adresse mentionnée ci-dessus.

1.3. Informations complémentaires

Le texte complet des statuts en vigueur figure dans la partie « *Autres informations – Gouvernance* ».

Objet social (article 2 des statuts) : toute prise d'intérêt dans toute société ou groupement ayant notamment pour activité le commerce des vins de champagne, des cognacs et autres alcools, de tous produits de parfumerie et de cosmétique ; la fabrication et la vente d'articles de maroquinerie, habillement, accessoires ainsi que de tous objets ou produits de haute qualité et de marque ; l'exploitation de domaines viticoles ; l'exploitation de tout droit de propriété intellectuelle.

Exercice social (article 26 des statuts) : du 1^{er} janvier au 31 décembre.

Répartition statutaire des bénéfices (article 28 des statuts) : il est d'abord prélevé sur le bénéfice distribuable la somme nécessaire pour distribuer aux actionnaires un premier dividende égal à 5 % du montant libéré et non amorti des actions qu'ils possèdent. Sur le surplus, l'Assemblée générale a la faculté de prélever les sommes qu'elle juge à propos de fixer pour les affecter à la dotation de tous les fonds de réserves facultatives,

ordinaires ou extraordinaires, ou de les reporter à nouveau. Le solde, s'il en existe un, est réparti entre les actionnaires à titre de super dividende.

L'Assemblée générale peut également décider la mise en distribution de sommes prélevées sur les réserves dont elle a la disposition, soit pour fournir ou compléter un dividende, soit à titre de distribution exceptionnelle.

Assemblées générales (article 23 des statuts) : les Assemblées générales sont convoquées et réunies dans les conditions fixées par la loi et les décrets en vigueur.

Droits, privilèges et restrictions attachés aux actions (articles 6, 8, 23 et 28 des statuts) : les actions sont toutes de même catégorie, nominative ou au porteur.

Chaque action donne droit à une quotité proportionnelle dans la propriété de l'actif social, et dans le partage des bénéfices et du *boni* de liquidation. Chaque fois qu'il est nécessaire de posséder plusieurs actions pour exercer un droit, les actionnaires font leur affaire personnelle du regroupement du nombre d'actions nécessaire.

Un droit de vote double de celui conféré aux autres actions est attribué à toutes les actions entièrement libérées pour lesquelles il sera justifié d'une inscription nominative depuis trois ans au moins au nom du même actionnaire ainsi qu'aux actions nominatives attribuées à un actionnaire en cas d'augmentation du capital par incorporation de réserves, bénéfices ou primes d'émission, à raison d'actions anciennes pour lesquelles il bénéficie de ce droit. Ce droit peut être supprimé par décision de l'Assemblée générale extraordinaire après ratification de l'Assemblée Spéciale des titulaires de ce droit.

Franchissements de seuil (article 24 des statuts) : indépendamment des obligations légales, les statuts disposent que toute personne physique ou morale venant à détenir une fraction du

capital égale ou supérieure à 1 % doit porter à la connaissance de la Société le nombre total d'actions qu'elle détient. Cette obligation s'applique chaque fois que la part du capital détenue augmente d'au moins 1 %. Elle cesse lorsque l'actionnaire concerné atteint le seuil de 60 % du capital.

Actions nécessaires pour modifier les droits des actionnaires : les statuts ne contiennent aucune disposition soumettant la modification des droits des actionnaires à des conditions plus strictes que la loi.

Dispositions régissant les modifications du capital social : les statuts ne contiennent aucune disposition soumettant les modifications du capital à des conditions plus strictes que la loi.

2. RENSEIGNEMENTS CONCERNANT LE CAPITAL

2.1. Capital social

Au 31 décembre 2015, le capital social de la Société s'élevait à 152 141 733 euros divisé en 507 139 110 actions de 0,30 euro de nominal chacune, entièrement libérées.

Le Conseil d'administration, dans sa séance du 2 février 2016, a constaté l'augmentation du capital social résultant au 31 décembre 2015 de levées d'options de souscription d'actions

puis décidé de réduire le capital social d'un nombre équivalent à celui des actions émises. Au 2 février 2016, le capital social s'élevait à 152 094 089,70 euros divisé en 506 980 299 actions de 0,30 euro de nominal chacune, entièrement libérées. Parmi ces 506 980 299 actions 229 783 932 actions bénéficiaient d'un droit de vote double.

2.2. Capital autorisé

Au 31 décembre 2015, le capital autorisé de la Société s'élevait à 201 977 451,30 euros divisé en 673 258 171 actions de 0,30 euro de valeur nominale.

Le capital autorisé correspond au montant maximum que pourrait atteindre le capital social en cas d'utilisation par le Conseil d'administration de la totalité des autorisations et délégations de compétence votées par l'Assemblée générale lui permettant d'en augmenter le montant.

2.3. État des délégations et autorisations données au Conseil d'administration

Cet état figure au point 5.1 « État des délégations et autorisations en cours » du « *Rapport de gestion du Conseil d'administration – La société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton* ».

2.4. Identification des porteurs de titres

L'article 25 des statuts autorise la Société à mettre en œuvre une procédure d'identification des détenteurs de titres.

2.5. Titres non représentatifs du capital

La Société n'a pas émis d'actions non-représentatives du capital social.

2.6. Titres donnant accès au capital

Aucun titre donnant accès au capital, autre que les options de souscription décrites au paragraphe 4.4.2 du « *Rapport de gestion du Conseil d'administration – La société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton* », n'était en vie au 31 décembre 2015.

2.7. Évolution du capital de la Société au cours des trois derniers exercices

(en milliers d'euros)

<i>(en milliers d'euros)</i>		Variation du capital			Capital après opération	
	Nature des opérations	Nombre d'actions	Nominal	Prime	Montant	Nombre cumulé d'actions
Au 31 décembre 2012					152 449	508 163 349
Exercice 2013	Émission d'actions ^(a)	901 622	270	58 545	152 719	509 064 971
"	Annulation d'actions	1 395 106	(418)	(65 336)	152 300	507 669 865
"	Émission d'actions ^(a)	123 796	37	7 328	152 338	507 793 661
Exercice 2014	Émission d'actions ^(a)	980 323	294	59 223	152 632	508 773 984
"	Annulation d'actions	1 062 271	(319)	(49 749)	152 314	507 711 713
Exercice 2015	Émission d'actions ^(a)	552 137	165	34 652	152 479	508 263 850
	Annulation d'actions	1 124 740	(337)	(110 739)	152 142	507 139 110
Au 31 décembre 2015					152 142	507 139 110

[a] Dans le cadre de levées d'options de souscription d'actions.

3. RÉPARTITION DU CAPITAL ET DES DROITS DE VOTE

3.1. Actionnariat de la Société

Au 31 décembre 2015, le capital social était constitué de 507 139 110 actions :

- 231 301 400 actions étaient sous forme nominative pure ;
- 6 423 366 actions étaient sous forme nominative administrée ;
- 269 414 344 actions étaient au porteur.

Compte tenu des titres auto-détenus, 502 799 189 actions bénéficiaient du droit de vote, dont 229 780 453 actions d'un droit de vote double.

Actionnaires	Nombre d'actions	Nombre de droits de vote ^[a]	% du capital	% des droits de vote
Financière Jean Goujon	207 821 325	415 642 650	40,98	56,74
Famille Arnault et autres sociétés contrôlées ^[b]	28 691 463	45 176 631	5,66	6,16
Autres actionnaires	270 626 322	271 760 361	53,36	37,10
Total au 31 décembre 2015	507 139 110	732 579 642	100,00	100,00

[a] Droits de vote exerçables en Assemblée.

[b] Le Groupe Familial Arnault, composé de la Famille Arnault et des sociétés contrôlées par elle, dont Financière Jean Goujon, détenait directement et indirectement 46,64 % du capital de la Société et 62,90 % des droits de vote exerçables en Assemblée (voir également points 3.2 et 3.4 ci-après).

Sur la base de l'actionnariat nominatif et des informations résultant de l'enquête Euroclear effectuée en décembre 2015 auprès des établissements financiers dépositaires d'un minimum de 100 000 actions de la Société et limitée aux actionnaires détenant au moins 1000 actions, la Société compte environ 4 000 actionnaires. Les actionnaires résidents et non-résidents représentent respectivement 66 % et 34 % du capital (voir Rapport annuel 2015 « Structure du capital »).

Sous réserve de ce qui est indiqué au paragraphe 3.4 ci-dessous, à la connaissance de la Société :

- aucun actionnaire ne détenait au moins 5 % du capital et des droits de vote au 31 décembre 2015 ;
- il n'existe aucun actionnaire détenant directement, indirectement ou de concert 5 % ou plus du capital ou des droits de vote ;
- il n'existe aucun pacte d'actionnaires portant sur au moins 0,5 % du capital ou des droits de vote ni aucune action de concert.

Au 31 décembre 2015, les membres du Conseil d'administration et du Comité exécutif détenaient directement, à titre personnel et au nominatif, moins de 0,1 % du capital et des droits de vote de la Société.

Au 31 décembre 2015, la Société détenait 4 339 921 de ses propres actions. 1 359 960 actions étaient comptabilisées en valeurs mobilières de placement, avec principalement pour objectif la couverture de plans d'attribution d'actions gratuites. 2 979 961 actions étaient comptabilisées en titres immobilisés, avec principalement pour objectif la couverture de plans d'options de souscription existants. Conformément à la loi, ces actions sont privées du droit de vote.

Au 31 décembre 2015, les salariés de la Société et des sociétés qui lui sont liées au sens de l'article L.225-180 du Code de commerce, détenaient, dans le cadre des plans d'épargne d'entreprise, moins de 0,1 % du capital social.

Au cours de l'exercice 2015, les groupes MFS et Amundi ont informé la Société de différents franchissements à la hausse et/ou à la baisse de seuils statutaires compris entre 1,99 % et 2,99 % du capital. Aux termes des dernières notifications reçues en 2015,

le groupe MFS détenait 2,89 % du capital et 1,99 % des droits de vote théoriques et le groupe Amundi détenait 2 % du capital et 1,39 % des droits de vote théoriques.

Aucune offre publique d'achat ou d'échange ni aucune garantie de cours n'ont été effectuées par des tiers sur les actions de la Société au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2015 et au 12 février 2016.

Les principaux actionnaires de la Société disposent de droits de vote identiques à ceux des autres actionnaires.

Afin d'assurer le respect des droits de chacun des actionnaires, la Charte du Conseil d'administration prévoit la nomination d'au moins un tiers d'Administrateurs indépendants. En outre, le Comité d'audit de la performance doit compter au moins deux tiers de membres indépendants et le Comité de sélection des Administrateurs et des rémunérations une majorité de membres indépendants.

3.2. Modifications intervenues dans la répartition du capital au cours des trois derniers exercices

Au 31 décembre 2015

Actionnaires	Nombre d'actions	% du capital	Droits de vote théoriques	% droits de vote théoriques	Droits de vote exerçables en AG	% droits de vote exerçables en AG
Financière Jean Goujon ^(a)	207 821 325	40,98	415 642 650	56,40	415 642 650	56,74
Famille Arnault et autres sociétés contrôlées ^(a)	28 691 463	5,66	45 176 631	6,13	45 176 631	6,16
Auto-détention	4 339 921	0,86	4 339 921	0,59	-	-
Public au nominatif	6 649 835	1,30	12 123 795	1,65	12 123 795	1,66
Public au porteur	259 636 566	51,20	259 636 566	35,23	259 636 566	35,44
Total	507 139 110	100,00	736 919 563	100,00	732 579 642	100,00

(a) Le Groupe Familial Arnault, composé de la Famille Arnault et des sociétés contrôlées, dont Financière Jean Goujon, détenait, directement et indirectement, 46,64 % du capital de la Société et 62,90 % des droits de vote exerçables en Assemblée.

Au 31 décembre 2014

Actionnaires	Nombre d'actions	% du capital	Droits de vote théoriques	% droits de vote théoriques	Droits de vote exerçables en AG	% droits de vote exerçables en AG
Financière Jean Goujon ^(a)	207 821 325	40,93	415 642 650	56,64	415 642 650	57,09
Famille Arnault et autres sociétés contrôlées ^(a)	28 600 486	5,64	45 041 597	6,13	40 041 597	5,50
Auto-détention	5 851 370	1,15	5 851 370	0,80	-	-
Public au nominatif	8 023 908	1,58	9 929 105	1,34	9 929 105	1,36
Public au porteur	257 414 624	50,70	257 414 624	35,09	262 414 624	36,05
Total	507 711 713	100,00	733 879 346	100,00	728 027 976	100,00

(a) Le Groupe Familial Arnault, composé de la Famille Arnault et des sociétés contrôlées, dont Financière Jean Goujon, détenait, directement et indirectement, 46,57 % du capital de la Société et 62,59 % des droits de vote exerçables en Assemblée.

Au 31 décembre 2013

Actionnaires	Nombre d'actions	% du capital	Droits de vote théoriques	% droits de vote théoriques	Droits de vote exerçables en AG	% droits de vote exerçables en AG
Financière Jean Goujon ^(a)	207 821 325	40,93	415 642 650	56,73	415 642 650	57,31
Famille Arnault et autres sociétés contrôlées ^(a)	28 069 978	5,52	43 351 086	5,91	38 351 086	5,28
Auto-détention	7 391 919	1,46	7 391 919	1,01	-	-
Public au nominatif	10 018 942	1,97	11 824 432	1,62	11 824 432	1,63
Public au porteur	254 491 497	50,12	254 491 497	34,73	259 491 497	35,78
Total	507 793 661	100,00	732 701 584	100,00	725 309 665	100,00

(a) Le Groupe Familial Arnault, composé de la Famille Arnault et des sociétés contrôlées, dont Financière Jean Goujon, détenait, directement et indirectement, 46,45 % du capital de la Société et 62,59 % des droits de vote exerçables en Assemblée.

3.3. Nantissements d'actions détenues au nominatif pur par les principaux actionnaires

La Société n'a connaissance d'aucun nantissement portant sur des actions détenues au nominatif pur par les principaux actionnaires.

3.4. Personnes morales ou physiques pouvant exercer un contrôle sur la Société

Au 31 décembre 2015, le Groupe Familial Arnault détenait, directement et indirectement, 46,64 % du capital de la Société et 62,90 % des droits de vote exerçables en Assemblée.

Le Groupe Familial Arnault est composé de la Famille Arnault et de sociétés contrôlées par elle, notamment (i) Groupe Arnault SEDCS, (ii) Christian Dior SE, contrôlée, directement et indirectement, à hauteur de 72,86 % de son capital par la Famille Arnault et (iii) Financière Jean Goujon, détenue à 100 % par Christian Dior SE.

Au 31 décembre 2015, Financière Jean Goujon détenait 207 821 325 actions de la Société, représentant 40,98 % du capital et 56,74 % des droits de vote exerçables en Assemblée. Financière Jean Goujon a pour principale activité la détention de titres LVMH.

Christian Dior SE, société cotée sur Euronext Paris, détient 100 % de Christian Dior Couture SA.

4. MARCHÉ DES INSTRUMENTS FINANCIERS ÉMIS PAR LVMH**4.1. Marché de l'action LVMH**

Les actions de la Société sont cotées sur Euronext Paris (code ISIN FR0000121014) et sont éligibles au SRD (service de règlement différé d'Euronext Paris).

LVMH est inclus dans les principaux indices français et européens utilisés par les gestionnaires de fonds : CAC 40, DJ-Euro Stoxx 50, MSCI Europe, FTSE Eurotop 100 ainsi que dans le Global Dow et le FTSE4Good, un des principaux indices d'investissement socialement responsable.

À fin décembre, la capitalisation boursière de LVMH atteignait 73,6 milliards d'euros, ce qui place LVMH au 4^e rang du CAC 40.

258 106 027 titres LVMH ont été traités sur Euronext pendant l'année 2015 pour un montant total de 40 milliards d'euros. Ceci correspond à un volume quotidien moyen de 1 008 227 titres.

Depuis le 23 septembre 2005, LVMH a confié à un établissement financier la mise en œuvre d'un contrat de liquidité conforme à la Charte de déontologie de l'AFEI approuvée par l'Autorité des marchés financiers par décision du 22 mars 2005, et publiée au Bulletin des Annonces Légales Obligatoires du 1^{er} avril 2005.

Nombre de titres et capitaux échangés sur Euronext Paris et évolution des cours sur l'année 2015

	Cours d'ouverture premier jour <i>(en euros)</i>	Cours de clôture dernier jour <i>(en euros)</i>	Cours le plus haut ^(a) <i>(en euros)</i>	Cours le plus bas ^(a) <i>(en euros)</i>	Nombre de titres échangés	Capitaux échangés <i>(en milliards d'euros)</i>
Janvier	132,50	143,50	146,00	123,50	26 174 425	3,5
Février	144,45	163,90	163,90	141,80	21 653 586	3,4
Mars	163,90	164,15	175,40	159,45	20 659 898	3,4
Avril	164,80	156,60	173,10	154,10	21 887 188	3,6
Mai	158,50	162,15	168,50	150,60	16 849 337	2,7
Juin	161,00	157,15	173,25	153,85	24 368 715	4,0
Juillet	159,65	170,70	172,00	147,95	24 119 953	3,9
Août	170,70	148,65	176,60	134,80	23 273 867	3,6
Septembre	146,40	152,20	156,45	142,25	21 353 523	3,2
Octobre	154,35	169,60	171,35	145,60	19 393 116	3,1
Novembre	167,75	158,75	174,30	152,50	18 297 553	3,0
Décembre	157,85	144,90	161,00	141,80	20 074 866	3,0

Source : Euronext.

(a) Cours en séance.

4.2. Programme de rachat d'actions

LVMH a mis en place un programme de rachat d'actions approuvé par les Assemblées générales mixtes du 10 avril 2014 et 16 avril 2015, lui permettant de racheter jusqu'à 10 % de son capital. Dans ce cadre, entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2015, les achats en bourse de titres LVMH par LVMH SE

ont représenté 1 799 806 de ses propres actions, soit 0,4 % de son capital. Les cessions d'actions, les attributions d'actions gratuites et les annulations de titres ont porté sur l'équivalent de 3 311 255 actions LVMH.

4.3. Marché des obligations LVMH

Parmi les obligations émises par LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton non échues au 31 décembre 2015, les suivantes font l'objet d'une cotation en bourse.

Obligations cotées à Luxembourg

Devise	Encours <i>(en devise)</i>	Émission	Maturité	Coupon
AUD	150 000 000	2014	2019	3,50 %
EUR	300 000 000	2014	2019	variable
EUR	650 000 000	2014	2021	1,00 %
GBP	350 000 000	2014	2017	1,625 %
EUR	600 000 000	2013	2020	1,75 %
EUR	650 000 000	2013	2016	variable
EUR	600 000 000	2013	2019	1,25 %
EUR	500 000 000	2011	2018	4 %

4.4. Dividende

Il est proposé de distribuer un dividende de 3,55 euros par action au titre de l'exercice 2015, en progression de 0,35 euro par rapport au dividende versé au titre de l'exercice 2014.

Sur la base d'un nombre d'actions de 507 139 110 composant le capital au 31 décembre 2015, la distribution totale de LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton s'élèvera ainsi à 1 800 millions d'euros au titre de l'exercice 2015, avant effet de l'auto-détention.

La Société a une politique constante de distribution de dividende, visant à assurer aux actionnaires une rémunération stable, tout en les associant à la croissance du Groupe.

Conformément aux dispositions en vigueur en France, les dividendes et acomptes sur dividendes se prescrivent par cinq ans au profit de l'État.

Historique des dividendes versés au titre des exercices 2011 à 2015

Exercice	Dividende brut par action <i>(en euros)</i>	Dividendes mis en distribution <i>(en millions d'euros)</i>
2015 ^(a)	3,55	1 800
2014	3,20	1 625
2013	3,10	1 574
2012	2,90	1 474
2011	2,60	1 320

(a) Proposition soumise à l'Assemblée générale du 14 avril 2016.

4.5. Évolution du capital social

552 137 actions ont été émises au cours de l'exercice du fait de levées de souscription d'actions. 1 124 740 actions ont été annulées, ce qui porte le capital social à 507 139 110 actions au 31 décembre 2015.

4.6. Performance par action

<i>(en euros)</i>	2015	2014	2013
Résultat net, part du Groupe après dilution ^(a)	7,08	11,21 ^(a)	6,83
Dividende brut	3,55	3,20	3,10
Progression/année précédente	10,9 %	3,2 %	6,9 %
Cours le plus haut (en séance)	176,60	132,80 ^(b)	135,23 ^(b)
Cours le plus bas (en séance)	123,50	109,05 ^(b)	106,16 ^(b)
Cours au 31 décembre	144,90	132,25 ^(b)	119,50 ^(b)
Variation/année précédente	9,6 %	10,7 %	(4,5 %)

(a) Dont 5,31 euros par action résultant de la distribution des titres Hermès.

(b) Cours retraités de la distribution exceptionnelle en actions Hermès International.

RÉSOLUTIONS SOUMISES À L'APPROBATION DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE MIXTE DU 14 AVRIL 2016

1.	RÉSOLUTIONS À CARACTÈRE ORDINAIRE	262
2.	RÉSOLUTIONS À CARACTÈRE EXTRAORDINAIRE	265
	RAPPORTS DES COMMISSAIRES AUX COMPTES	267

1. RÉSOLUTIONS À CARACTÈRE ORDINAIRE

Première résolution

Approbation des comptes sociaux

L'Assemblée générale, après avoir pris connaissance des rapports du Conseil d'administration, du Président du Conseil d'administration et des Commissaires aux comptes, approuve les comptes sociaux de l'exercice clos le 31 décembre 2015, comprenant le bilan, le compte de résultat et l'annexe, tels qu'ils lui ont été présentés, ainsi que les opérations traduites dans ces comptes et résumées dans ces rapports.

Deuxième résolution

Approbation des comptes consolidés

L'Assemblée générale, après avoir pris connaissance des rapports du Conseil d'administration et des Commissaires aux comptes, approuve les comptes consolidés de l'exercice clos le 31 décembre 2015, comprenant le bilan, le compte de résultat et l'annexe, tels qu'ils lui ont été présentés, ainsi que les opérations traduites dans ces comptes et résumées dans ces rapports.

Troisième résolution

Approbation des conventions réglementées

L'Assemblée générale, après avoir pris connaissance du rapport spécial des Commissaires aux comptes sur les conventions visées à l'article L.225-38 du Code de commerce, déclare approuver lesdites conventions.

Quatrième résolution

Affectation du résultat – fixation du dividende

L'Assemblée générale, sur proposition du Conseil d'administration, décide d'affecter et de répartir le résultat distribuable de l'exercice clos le 31 décembre 2015 de la façon suivante :

(en euros)	
Résultat comptable de l'exercice clos le 31/12/2015	6 019 768 127,07
Part disponible de la réserve légale ^(a)	17 178,09
Report à nouveau	5 553 886 543,20
Montant du résultat distribuable	11 573 671 848,36
Proposition d'affectation :	
Dividende statutaire de 5 %, soit 0,015 euro par action	7 607 086,65
Dividende complémentaire de 3,535 euros par action	1 792 736 753,85
Report à nouveau	9 773 328 007,86
	11 573 671 848,36

(a) Part de la réserve légale supérieure à 10 % du capital social au 31 décembre 2015.

Pour mémoire, au 31 décembre 2015, la Société détient 4 339 921 de ses propres actions, correspondant à un montant non distribuable de 240,5 millions d'euros, équivalent au coût d'acquisition de ces actions.

Si cette affectation est retenue, le dividende global ressortira à 3,55 euros par action. Un acompte sur dividende de 1,35 euro par action ayant été distribué le 3 décembre 2015, le solde est de 2,20 euros ; celui-ci sera mis en paiement le 21 avril 2016.

Conformément à l'article 158 du Code général des impôts, ce dividende ouvre droit, pour les résidents fiscaux français personnes physiques, à un abattement de 40 %.

Enfin, dans le cas où, lors de la mise en paiement de ce solde, la Société détiendrait dans le cadre des autorisations données une partie de ses propres actions, le montant correspondant aux dividendes non versés en raison de cette détention serait affecté au compte report à nouveau.

Conformément à la loi, l'Assemblée générale constate que le montant du dividende par action versé au titre des trois derniers exercices s'est élevé à :

Exercice (en euros)	Nature	Date de mise en paiement	Dividende brut	Abattement fiscal ^(a)
2014 ^(b)	Acompte	4 décembre 2014	1,25	0,50
	Solde	23 avril 2015	1,95	0,78
	Total		3,20	1,28
2013	Acompte	3 décembre 2013	1,20	0,48
	Solde	17 avril 2014	1,90	0,76
	Total		3,10	1,24
2012	Acompte	4 décembre 2012	1,10	0,44
	Solde	25 avril 2013	1,80	0,72
	Total		2,90	1,16

(a) Pour les personnes physiques ayant leur résidence fiscale en France.

(b) Hors dividende exceptionnel en nature sous forme d'actions Hermès International de 2 actions Hermès International pour 41 actions LVMH voté par l'Assemblée générale mixte du 25 novembre 2014 correspondant à un montant de 13,66 euros par action LVMH, dont 12,08 euros qualifiés fiscalement de revenu distribué et 1,58 euro qualifié fiscalement de remboursement d'apport.

Cinquième résolution**Renouvellement du mandat d'Administrateur de M. Bernard Arnault**

L'Assemblée générale décide de renouveler le mandat d'Administrateur de Monsieur Bernard Arnault pour une durée de trois années, laquelle prendra fin à l'issue de l'Assemblée générale ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année 2019.

Sixième résolution**Renouvellement du mandat d'Administrateur de M^{me} Bernadette Chirac**

L'Assemblée générale décide de renouveler le mandat d'Administrateur de Madame Bernadette Chirac pour une durée de trois années, laquelle prendra fin à l'issue de l'Assemblée générale ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année 2019.

Septième résolution**Renouvellement du mandat d'Administrateur de M. Charles de Croisset**

L'Assemblée générale décide de renouveler le mandat d'Administrateur de Monsieur Charles de Croisset pour une durée de trois années, laquelle prendra fin à l'issue de l'Assemblée générale ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année 2019.

Huitième résolution**Renouvellement du mandat d'Administrateur de M. Hubert Védrine**

L'Assemblée générale décide de renouveler le mandat d'Administrateur de Monsieur Hubert Védrine pour une durée de trois années, laquelle prendra fin à l'issue de l'Assemblée générale ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année 2019.

Neuvième résolution**Nomination de M^{me} Clara Gaymard en qualité d'Administrateur**

L'Assemblée générale décide de nommer Madame Clara Gaymard en qualité d'Administrateur pour une durée de trois années, laquelle prendra fin à l'issue de l'Assemblée générale ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année 2019.

Dixième résolution**Nomination de M^{me} Natacha Valla en qualité d'Administrateur**

L'Assemblée générale décide de nommer Madame Natacha Valla en qualité d'Administrateur pour une durée de trois années, laquelle prendra fin à l'issue de l'Assemblée générale ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année 2019.

Onzième résolution**Nomination de la société Ernst & Young Audit en qualité de Commissaire aux comptes titulaire**

L'Assemblée générale, constatant que le mandat de Commissaire aux comptes Titulaire de la société Ernst & Young et Autres arrive à échéance à l'issue de la présente Assemblée, décide de nommer la société Ernst & Young Audit en qualité de Commissaire aux comptes Titulaire pour une durée de six exercices qui prendra fin à l'issue de l'Assemblée générale ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année 2022.

Douzième résolution**Nomination du cabinet Mazars en qualité de Commissaire aux comptes titulaire**

L'Assemblée générale, constatant que le mandat de Commissaire aux comptes Titulaire de la société Deloitte & Associés arrive à échéance à l'issue de la présente Assemblée, décide de nommer le cabinet Mazars en qualité de Commissaire aux comptes Titulaire pour une durée de six exercices qui prendra fin à l'issue de l'Assemblée générale ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année 2022.

Treizième résolution**Nomination de M. Philippe Castagnac en qualité de Commissaire aux comptes suppléant**

L'Assemblée générale, constatant que le mandat de Commissaire aux comptes Suppléant de Monsieur Denis Grison arrive à échéance à l'issue de la présente Assemblée, décide de nommer Monsieur Philippe Castagnac en qualité de Commissaire aux comptes Suppléant pour une durée de six exercices qui prendra fin à l'issue de l'Assemblée générale ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année 2022.

Quatorzième résolution**Renouvellement du mandat de Commissaire aux comptes suppléant de la société Auditex**

L'Assemblée générale, constatant que le mandat de Commissaire aux comptes Suppléant de la société Auditex arrive à échéance à l'issue de la présente Assemblée, décide de renouveler ce mandat pour une durée de six exercices qui prendra fin à l'issue de l'Assemblée générale ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année 2022.

Quinzième résolution**Avis sur les éléments de la rémunération due ou attribuée au Président-directeur général, M. Bernard Arnault**

L'Assemblée générale, consultée en application de la recommandation du § 24.3 du Code AFEP-MEDEF de novembre 2015, lequel constitue le Code de référence de la Société en application

de l'article L.225-37 du Code de commerce, après avoir pris connaissance des éléments de la rémunération due ou attribuée au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2015 à Monsieur Bernard Arnault et mentionnés au chapitre 7 « Rémunérations des mandataires sociaux » du « *Rapport de gestion du Conseil d'administration – La société LVMH* », points 7.1 et 7.2 pour les rémunérations fixe, variable et exceptionnelle, point 7.2 pour les jetons de présence et les avantages en nature, point 7.8 pour le régime de retraite complémentaire et points 7.1 et 7.5 pour les attributions d'actions de performance (pages 58 et suivantes du Document de référence), et point 1.11 du « *Rapport du Président du Conseil d'administration* », pour les règles d'attribution des jetons de présence (page 112 du Document de référence), émet un avis favorable sur ces éléments.

Seizième résolution

Avis sur les éléments de la rémunération due ou attribuée au Directeur général délégué, M. Antonio Belloni

L'Assemblée générale, consultée en application de la recommandation du § 24.3 du Code AFEP-MEDEF de novembre 2015, lequel constitue le Code de référence de la Société en application de l'article L.225-37 du Code de commerce, après avoir pris connaissance des éléments de la rémunération due ou attribuée au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2015 à Monsieur Antonio Belloni et mentionnés au chapitre 7 « Rémunérations des mandataires sociaux » du « *Rapport de gestion du Conseil d'administration – La société LVMH* », points 7.1 et 7.2 pour les rémunérations fixe, variable et exceptionnelle, point 7.2 pour les jetons de présence et les avantages en nature, point 7.8 pour le régime de retraite complémentaire et points 7.1 et 7.5 pour les attributions d'actions de performance (pages 58 et suivantes du Document de référence), et point 1.11 du « *Rapport du Président du Conseil d'administration* », pour les règles d'attribution des jetons de présence (page 112 du Document de référence), émet un avis favorable sur ces éléments.

Dix-septième résolution

Autorisation à donner au Conseil d'administration, pour une durée de 18 mois, d'intervenir sur les actions de la Société pour un prix maximum d'achat de 300 euros par action, soit un prix global maximum de 15,2 milliards d'euros

L'Assemblée générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'administration, autorise ce dernier, conformément aux dispositions des articles L.225-209 et suivants du Code de commerce et du Règlement européen n° 2273/2003 du 22 décembre 2003, à faire acheter par la Société ses propres actions.

Les acquisitions d'actions pourront être réalisées en vue, notamment, de :

- (i) l'animation du marché ou la liquidité de l'action (par achat ou vente) dans le cadre d'un contrat de liquidité mis en place par la Société conforme à la charte de déontologie de l'AMAFI reconnue par l'AMF ;
- (ii) leur affectation à la couverture de plans d'options sur actions, d'attributions d'actions gratuites ou de toutes autres formes

d'allocations d'actions ou de rémunérations liées au cours de l'action, en faveur de salariés ou mandataires sociaux de la Société ou d'une entreprise liée à elle dans les conditions prévues par le Code de commerce, notamment aux articles L.225-180 et L.225-197-2 ;

(iii) leur affectation à la couverture de valeurs mobilières donnant droit à des titres de la Société notamment par conversion, présentation d'un bon, remboursement ou échange ;

(iv) leur annulation sous réserve de l'adoption de la dix-huitième résolution ; ou

(v) leur conservation et remise ultérieure à l'échange ou en paiement dans le cadre d'opérations éventuelles de croissance externe.

Le prix maximum d'achat par la Société de ses propres actions est fixé à 300 euros par action. En cas d'augmentation de capital par incorporation de réserves et attribution gratuite d'actions ainsi qu'en cas de division ou de regroupement des titres, le prix d'achat indiqué ci-dessus sera ajusté par un coefficient multiplicateur égal au rapport entre le nombre de titres composant le capital avant l'opération et ce nombre après l'opération.

Le nombre maximal de titres pouvant être acquis ne pourra dépasser 10 % du capital social, ajusté des opérations affectant le capital social postérieurement à la présente Assemblée étant précisé que dans le cadre de l'utilisation de la présente autorisation, (i) le nombre d'actions auto-détenues devra être pris en considération afin que la Société reste en permanence dans la limite d'un nombre d'actions auto-détenues au maximum égal à 10 % du capital social et (ii) le nombre d'actions auto-détenues pour être remises en paiement ou en échange dans le cadre d'une opération de fusion, de scission ou d'apport ne pourra excéder 5 % du capital apprécié à la date de l'opération.

La limite de 10 % du capital social correspondait au 31 décembre 2015 à 50 698 029 actions. Le montant total maximum consacré aux acquisitions ne pourra pas dépasser 15,2 milliards d'euros.

Les opérations d'acquisition d'actions décrites ci-dessus, ainsi que la cession ou le transfert de ces actions, pourront être effectuées par tout moyen compatible avec la loi et la réglementation en vigueur, y compris par l'utilisation d'instruments financiers dérivés et par acquisition ou cession de blocs.

En vue d'assurer l'exécution de la présente autorisation, tous pouvoirs sont conférés au Conseil d'administration. Le Conseil pourra déléguer au Directeur général, ou, le cas échéant, en accord avec ce dernier, à un Directeur général délégué dans les conditions prévues par la loi, lesdits pouvoirs pour :

- décider la mise en œuvre de la présente autorisation ;
- fixer les conditions et modalités suivant lesquelles sera assurée, s'il y a lieu, la préservation des droits des porteurs de valeurs mobilières donnant accès au capital, d'options de souscription ou d'achat d'actions, ou de droits d'attribution d'actions de performance en conformité avec les dispositions légales, réglementaires ou contractuelles ;

- passer tous ordres de bourse, conclure tous contrats, signer tous actes, conclure tous accords en vue, notamment, de la tenue des registres d'achats et de ventes d'actions, conformément à la réglementation en vigueur ;
- effectuer toutes déclarations, remplir toutes formalités et, d'une manière générale, faire le nécessaire.

Le Conseil d'administration ne pourra, sauf autorisation préalable par l'Assemblée générale, prendre la décision de faire usage de la présente délégation de compétence à compter du dépôt par un tiers d'un projet d'offre publique visant les titres de la Société et ce jusqu'à la fin de la période d'offre.

Cette autorisation, qui se substitue à celle accordée par l'Assemblée générale mixte du 16 avril 2015, est donnée pour une durée de dix-huit mois à compter de ce jour.

2. RÉSOLUTIONS À CARACTÈRE EXTRAORDINAIRE

Dix-huitième résolution

Autorisation à donner au Conseil d'administration, pour une durée de 18 mois, de réduire le capital social par annulation d'actions détenues par la Société par suite de rachat de ses propres titres

L'Assemblée générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'administration et du rapport spécial des Commissaires aux comptes,

1. autorise le Conseil d'administration à réduire le capital social de la Société, en une ou plusieurs fois, par annulation d'actions acquises conformément aux dispositions de l'article L.225-209 du Code de commerce ;
2. fixe à dix-huit mois à compter de la présente Assemblée la durée de validité de la présente autorisation ;
3. fixe à 10 % du capital actuel de la Société le montant maximum de la réduction de capital qui peut être réalisée par période de vingt-quatre mois ;
4. confère tous pouvoirs au Conseil d'administration pour réaliser et constater les opérations de réduction de capital, accomplir tous actes et formalités à cet effet, modifier les statuts en conséquence et, d'une manière générale, faire le nécessaire ;
5. décide que cette autorisation se substitue à celle donnée par l'Assemblée générale mixte du 16 avril 2015.

Dix-neuvième résolution

Autorisation à donner au Conseil d'administration, pour une durée de 26 mois, à l'effet de procéder à l'attribution gratuite d'actions à émettre, avec suppression du droit préférentiel de souscription des actionnaires, ou d'actions existantes au profit des salariés et/ou de dirigeants mandataires sociaux de la Société et des entités liées dans la limite de 1 % du capital

L'Assemblée générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'administration et du rapport spécial des Commissaires aux comptes, conformément aux dispositions des articles L.225-197-1 et suivants du Code de commerce,

1. autorise le Conseil d'administration sur ses seules délibérations à procéder, en une ou plusieurs fois, au profit de membres du

personnel salarié et de dirigeants mandataires sociaux de la Société ou des entités qui lui sont liées au sens de l'article L.225-197-2 du Code de commerce, ou de certaines catégories d'entre eux, à des attributions gratuites d'actions existantes ou à émettre, le montant total des actions attribuées gratuitement ne pouvant dépasser 1 % du capital social de la Société à la date de la présente Assemblée, étant précisé que le montant de cette augmentation de capital s'imputera sur le montant global de cinquante (50) millions d'euros défini dans la vingt-troisième résolution votée par l'Assemblée générale des actionnaires le 16 avril 2015 ;

2. fixe à vingt-six mois à compter de ce jour la durée de validité de la présente autorisation ;

3. décide que (i) l'attribution des actions à leurs bénéficiaires sera définitive au terme d'une période d'acquisition d'une durée minimale de un an, (ii) le Conseil d'administration aura la faculté d'allonger la période d'acquisition et/ou de fixer une période de conservation ; la durée cumulée minimale des périodes d'acquisition et, le cas échéant, de conservation des actions ne pouvant être inférieure à deux ans. Toutefois, l'attribution des actions à leurs bénéficiaires deviendra définitive avant l'expiration de la période d'acquisition applicable en cas de décès ou d'invalidité du bénéficiaire correspondant au classement dans la deuxième ou la troisième des catégories prévues à l'article L.341-4 du Code de la sécurité sociale, sous réserve des conditions, notamment de performance, qui seront fixées par le Conseil d'administration. En outre, dans ces cas, lesdites actions seront librement cessibles ;

4. décide que l'attribution définitive des actions aux bénéficiaires dirigeants mandataires sociaux devra être subordonnée à la réalisation de conditions de performance déterminées par le Conseil d'administration ;

5. autorise le Conseil d'administration à procéder, le cas échéant, pendant la période d'acquisition, aux ajustements du nombre d'actions liés aux éventuelles opérations sur le capital social de manière à préserver les droits des bénéficiaires ;

6. prend acte que si l'attribution porte sur des actions à émettre, la présente autorisation emporte de plein droit, au profit des bénéficiaires des actions attribuées gratuitement, renonciation des actionnaires à leur droit préférentiel de souscription ;

7. décide qu'en cas d'usage de la présente autorisation, le Conseil d'administration, avec faculté de subdélégation dans les limites légales, aura tous pouvoirs notamment pour :

- arrêter les listes des bénéficiaires des attributions,
- fixer les conditions et, le cas échéant, les critères d'attribution,
- assujettir, le cas échéant, l'acquisition définitive de tout ou partie des actions à l'atteinte d'une ou plusieurs conditions de performance qu'il déterminera,
- fixer la durée de la période d'acquisition et, le cas échéant, de celle de conservation des actions sachant qu'il appartiendra au Conseil d'administration pour les actions qui seraient, le cas échéant, attribuées aux dirigeants mandataires sociaux visés à l'article L.225-197-1, II al. 4 du Code de commerce, soit de décider que ces actions ne pourront être cédées par les intéressés avant la cessation de leurs fonctions, soit de fixer la quantité de ces actions qu'ils seront tenus de conserver au nominatif jusqu'à la cessation de leurs fonctions,
- fixer les dates de jouissance des actions,
- décider s'il y a lieu, en cas d'opérations sur le capital social qui interviendraient pendant la période d'acquisition des actions attribuées, de procéder à un ajustement du nombre des actions attribuées à l'effet de préserver les droits des bénéficiaires et, dans cette hypothèse, déterminer les modalités de cet ajustement,

- procéder, si l'attribution porte sur des actions à émettre, aux augmentations de capital par incorporation de réserves ou de primes d'émission de la Société qu'il y aura lieu de réaliser au moment de l'attribution définitive des actions à leurs bénéficiaires, fixer les dates de jouissance des actions nouvelles, modifier les statuts en conséquence,
- le cas échéant, constater la réalisation des augmentations de capital, modifier les statuts en conséquence et plus généralement faire le nécessaire ;

8. décide que la présente autorisation se substitue à celle donnée par l'Assemblée générale mixte du 16 avril 2015.

Vingtième résolution

Prorogation de la durée de la Société et modification des statuts

L'Assemblée générale, après avoir pris connaissance du rapport du Conseil d'administration et pris acte de la date d'expiration de la durée de la Société fixée au 31 décembre 2021, décide d'ores et déjà de proroger par anticipation la durée de la Société de 99 ans à compter du 1^{er} janvier 2017, soit jusqu'au 31 décembre 2115 et modifie en conséquence l'article 5 des statuts qui est désormais libellé ainsi qu'il suit :

Article 5 – Durée

« La durée de la société, qui existe depuis le 1^{er} janvier 1923, est prorogée jusqu'au 31 décembre 2115, sauf les cas de dissolution anticipée ou de prorogation prévus aux présents statuts. »

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LA RÉDUCTION DU CAPITAL

(Dix-huitième résolution)

Aux Actionnaires,

En notre qualité de Commissaires aux comptes de votre société et en exécution de la mission prévue à l'article L.225-209 du Code de commerce en cas de réduction du capital par annulation d'actions achetées, nous avons établi le présent rapport destiné à vous faire connaître notre appréciation sur les causes et conditions de la réduction du capital envisagée.

Votre Conseil d'administration vous propose de lui déléguer, pour une durée de dix-huit mois à compter du jour de la présente Assemblée, tous pouvoirs pour annuler, dans la limite de 10 % de son capital, par période de vingt-quatre mois, les actions achetées au titre de la mise en œuvre d'une autorisation d'achat par votre société de ses propres actions dans le cadre des dispositions de l'article précité.

Nous avons mis en œuvre les diligences que nous avons estimées nécessaires au regard de la doctrine professionnelle de la Compagnie Nationale des Commissaires aux comptes relative à cette mission. Ces diligences conduisent à examiner si les causes et conditions de la réduction du capital envisagée, qui n'est pas de nature à porter atteinte à l'égalité des actionnaires, sont régulières.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur les causes et conditions de la réduction du capital envisagée.

Neuilly-sur-Seine et Paris-La Défense, le 12 février 2016

Les Commissaires aux comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS
Thierry Benoit Guillaume Troussicot

ERNST & YOUNG et Autres
Jeanne Boillet Gilles Cohen

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L'AUTORISATION D'ATTRIBUTION D' ACTIONS GRATUITES EXISTANTES OU À ÉMETTRE

(Dix-neuvième résolution)

Aux Actionnaires,

En notre qualité de Commissaires aux comptes de votre société, et en exécution de la mission prévue par l'article L.225-197-1 du Code de commerce, nous vous présentons notre rapport sur le projet d'autorisation d'attribution d'actions gratuites existantes ou à émettre au profit de membres du personnel salarié et de dirigeants mandataires sociaux de votre société ou des entités qui lui sont liées au sens de l'article L.225-197-2 du Code de commerce, ou de certaines catégories d'entre eux, opération sur laquelle vous êtes appelés à vous prononcer.

Le montant total des actions attribuées gratuitement ne pourra pas dépasser 1 % du capital social de votre Société à la date de la présente Assemblée, étant précisé que le montant de l'augmentation de capital s'imputera sur le montant global de 50 millions d'euros défini dans la vingt-troisième résolution votée par l'Assemblée générale des actionnaires le 16 avril 2015.

Votre Conseil d'administration vous propose, sur la base de son rapport, de l'autoriser pour une durée de vingt-six mois à attribuer des actions gratuites existantes ou à émettre.

Il appartient au Conseil d'administration d'établir un rapport sur cette opération à laquelle il souhaite pouvoir procéder. Il nous appartient de vous faire part, le cas échéant, de nos observations sur les informations qui vous sont ainsi données sur l'opération envisagée.

Nous avons mis en œuvre les diligences que nous avons estimées nécessaires au regard de la doctrine professionnelle de la Compagnie Nationale des Commissaires aux comptes relative à cette mission. Ces diligences ont consisté notamment à vérifier que les modalités envisagées et données dans le rapport du Conseil d'administration s'inscrivent dans le cadre des dispositions prévues par la loi.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur les informations données dans le rapport du Conseil d'administration portant sur l'opération envisagée d'autorisation d'attribution d'actions gratuites.

Neuilly-sur-Seine et Paris-La Défense, le 12 février 2016

Les Commissaires aux comptes

DELOITTE & ASSOCIÉS

Thierry Benoit Guillaume Troussicot

ERNST & YOUNG et Autres

Jeanne Boillet Gilles Cohen

RESPONSABLE DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE ET POLITIQUE D'INFORMATION

1.	DÉCLARATION DU RESPONSABLE DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE	270
2.	INFORMATIONS INCLUSES PAR RÉFÉRENCE DANS LE DOCUMENT DE RÉFÉRENCE	271
3.	DOCUMENTS ACCESSIBLES AU PUBLIC	271

1. DÉCLARATION DU RESPONSABLE DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE

Nous attestons, après avoir pris toute mesure raisonnable à cet effet, que les informations contenues dans le présent Document de référence sont, à notre connaissance, conformes à la réalité et ne comportent pas d'omission de nature à en altérer la portée.

Nous attestons, à notre connaissance, que les Comptes 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 de gestion figurant en page 23 présente un tableau fidèle de l'évolution des affaires, des résultats et de la situation financière de la Société et de l'ensemble des entreprises comprises dans la consolidation ainsi qu'une description des principaux risques et incertitudes auxquels elles sont confrontées.

Nous avons obtenu des Commissaires aux comptes une lettre de fin de travaux, dans laquelle ils indiquent avoir procédé à la vérification des informations portant sur la situation financière et les comptes données dans le présent document ainsi qu'à la lecture d'ensemble du document.

Dans leurs rapports sur les comptes consolidés relatifs aux exercices 2013 et 2014, les Commissaires aux comptes ont attiré l'attention des actionnaires sur les éléments suivants :

- en 2013, les effets de l'application des amendements de la norme IAS 19 relative aux engagements en matière d'avantages au personnel ;
- en 2014, le changement de présentation du résultat des sociétés mises en équivalence (décrit dans la Note 1.2 de l'annexe aux comptes consolidés), désormais présenté au sein du Résultat opérationnel courant, et le changement de présentation du tableau de variation de trésorerie (décrit dans la Note 1.4 de l'annexe aux comptes consolidés), selon lequel les dividendes reçus sont désormais présentés en fonction de la nature des participations concernées, et l'impôt payé est désormais présenté en fonction de la nature des transactions dont il est issu.

Paris, le 23 mars 2016

Par délégation du Président-directeur général

Jean-Jacques GUIONY

Directeur financier, Membre du Comité exécutif

2. INFORMATIONS INCLUSES PAR RÉFÉRENCE DANS LE DOCUMENT DE RÉFÉRENCE

En application de l'article 28 du règlement (CE) n° 809/2004 de la Commission Européenne, les informations suivantes sont incluses par référence dans le présent Document de référence :

- les comptes consolidés de l'exercice 2014 établis en application des normes IFRS, ainsi que le rapport des Commissaires aux comptes y afférant, figurant respectivement en pages 118 à 186 et 187 du Document de référence 2014 déposé à l'AMF le 25 mars 2015 sous le numéro D. 15-0199 ;
- les comptes consolidés de l'exercice 2013 établis en application des normes IFRS, ainsi que le rapport des Commissaires aux comptes y afférant, figurant respectivement en pages 120 à 189 et 190 du Document de référence 2013 déposé à l'AMF le 19 mars 2014 sous le numéro D. 14-0172 ;
- l'évolution de la situation financière et du résultat des opérations du Groupe entre les exercices 2014 et 2013, présentée aux pages 24 à 45 du Document de référence 2014 déposé à l'AMF le 25 mars 2015 sous le numéro D. 15-0199 ;
- l'évolution de la situation financière et du résultat des opérations du Groupe entre les exercices 2013 et 2012, présentée aux pages 24 à 48 du Document de référence 2013 déposé à l'AMF le 19 mars 2014 sous le numéro D. 14-0172 ;
- les comptes annuels de la Société pour l'exercice 2014 établis en application des normes comptables Françaises, ainsi que le rapport des Commissaires aux comptes y afférant, figurant respectivement en pages 190 à 214 et 215 à 216 du Document de référence 2014 déposé à l'AMF le 25 mars 2015 sous le numéro D. 15-0199 ;
- les comptes annuels de la Société pour l'exercice 2013 établis en application des normes comptables Françaises, ainsi que le rapport des Commissaires aux comptes y afférant, figurant respectivement en pages 192 à 214 et 215 à 216 du Document de référence 2013 déposé à l'AMF le 19 mars 2014 sous le numéro D. 14-0172 ;
- le rapport spécial des Commissaires aux comptes sur les conventions réglementées de l'exercice 2014, figurant en pages 217 à 219 du Document de référence 2014 déposé à l'AMF le 25 mars 2015 sous le numéro D. 15-0199 ;
- le rapport spécial des Commissaires aux comptes sur les conventions réglementées de l'exercice 2013, figurant en pages 217 à 218 du Document de référence 2013 déposé à l'AMF le 19 mars 2014 sous le numéro D. 14-0172.

Les parties non incluses des documents de référence 2014 et 2013 sont, soit sans objet pour l'investisseur, soit couvertes par le présent Document de référence.

3. DOCUMENTS ACCESSIBLES AU PUBLIC

Les statuts de la société LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton sont inclus dans ce Document de référence. Les autres documents juridiques relatifs à la Société peuvent être consultés à son siège social dans les conditions prévues par la loi.

Le Document de référence de LVMH déposé auprès de l'Autorité des marchés financiers, ainsi que les communiqués de la Société relatifs aux ventes et aux résultats, les rapports annuels et semestriels, les comptes sociaux et consolidés et l'information relative aux transactions sur actions propres et au nombre total de droits de vote et d'actions peuvent être consultés sur le site Internet de la Société à l'adresse suivante : www.lvmh.fr.

TABLES DE CONCORDANCE

1.	TABLE DE CONCORDANCE AVEC LES RUBRIQUES DE L'ANNEXE 1 DU RÈGLEMENT EUROPÉEN 809/2004	274
2.	TABLE DE RAPPROCHEMENT AVEC LE RAPPORT FINANCIER ANNUEL	276

1. TABLE DE CONCORDANCE AVEC LES RUBRIQUES DE L'ANNEXE 1 DU RÈGLEMENT EUROPÉEN 809/2004

Rubriques	Pages	Rubriques	Pages
1. Personnes responsables	270	14. Organes d'administration, de direction et de surveillance et Direction générale	
2. Contrôleurs légaux des comptes	237	14.1. Organes d'administration et de direction	5
3. Informations financières sélectionnées		14.2. Conflits d'intérêts au niveau des organes d'administration et de direction	108; 240
3.1. Informations historiques	2-3; 215	15. Rémunérations et avantages	58-64; 183
3.2. Informations intermédiaires	N/A	16. Fonctionnement des organes d'administration et de direction	
4. Facteurs de risque	35-40; 163-167	16.1. Date d'expiration des mandats actuels	222-236
5. Informations concernant la Société		16.2. Contrats de service liant les membres des organes d'administration	58-64; 112-113
5.1. Histoire et évolution de la Société	1; 10-21; 254-255	16.3. Informations sur le Comité d'audit et le Comité des rémunérations	110-111; 240-242
5.2. Investissements	41-42; 167-170; 179-180	16.4. Gouvernement d'entreprise	108-113; 238-242
6. Aperçu des activités	10-21	17. Salariés	
7. Organigramme		17.1. Nombre de salariés	70-71
7.1. Description sommaire	6-7	17.2. Participations et stock options	48-53
7.2. Liste des filiales importantes	184-189	17.3. Accord prévoyant une participation des salariés au capital de l'émetteur	55-56
8. Propriétés immobilières, usines et équipements	42-44	18. Principaux actionnaires	
9. Examen de la situation financière et du résultat	24-35	18.1. Actionnaires détenant plus de 5 % du capital social et des droits de vote	256
10. Trésorerie et capitaux		18.2. Existence de droits de vote différents	249; 254-258
10.1. Capitaux de l'émetteur	41	18.3. Contrôle de l'émetteur	258
10.2. Source et montant des flux de trésorerie	33-35	18.4. Accord connu de l'émetteur dont la mise en œuvre pourrait, à une date ultérieure entraîner un changement de son contrôle	256
10.3. Conditions d'emprunt et structure financière	34-35; 41; 46; 154; 158-161; 208-210; 259	19. Opérations avec des apparentés	181-183; 212; 218-220
10.4. Restriction à l'utilisation des capitaux ayant influé ou pouvant influencer sur les opérations de l'émetteur	N/A	20. Informations financières concernant le patrimoine, la situation financière et les résultats de l'émetteur	
10.5. Sources de financement attendues	34-35; 41; 154; 160-161	20.1. Informations financières historiques	124-183; 271
11. Recherche et Développement, brevets et licences	17-18; 42	20.2. Informations financières pro forma	N/A
12. Information sur les tendances	44	20.3. Comptes annuels de LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton	192-215; 271
13. Prévisions ou estimations du bénéfice	N/A	20.4. Vérification des informations historiques annuelles	190; 216-217; 271

N/A : non applicable

Rubriques	Pages	Rubriques	Pages
20.5. Date des dernières informations financières	31 décembre 2015	22. Contrats importants	N/A
20.6. Informations financières intermédiaires et autres	N/A	23. Informations provenant de tiers, déclarations d'experts et déclarations d'intérêts	N/A
20.7. Politique de distribution des dividendes	251 ; 260	24. Documents accessibles au public	254 ; 271
20.8. Procédures judiciaires et d'arbitrage	180-181	25. Informations sur les participations	146-148
20.9. Changement significatif de la situation commerciale ou financière	N/A		
21. Informations complémentaires			
21.1. Capital social			
21.1.1. Capital souscrit et informations pour chaque catégorie d'actions	152 ; 255-256		
21.1.2. Actions non représentatives du capital	255		
21.1.3. Actions détenues par l'émetteur ou ses filiales	153 ; 203-204		
21.1.4. Valeurs mobilières convertibles, échangeable ou assorties de bons de souscription	48 ; 49 ; 52-53 ; 255		
21.1.5. Droits d'acquisition, capital souscrit mais non libéré, engagements d'augmentation de capital	54		
21.1.6. Options sur le capital et accords prévoyant de placer le capital sous option	48-53 ; 154-157 ; 204		
21.1.7. Historique du capital social	152 ; 256		
21.2. Acte constitutif et statuts			
21.2.1. Objet social	243 ; 254		
21.2.2. Dispositions concernant les membres des organes d'administration, de direction et de surveillance	245-248		
21.2.3. Droits, privilèges et restrictions sur les actions existantes	244 ; 254		
21.2.4. Actions nécessaires pour modifier les droits des actionnaires	255		
21.2.5. Conditions régissant les assemblées générales	248-250 ; 254		
21.2.6. Disposition pouvant retarder, différer ou empêcher un changement de contrôle	N/A		
21.2.7. Disposition fixant le seuil au-dessus duquel toute participation doit être divulguée	250 ; 255		
21.2.8. Conditions régissant les modifications du capital	255		

N/A : non applicable

2. TABLE DE RAPPROCHEMENT AVEC LE RAPPORT FINANCIER ANNUEL ^(a)

Informations	Pages
1. Comptes annuels	192-215
2. Comptes consolidés	124-189
3. Rapport des Commissaires aux comptes sur les comptes annuels	216-217
4. Rapport des Commissaires aux comptes sur les comptes consolidés	190
5. Rapport de gestion	
5.1. Analyse de l'évolution des affaires, des résultats et de la situation financière, principaux risques et incertitudes, politique de gestion des risques financiers	24-44 ; 46-47
5.2. Tableau récapitulatif des délégations en cours de validité accordées par l'Assemblée générale des actionnaires au Conseil d'administration dans le domaine des augmentations de capital	54-55
5.3. Éléments susceptibles d'avoir une incidence en cas d'offre publique	67
5.4. Rachats d'actions propres	56-57
5.5. Déclaration des personnes assumant la responsabilité du Rapport de gestion	270
6. Honoraires des Commissaires aux comptes	237
7. Rapport du Président du Conseil d'administration	108-120
8. Rapport des Commissaires aux comptes sur le Rapport du Président du Conseil d'administration	121

(a) Conformément aux articles L.451-1-2 du Code monétaire et financier et 222-3 du Règlement général de l'AMF.

Le présent document de référence a été déposé auprès de l'Autorité des marchés financiers le 23 mars 2016, conformément à l'article 212-13 de son règlement général. Il pourra être utilisé à l'appui d'une opération financière s'il est complété par une note d'opération visée par l'AMF. Ce document a été établi par l'émetteur et engage la responsabilité de ses signataires.

L V M H

MOËT HENNESSY ♦ LOUIS VUITTON

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